

## بررسی میزان تأثیر استفاده از فضای مجازی بر ارزش‌های خانواده (مطالعه‌ی موردی: معلمان مقطع متوسطه سازمان آموزش و پرورش استان ایلام)

طاهره خدامرادی<sup>۱</sup>  
فرحناز سعادت<sup>۲</sup>  
طیبه خدامرادی<sup>۳</sup>

### چکیده

امروزه در فن آوری اطلاعات و ارتباطات، انقلاب شگرفی به وجود آمده که زندگی همه‌ی انسان‌های روی کره‌ی زمین را تحت تأثیر قرار داده است. با ورود رایانه و اینترنت در میان خانواده‌ها، ارزش‌های اجتماعی تحت تأثیر قرار گرفته و تغییراتی در رفتار و گفت‌وگوهای نسل جوان به وجود آمده است. با توجه به نقش فضای مجازی در توسعه‌ی جوامع، در جامعه‌ی ما نیز به فن آوری اطلاعات و ارتباطات اهمیت زیادی داده شده است. یکی از عوامل اجتماعی شدن، استفاده‌ی جوانان از فضای مجازی است. قرار گرفتن در فضای مجازی، نقش مؤثری در فرآیند جامعه‌پذیری کودکان و نوجوانان و سمت و سو دادن به نگرش‌ها و گرایش‌های ارزشی آنان دارد. هدف پژوهش حاضر، «بررسی میزان تأثیر استفاده از فضای مجازی بر ارزش‌های خانواده» است. این پژوهش، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه‌ی آماری آن، ۳۲۰ نفر از دبیران مدارس متوسطه‌ی استان ایلام می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران، ۱۷۰ نفر به عنوان نمونه، انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسش‌نامه‌ی محقق ساخته بود. و پایایی و قابلیت اعتماد آن، با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۷ مورد تأیید قرار گرفت. نتایج استخراج نشان می‌دهد که: (۱) ارزش‌های خانوادگی در میان افرادی که از فضای مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند، متفاوت است؛ (۲) این ارزش‌ها در میان استفاده‌کنندگان از فضای مجازی، متناسب با طول زمان استفاده (روزانه، هفتگی، ماهانه)، متفاوت است؛ (۳) ارزش‌های خانوادگی افرادی که از فضای مجازی استفاده می‌کنند، با توجه به نوع استفاده از فضای مذکور متفاوت است.

### واژگان کلیدی: فضای مجازی، خانواده، ارزش‌ها، مقطع متوسطه.

tarakhodamoradi68@yahoo.com  
tarakhodamoradi68@yahoo.com  
T\_khodamoradi@yahoo.com

۱- کارشناس ارشد برنامه‌ریزی توریسم، مؤسسه‌ی آموزش عالی باختر ایلام و نویسنده‌ی مسئول  
۲- کارشناس علوم تربیتی، معلم پایه‌ی چهارم دبستان مقداد بندر امام خمینی (ره)  
۳- دانشجوی دکتری مدیریت، گرایش تولید از دانشگاه آزاد واحد کیش، مدرس دانشگاه آزاد دهلران



## بیان مسئله

گسترش فن آوری و ورود انواع وسایل ارتباط جمعی در میان خانواده‌ها، ارزش‌های اجتماعی آنان را تحت تأثیر قرار داده و موجب تغییراتی در رفتار و گفت‌وگوهای نسل جوان شده است؛ از جمله مهم‌ترین این فن آوری‌ها دسترسی آسان به اینترنت است که علاوه بر داشتن نقاط قوت، از ضعف‌هایی نیز برخوردار است. خانواده، خشت بنای جامعه، کانون اصلی حفظ سنت‌ها، هنجارها و ارزش‌های اجتماعی است؛ همچنین، شالوده‌ی استوار پیوندهای اجتماعی، روابط خویشاوندی و کانونی برای بروز و ظهور عواطف انسانی به شمار می‌رود. ارزش‌های اجتماعی از اساسی‌ترین عناصر نظام اجتماعی می‌باشند که از راه‌های کنترل یا هدایت آنها می‌توان جامعه را به زوال کشاند یا به تعالی رساند. بنابراین، باید دید، چه عواملی موجب پیدایش ارزش‌ها در جامعه می‌شوند یا این ارزش‌ها را تغییر می‌دهند؟ ارزیابی ما از خود، نزدیکان، جامعه و جهان پیرامونمان بر اساس ارزش‌ها صورت می‌گیرد و رفتار ما نسبت به آنها تنظیم می‌شود (کفاشی، ۱۳۸۸: ۸۴). امروزه در فن آوری اطلاعات و ارتباطات، انقلاب شگرفی به وجود آمده است. جان فیدر «این انقلاب را در جهان و در زندگی انسان‌های روی کره‌ی زمین مؤثر می‌داند که مبتنی بر رایانه و دارای آثار گسترده‌ی اقتصادی، سیاسی و فرهنگی است؛ یعنی از سوی اطلاعات را به کالای تجاری و سودآور بدل کرده که مالکیت آن باعث قدرت می‌شود و از سوی دیگر در شخصیت و هویت انسان‌ها آثار ماندگاری بر جای می‌گذارد» (فیدر، ۱۳۸۰: ۲۰). اینترنت به عنوان مهم‌ترین ابزار ارتباطی و اطلاعاتی، فرصت‌ها و تهدیدهایی را در زندگی استفاده‌کنندگان ایجاد می‌کند؛ از آنجا که جوانان و نوجوانان بیشترین کاربران آن هستند، در جریان تعامل آنان با فضای مجازی، ارزش‌ها و هویتشان، دستخوش تغییراتی می‌شود. ارزش‌ها حلقه‌ی اتصال فرهنگ هر قوم و ملتی با نسل آینده هستند و غفلت از این مهم می‌تواند جوامع را با بحران هویت مواجه کند. ارزش‌ها آنقدر اهمیت دارند که اینگلهارد گفته است: «اگر می‌خواهید در کشوری بدون سر و صدا انقلاب کنید، ارزش‌های آنان را تغییر دهید» (اینگلهارد، ۱۹۹۸: ۲۳)؛ در حقیقت، ارزش‌ها به نظام اجتماعی هویت بخشیده، بنیان نظام فرهنگی جامعه را تشکیل می‌دهند و معیار اساسی بایدها و نبایدهای جامعه می‌باشند؛ یعنی زیربنای هنجارهای اجتماعی را پی‌ریزی می‌کنند. اگر ارزش‌ها، ثبات نسبی داشته باشند، فرهنگ عمومی نیز ثبات نسبی خواهد داشت و اگر دچار آسیب و بحران شوند، فرهنگ عمومی نیز آسیب‌پذیر می‌شود؛ زیرا زمینه‌ساز ثبات فرهنگی یا بحران فرهنگی؛ به ویژه در بعد فرهنگ عمومی هستند؛ به‌طور کلی می‌توان گفت: ارزش‌ها، مرکزیت، رجحان، اولویت، جنبه‌ی دستوری و بار عاطفی دارند؛ چنان‌که افراد حاضرند، برای حفظ آنها از جان و مال خود بگذرند (مرزآبادی، ۱۳۸۷: ۱۱). با توجه به نقش فضای مجازی در توسعه‌ی جوامع، در جامعه‌ی ما نیز، در سال‌های اخیر به فن آوری اطلاعات و ارتباطات اهمیت زیادی داده شده است؛ با این حال، در این رابطه آسیب‌های جدی وجود دارد که بررسی و ریشه‌یابی آنها ضروری است. امروزه فرهنگ



رسانه‌ای اینترنت، فضای ذهنی جوانان را اشغال کرده است و این مسئله نقش والدین را در کنترل تربیتی فرزندان و نظارت اخلاقی بر آنها نشان می‌دهد. بروز رسانه‌های نوظهور می‌تواند زمینه‌ساز انواع جدید آسیب‌های اجتماعی و روانی باشد. به همین دلیل، برنامه‌ریزی برای شناسایی، پیشگیری و کاهش آسیب‌های نوظهور، لازم و ضروری می‌نماید. این آسیب‌ها، مرتبط با فن‌آوری‌های جدید هستند که آسیب‌های ناشی از استفاده از ماهواره، بازی‌های رایانه‌ای، تلفن همراه و اینترنت، می‌توانند در این مجموعه قرار گیرد.

### اهمیت و ضرورت تحقیق

گسترش فضای اجتماعی و عام شدن بسیاری از امور خاص و در هم تنیدگی جهان، موجب شده که نوجوانان و جوانان امروزی در انتخاب هویت‌های منسجم و یگانه با مشکل و حتی بحران مواجه شوند و هویت آنها دچار انشقاق گردد. از این رو، آنچه دیده می‌شود؛ فرایند آرام و پیوسته‌ی انتقال هویت از نسلی به نسل دیگر نیست؛ بلکه در دنیای کنونی، بیشتر شاهد بحران‌های هویتی و به همان نسبت، بازسازی‌های هویتی هستیم. اشاعه‌ی فن‌آوری‌های اطلاعاتی نوین در میان جوامع، بدون شک بر شیوه‌ی زندگی مردم دنیا، تأثیرگذار بوده است و به تبع آن، الگوهای رفتاری جوانان ایرانی نیز متأثر از اشاعه‌ی سریع فرهنگ نوین سایر ملل و جوامع غربی است. فرهنگ‌پذیری صرفاً مربوط به محیط‌های فیزیکی و محسوس اطراف ما نیست؛ بلکه به موازات آن افراد از محیط‌های مجازی بهره‌مند و با آن همانند می‌شوند. ورود عناصر جدید فرهنگی، به واسطه‌ی جذابیت فضای مجازی (اینترنت) و تجربه و حضور مستمر قشر جوان - دانشجوی و دانش‌آموز - در این محیط با نیازها و انگیزه‌های مختلف (علمی، آموزشی، سرگرمی و خبری) منجر به باز تولید سلیقه‌های مجازی شده است (فرخ‌نیا و لطفی، ۱۳۹۰: ۲۰). تربیت، در یک بستر ارزشی رخ می‌دهد، غایت آن نیز تربیت افراد، متناسب با ارزش‌های اجتماعی، اقتصادی، دینی و فرهنگی مورد قبول جامعه است (رایلی، ۲۰۰۴: ۲۰)؛ بنابراین، کلیه‌ی تصمیم‌های طراحی و اقدامات اجرایی تربیتی، جنبه‌ی ارزشی دارند و برنامه‌ریزان، طراحان و معلمان باید ضمن آگاهی از ارزش‌های حاکم بر جامعه، سازمان ارزشی مخاطبان خود را بشناسند. شناسایی نظام ارزشی نوجوانان، به سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مجریان برنامه‌ها کمک می‌کند تا با شناخت بیشتر از مخاطبان خود، برنامه‌های معتبر و مطمئن‌تری، طراحی و تدوین کنند.

### چارچوب نظری

مفهوم ارزش همانند سایر اصطلاحات و مفاهیم، به تعداد صاحب‌نظران این حوزه، تعاریف گوناگونی دارد. در این رابطه هافستد (۱۹۸۴: ۴۰) ارزش را گرایشی گسترده به ترجیح وضعیت‌های معینی از امور بر امور دیگر تعریف می‌کند. از نظر روکیچ ارزش به عنوان باوری پایدار، درباره‌ی شیوه‌ی خاصی از رفتار یا هدف‌گایی که از نظر فردی یا اجتماعی در برابر رفتار یا هدفی دیگر مرجح است، تعریف می‌گردد؛ همچنین، ارزش به عنوان پدیده‌ی اجتماعی تعریف شده که از زمان تشکیل



جوامع اولیه تاکنون در زندگی انسان نقشی مهم داشته است. ارزش‌ها از ابعاد مهم و اساسی شخصیت و زندگی اجتماعی به شمار می‌آیند. در واقع، ارزش‌ها چارچوب‌های ویژه‌ای برای افراد جامعه، تعیین می‌کنند تا بدانند در هر موقعیتی چه رفتار و پاسخی مناسب است. آنها جهت‌دهنده و تعیین‌کننده رفتارند (ورنون، ۱۹۷۳: ۹۸؛ روکیچ، ۱۹۶۰: ۸۰) و عامل رفتار در محیط کار می‌باشند (شوارتز، ۱۹۹۲: ۳۰)؛ افزون بر این، ارزش‌ها از لحاظ تجربی با ابعاد مهم رفتار سازمانی، عملکرد آموزشی و تصمیم‌گیری شغلی پیوند می‌خورند و نمایانگر، باورهای اصولی هستند که از نظر فردی یا اجتماعی نوعی رفتار برتر شمرده شده و نیز یکی از ابعاد فردی رفتار سازمانی و پایه و اساس درک نگرش‌ها و انگیزش افراد بوده و بر ادراک آنها اثر می‌گذارند. شوارتز (همان: ۹۴) ارزش‌ها را به عنوان اهداف فرا موقعیتی مطلوب و متفاوت از نظر اهمیت می‌داند که به عنوان اصول راهنما در زندگی فرد به کار گرفته می‌شوند. قوانین و هنجارهای اجتماعی در هر جامعه بر اساس ارزش‌های حاکم، تدوین و تصویب می‌شوند. میزان پایداری نسبی ارزش‌ها در جامعه به پایداری فرهنگ عمومی و قوانین کمک می‌کند و تحول مداوم و بحرانی شدن آن، فرهنگ عمومی را نیز با تغییر و تحولات عمده، رو به رو می‌سازد (مرزآبادی، ۱۳۸۷: ۸۱). ارزش‌های حاکم بر هر جامعه از یک سو، بر نظام ارزشی افراد آن جامعه تأثیر می‌گذارند و از سوی دیگر، شکل‌دهنده‌ی نظام ارزشی تک‌تک افراد جامعه هستند. روان‌شناسان، غالباً نقش ارزش را از منظر هویت‌یابی و شکل‌گیری شخصیت افراد، مورد توجه قرار می‌دهند (کاظمی و مهران، ۱۳۸۹: ۷۵)؛ چنان‌که کسانی مانند آلپورت، کارل راجرز، اریک فروم، مزلو و یونگ به ترتیب با طرح مفاهیمی همچون: انسان کامل، انسان در پی خودتحقیق، انسان بارور، انسان با کنش کامل و انسان بالغ، بر ارزش‌جویی و حاکمیت نوعی نظام ارزشی بر انسان، تأکید کرده‌اند. یافته‌ی برخی از جامعه‌شناسان؛ مانند: امیل دورکیم و پارسونز بر نقش ارزش‌ها از جهت ایجاد وجدان جمعی و همبستگی مکانیکی و ارگانیکی بین اعضای جامعه توجه دارند. جامعه‌شناسان دیگر؛ مانند: ماکس وبر، رونالد اینگلهارد و هابرماس از زاویه‌ی دیگری به ارزش‌های اجتماعی توجه کرده‌اند. آنان بیشتر بر روند تحول و فاصله‌ی ارزش‌ها، میان نسل‌های مختلف توجه دارند (پوریانی، ۱۳۸۷: ۵۳).

### نظام ارزش‌های خانواده

۱. **ارزش نظری:** علاقه‌مندی به کشف ترتیب حقیقت، وجود یک گرایش شناختی، مشاهده، استدلال، وجود جنبه‌های تجربی و عقلانی (مرزآبادی، ۱۳۸۷: ۶۴).
۲. **ارزش اقتصادی:** ترجیح جنبه‌های عملی و سودآور، فعالیت‌ها و تأمین نیازهای جسمانی، سودمندی اشیاء، ارزشیابی نیازهای بدنی، صیانت ذات (روشه، ۲۰۰۰: ۸۹؛ مک کارتی و شرام، ۲۰۰۵: ۹۱).
۳. **ارزش هنری:** تمایل به تجربه‌ی همسانی و تنوع در پدیده‌ها و جست و جوی ظرافت، تقارن و تناسب، توجه به نظم و هماهنگی در رویدادها و لذت بردن از جلوه‌های هستی به خاطر خود آنها.
۴. **ارزش سیاسی:** تمایل به کسب قدرت، تسلط و رهبری نسبت به دیگران، هدایت فعالیت‌های



شغلی، اجتماعی، سیاسی.

۵. **ارزش اجتماعی:** علاقه‌مندی و عشق ورزیدن به انسان‌ها، متعهد بودن به مهربانی، صمیمیت، فداکاری در تعامل بین انسان‌ها.

۶. **ارزش مذهبی:** تمایل به درک کل هستی، ارتباط دادن خود به کلیت فراگیر هستی، وحدت وجودی در پدیده‌ها، کسب معرفت، اهل تصوف بودن و توجه به عنصر خدایی در هر کار (موسگر اوس، ۱۹۹۹: ۸۳).

جدول شماره ۱(۱): مؤلفه‌های نظام ارزشی

معرفه‌ها	مفهوم‌سازی (تعریف نظری)	بهره‌مندی	بهره‌دهندگی
	علاقه‌ی اصلی علم، نیل به حقیقت است که در تعقب و تحقق این هدف، به صورت مشخص گرایش شناختی دارد و در پی استدلال گرایش شناختی، مشاهده است. انسان علمی، فردی است که غالباً یک اندیشمند یا فیلسوف است. انتقادی و عقلانی، نظم بخشیدن به شناخت و معرفت.	بهره‌مندی	بهره‌دهندگی
	آنچه انسان اقتصادی به آن علاقه دارد، سودمندی اشیا است که از نیازهای اولیه‌ی بدنی تا فعالیت‌های علمی دنیای اقتصاد را شامل می‌شود. انسان اقتصادی در روابطش با دیگران بیشتر در صدد برتری داشتن نسبت به آنها از لحاظ ثروت است تا تسلط بر آنها یا خدمت به آنها. گرایش اقتصادی غالباً در تضاد با ارزش‌های دیگر است.	بهره‌مندی	بهره‌دهندگی
	انسان زیباگر، زندگی را سلسله‌ی رویدادها می‌داند و از هر تجربه و اثری - آنچه که هست - لذت می‌برد. سنخ زیباگر، قطب مخالف سنخ نظری است؛ چون اولی به تنوع تجارب و دومی به همسانی تجارب گرایش دارد. انسان زیباگر، علاقه‌مند به انسان‌ها است.	بهره‌مندی	بهره‌دهندگی
	عشق به آدم‌ها، بالاترین ارزش برای این سنخ است. او برای دیگران ارزش قائل است. چنین فردی ممکن است ارزش‌های نظری، اقتصادی و زیباگرایی را بی‌روح و غیرانسانی بداند. چنین فردی کم و بیش گرایش مذهبی دارد.	بهره‌مندی	بهره‌دهندگی
	انسان سیاسی، اساساً مجذوب قدرت است. فعالیت‌های چنین شخصی، الزاماً منحصر به حوزه‌ی سیاست نمی‌شود؛ بلکه در هر شغلی که باشد به دنبال سلطه و قدرت است و ریاست می‌کند. کسانی که در حوزه‌های خاص، رهبر هستند؛ معمولاً ارزش‌های بالایی دارند.	بهره‌مندی	بهره‌دهندگی
	بالاترین ارزش انسان مذهبی، وحدت و یکپارچگی است. او انسانی مذهبی، عارف و اهل تصوف است و می‌کوشد هستی را در کل آن درک کند و خود را به کلیت جامع و فراگیر آن ارتباط دهد.	بهره‌مندی	بهره‌دهندگی
	توجه به وحدت و یگانگی، عارف و اهل تصوف، درک هستی در کل و توجه به عنصر خدایی در هر کاری.	بهره‌مندی	بهره‌دهندگی

## پیشینه‌ی پژوهش

نتایج تحقیقات سویرا مانیام (۲۰۰۱) نشان می‌دهد که کودکان، بیشتر از نوجوانان، پسران بیشتر از دختران و سفیدپوستان بیشتر از سیاه‌پوستان از رایانه استفاده می‌کنند. استفاده‌ی زیاد از اینترنت



بر مهارت‌های شناختی، اثر منفی ندارد؛ حتی ممکن است استفاده از آن، به ویژه ایمیل بر روابط شخصی و حفظ روابط اجتماعی کمک کند.

نتایج پژوهش‌های پیرسی (۲۰۰۰) و یانگ (۱۹۹۹) روشن می‌سازد که مشکلات خانوادگی چون سردی روابط بین افراد خانواده، نزاع، طلاق، مشکلات درسی و شغلی در خانواده‌هایی که فرزندان آنها وابسته به اینترنت هستند، زیاد می‌باشد.

اریک (۲۰۰۰) در مطالعه بین میزان استفاده از اینترنت و تنهایی و انزوا، رابطه‌ی معناداری را به دست آورده است. به این معنا هر چه فرد، بیشتر به اینترنت وابسته می‌شود، ارتباط وی با اجتماع و دیگران کمتر می‌شود.

قلیجه و دیگران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی میزان اعتیاد به اینترنت در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی زاهدان» به این یافته‌ها رسیدند که اعتیاد حدود ۴۷ درصد از دانشجویان به اینترنت، خفیف و ۳۸/۴ درصد، متوسط و ۱۴/۱ درصد، شدید می‌باشد؛ همچنین، بین اعتیاد به اینترنت و سن، جنس، زمان و طول زمان استفاده از اینترنت و دلیل استفاده از آن رابطه‌ی آماری معناداری وجود دارد.

کفاشی (۱۳۸۸)، 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، وارد شدن دانشجویان در بحث و مناظره گروهی، پذیرفته شدن آنها در محیط تعاملی اینترنتی، احساس رضایت از گمنام بودن در اینترنت، میزان اطلاع خانواده در مورد استفاده‌ی فرزندان از محیط‌های اینترنتی و متغیر وابسته ارزش‌های خانواده، رابطه‌ی آماری معکوس وجود دارد.

شعرا (۱۳۸۷) در پژوهش خود با عنوان «تعیین اثربخشی اعتیاد به اینترنت در عملکرد تحصیلی دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر شیراز و ارائه‌ی راهکارهایی برای پیشگیری و درمان» نشان داد که: ۶۴/۳ درصد آنان به اینترنت، معتاد و دچار مشکلات مقطعی یا دائمی بودند و ۴/۵ درصد، اعتیاد شدیدی به اینترنت، دارند و احتمال وجود مشکلات جدی در زندگی برای آنها وجود دارد؛ همچنین، با استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن مشخص نمود که اعتیاد به اینترنت با از دست رفتن فرصت‌های آموزشی غیر رسمی، کاهش تمرکز برای یادگیری، احساس خستگی در کلاس درس، غفلت در انجام تکالیف درسی و اختلال در آمادگی افراد برای امتحان، رابطه‌ی زیادی دارد و در میزان اعتیاد به اینترنت، میان دانش‌آموزان پسر و دختر، تفاوت معناداری وجود ندارد.

### تعریف مفهومی متغیرها

**فضای سایبر:** به مجموعه‌هایی از ارتباطات درونی انسان‌ها از طریق رایانه و مسائل مخابراتی، بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی، گفته می‌شود.



**نظام ارزشی:** نظامی متشکل از نمادها است که در قالب ایده‌های انتزاعی اخلاقی خوب و بد، مناسب و نامناسب و درست و نادرست سازماندهی شده است.

**ارزش سیاسی:** واجدان این ارزش، قدرت گرا هستند که فعالیت آنها محدود به حوزه‌ی سیاست نیست؛ بلکه در هر شغل و حرفه‌ای که باشند، در پی کسب قدرت و سلطه هستند. رقابت با دیگران، مهمترین انگیزه‌ی تلاش آنها در صحنه‌های مختلف زندگی است.

**ارزش هنری:** واجدان این ارزش، ممکن است هنرمند نباشند؛ اما به مسائل هنری، گرایش داشته باشند. این افراد معتقدند ساختن چیزی زیبا، مهمتر از خلق چیزی حقیقی است.

**ارزش اقتصادی:** واجدان این ارزش، به فایده عملی علم، توجه می‌کنند و علم را به خاطر فن آوری، می‌خواهند و وقتی هنر و زیبایی را می‌خواهند که در خدمت سوداگری باشد.

**ارزش اجتماعی:** ارزش‌های اجتماعی به مدل‌های کلی رفتار، احکام جمعی و هنجارهای کرداری اطلاق می‌شوند که عموم و جامعه آن را پذیرفته‌اند.

**ارزش مذهبی:** واجدان این ارزش، به عرفان و فلسفه گرایش دارند و سعی می‌کنند که در هر رویدادی عنصری الهی پیدا کنند.

**ارزش نظری:** واجدان این ارزش، حقیقت‌جو، دارای بازخورد شناختی و اهل اندیشه‌اند و دانش، علم و معرفت تنها هدف آنها می‌باشد (خاتمی‌نسب و دیگران، ۱۳۹۱: ۹۷).

### روش تحقیق

روش پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد، جامعه‌ی آماری آن، ۳۲۰ نفر از دبیران مدارس متوسطه آموزش و پرورش استان ایلام می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران ۱۷۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات، استفاده از پرسش‌نامه بود. جهت روایی و اعتبار ابزار اندازه‌گیری از نظر استادان و دبیران استفاده شد؛ به عبارتی، نوع اعتبار مطرح شده در این تحقیق، اعتبار صوری می‌باشد. جهت به دست آوردن پایایی، نمونه‌ی ۳۰ نفری از اعضای جامعه، انتخاب و به منظور محاسبه‌ی پایایی پرسش‌نامه، آلفای کرونباخ آن، محاسبه شد. آلفای کرونباخ ابزار اندازه‌گیری ۰/۸۷ به دست آمده است که نشان از بالا بودن پایایی و قابلیت اعتماد پرسش‌نامه داشت.

### فرضیه‌ها

**فرضیه‌ی اول:** ارزش‌های خانوادگی در میان افرادی که از فضای مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند، متفاوت است.

**فرضیه‌ی دوم:** این ارزش‌ها در میان استفاده‌کنندگان از فضای مجازی، متناسب با طول زمان استفاده (روزانه، هفتگی، ماهانه)، متفاوت است.

**فرضیه‌ی سوم:** ارزش‌های خانوادگی در میان افرادی که فضای مجازی استفاده می‌کنند، با توجه به نوع استفاده از این فضا متفاوت است.



## یافته‌ها

جدول شماره ۱ (۱): تفاوت میانگین ارزش‌های خانوادگی افرادی که از فضای مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند.

جنس	تعداد	میانگین	انحراف معیار	انحراف معیار از میانگین
مرد	۷۰	۴۶/۶۷	۱۱/۴۵۳	۱/۶۵۴
زن	۱۰۰	۴۹/۳۲	۸/۲۳	۲/۱۲

جدول شماره ۲ (۲): آزمون مقایسه‌ی میانگین گروه‌های مستقل برای نشان دادن تفاوت میانگین ارزش‌های خانوادگی افرادی که از فضای مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند.

فاصله اطمینان ۹۵/۰ حد بالا- حد پایین	آزمون لوی برای برابری	آزمون مقایسه میانگین‌ها	سطح معناداری	درجه آزادی	انحراف استاندارد
۳/۱۷۸ ۸/۴۳۵	۱/۴۵	۰/۲۲۲	-۰/۸۷۶	۴/۵	۰/۰۳
۸/۷۶۴ ۲/۹۸۷	۳/۳۲۴	-۱/۰۴۶	۰/۷۶۵	۰/۳	۳/۴۵

با توجه به فرضیه‌ی تحقیق که از نوع فرضیه‌ی تفاوتی است و سطح معناداری دو دامنه ۰/۰۳ که زیر ۰/۰۵ است ( $>Op/05$ ) و حد بالا و پایین به دست آمده با فاصله‌ی اطمینان ۹۵ درصد، بیانگر وجود تفاوت بین ارزش‌های خانوادگی افرادی که از فضای مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند، می‌باشد.

جدول شماره ۳ (۳): تفاوت ارزش‌های خانوادگی در میان افرادی که از فضای مجازی استفاده می‌کنند در تناسب با طول زمان استفاده (روزانه، هفتگی، ماهانه) (با استفاده از تحلیل واریانس یک طرفه)

منابع	تغییر مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی‌داری
بین گروهی	۶۵۷۱۸۷۱	۲	۶۸۷/۵۴۷	۸۵۴/۹	۰/۰۰۰
درون گروهی	۱۵۷۲۲/۳۴۷	۱۳۷	۷۷/۸۹۷		
جمع	۱۶۵۹۴۰۰۴	۱۳۹			

با توجه به F محاسبه شده (۹/۸۵۴) و سطح معناداری (۰/۰۰۰) می‌توان گفت: بین میانگین نمره ارزش‌های خانوادگی افرادی که از فضای مجازی استفاده می‌کنند، متناسب با طول زمان استفاده (روزانه، هفتگی، ماهانه)، تفاوت معناداری وجود دارد. برای مشخص شدن بیشترین و کمترین تفاوت از





آزمون LSD استفاده شد که در جدول زیر دیده می شود.

جدول شماره (۴): جدول پس آزمون LSD تفاوت ارزش های خانوادگی افرادی که از فضای مجازی استفاده می کنند، به تفکیک طول زمان دسترسی (روزانه، هفتگی، ماهانه)

ارزش های خانوادگی	تفاوت میانگی ها	انحراف استاندارد	سطح معنی داری	فاصله اطمینان ۹۵ درصد حد بالا حد پایین
هفتگی	۵/۲۴	۲/۳۴۶	۰/۳۸	۸۹/۷۵ ۰/۲۵
ماهانه	۹/۸۷	۲/۳۹۸	۰/۰۰۰	۱۳/۱۸ ۳/۷۹
روزانه	-۵/۸۹	۲/۶۷۵	۰/۳۹	-۰/۲۵ -۰۸/۹۰

با توجه به جدول بالا و استفاده از پس آزمون LSD می توان دریافت؛ افراد خانواده هایی که روزانه از فضای مجازی استفاده می کنند در مقایسه با کسانی که ماهانه از این فضا بهره می گیرند، به اندازه ۹/۸۷ واحد و در مقایسه با افرادی که هفتگی از فضای مجازی استفاده می کنند، به اندازه ۵/۲۴ واحد از میانگین ارزش های خانوادگی بیشتری برخوردارند؛ بنابراین، با توجه به سطح معناداری این تفاوت، می توان گفت که این تفاوت، قابل تعمیم به کل جامعه می باشد و حداکثر این تفاوت ها مربوط به افرادی است که روزانه از اینترنت استفاده می کنند و حداقل آن مربوط به افراد خانواده هایی است که ماهانه از فضای مجازی استفاده می کنند.

جدول شماره (۵): جدول تفاوت ارزش های خانوادگی افرادی که از فضای مجازی استفاده می کنند (با توجه به نوع استفاده از فضای مجازی).

منابع تغییرداری	مجموع تغییرات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	درجه آزادی	سطح معناداری
بین گروهی	۸/۶۵۴	۳	۵/۸۴۴	۴/۱۲۳	۰/۰۰۰
درون گروهی	۲۵۶۷۴/۲۱۱	۱۴۳	۱۵۴/۳۴۲		
جمع	۲۵۶۸۲/۸۶۵	۱۴۹			

با توجه به محاسبه شده (۴/۱۲۳) و سطح معناداری (۰/۰۰۰) می توان گفت که بین میانگین نمره ی افراد خانواده هایی که از فضای مجازی استفاده می کنند؛ با توجه به نوع استفاده از محیط های فضای مجازی، تفاوت معناداری وجود دارد. برای مشخص شدن کمترین و بیشترین تفاوت از آزمون LSD

استفاده شده است که در جدول زیر مشاهده می شود.

جدول شماره ۶: (۶): جدول پس آزمون LSD، تفاوت ارزش های خانوادگی؛ با توجه به نوع استفاده از فضای مجازی، در میان افرادی که از فضای مجازی استفاده می کنند.

ارزش ها	تفاوت میانگین ها	انحراف استاندارد	سطح معناداری	فاصله اطمینان ۹۵ درصدی	
				حد بالا	حد پایین
دانلود - چت	۶/۲۵	۱/۱۸	۰/۰۰۷	۳/۶۵	۸/۶
ایمیل	-۳/۴۵	۳/۲۳	۰/۰۰۶	۳/۴۵	۱۳/۴۵
بحث	۱۳/۸۷	۱/۹۸	۰/۰۴۱	۳/۲۴	۸/۶۷
علمی	۸/۵۴	۱/۷۸	۰/۰۰۹	۵/۴	۸/۸۸
ایمیل - دانلود	۷/۲۱	۳/۳۲۱	۰/۰۰۷	۷/۹۰	۴/۳۴
بحث	۴/۴۴	۱/۴۳۵	۰/۰۰۶	۹/۱	۱/۲۳
علمی - ایمیل	-۳/۵۶	۱/۷۶	۰/۰۴۳	۱۳/۲۲	۴/۸۷
چت	۳/۴۵	۱/۳۲	۰/۰۰۸	۶/۶۵	۱/۱۲
دانلود	۶/۴۵	۲/۷۶	۰/۰۰۴	۴/۲۵	۸/۵۶
چت - بحث	۱۳/۸۷	۳/۸۷	۰/۰۰۸	۴/۵۴	۱۲/۸۷
دانلود - علمی	-۷/۲۱	۴/۳۹	۰/۰۰۳	۸/۸۹	۰/۵
ایمیل	۳/۲۳	۱/۹۰	۰/۰۰۵	۱/۶	۷/۹۸

با توجه به جدول بالا و استفاده از آزمون LSD می توان نتیجه گرفت که افراد خانواده هایی که از فضای مجازی برای کارهای علمی، استفاده می کنند در مقایسه با افرادی که از فضای مجازی برای چت استفاده می کنند، از ارزش های خانوادگی بالاتری برخوردارند؛ همچنین، افراد خانواده هایی که از فضای مجازی استفاده می کنند در مقایسه با افرادی که از فضای مجازی برای دانلود استفاده می کنند، از ارزش خانوادگی بالاتر و بیشتری برخوردار می باشند. با استناد به سطح معناداری این تفاوت ها نتیجه گرفته می شود که تفاوت ها قابل تعمیم به کل جامعه ی آماری هستند و حداکثر تفاوت میانگین ارزش های خانوادگی، مربوط به افرادی است که از فضای مجازی برای بحث علمی استفاده می کنند و حداقل آن مربوط به کسانی است که از این فضا برای چت، استفاده می کنند و بقیه در مراتب بعدی قرار دارند.



## نتیجه‌گیری

بررسی نمونه‌ی مورد مطالعه، نشان می‌دهد که ارزش‌ها، در میان افراد خانواده‌هایی که از فضای مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند، تفاوت دارند؛ همچنین، این ارزش‌ها در بین استفاده‌کنندگان از فضای مجازی بر حسب زمان استفاده (روزانه، هفتگی، ماهانه) تفاوت پیدا می‌کنند؛ به عبارت دیگر، حداکثر تفاوت میانگین ارزش‌های خانوادگی مربوط به افرادی است که روزانه و حداقل آن مربوط به افرادی است که ماهانه از فضای مجازی استفاده می‌کنند. میانگین نمره ارزش‌های خانوادگی استفاده‌کنندگان از فضای مجازی بر حسب نوع استفاده، متفاوت است. حداکثر تفاوت میانگین ارزش‌های خانوادگی، مربوط به افرادی است که از فضای مجازی برای بحث علمی بهره می‌گیرند و حداقل آن مربوط به افراد خانواده‌هایی است که از این فضا برای چت، استفاده می‌کنند.

## پیشنهاد‌های تحقیق

- با توجه به اینکه بیشتر استفاده‌کنندگان از فضای مجازی، نوجوانان و جوانان هستند، فرهنگ‌سازی برای کاهش پیامدهای آن، ضروری است؛ از این رو اطلاع‌رسانی و آموزش نحوه‌ی استفاده‌ی صحیح از این فن‌آوری، می‌تواند مؤثر واقع شود.
- استفاده از ظرفیت‌هایی همچون رسانه‌های دیداری و شنیداری، روزنامه‌ها، مجلات، نشریات و ... برای نهادینه شدن فرهنگ سایبری در خانواده‌ها.
- برگزاری جلسات آموزشی از سوی نهادهای فرهنگی استان، به منظور اطلاع‌رسانی و آشنا نمودن والدین به فن‌آوری‌های جدید؛ به‌ویژه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی.
- برگزاری کلاس‌های آموزشی در مدارس استان، جهت آگاهی دادن به نوجوانان و جوانان در مورد مزایا و معایب فن‌آوری‌های جدید و نحوه‌ی استفاده‌ی صحیح از آنها.
- وضع قوانین سخت‌گیرانه جهت برخورد با مجرمان اینترنتی و اجرایی نمودن این قوانین.
- آگاهی و هوشیاری بیشتر پلیس سایبری در مورد انواع جدید جرایم رایانه‌ای و اقدام در جهت ناکارآمد کردن دسیسه‌های دشمنان در این زمینه.
- پخش برنامه‌های آموزنده از سوی فرهنگ و ارشاد اسلامی از رادیو و تلویزیون، جهت افزایش آگاهی خانواده‌ها در خصوص خطرات ناشی از استفاده از اینترنت.
- والدین، اوقات بیشتری را با فرزندان خود در فضای بیرون از خانه سپری کنند؛ طوری که فرزندان از نظر عاطفی، احساس خلأ نکنند و جهت جبران این کمبود به فضای مجازی پناه نبرند.
- طراحی و تدوین بخشی از کتاب‌های درسی، در ارتباط با آشنایی دانش‌آموزان با فن‌آوری‌های جدید، اینترنت و خطرات بالقوه‌ی آنها.
- استفاده از آموزه‌های دینی از جمله امر به معروف و نهی از منکر، به عنوان نوعی کنترل اجتماعی توسط هر شخص.

## منابع و مأخذ

## الف) منابع فارسی

- پوریانی، م. ح؛ (۱۳۸۷)، «تحلیل جامعه‌شناختی نظام ارزشی دین اسلام»، فصل‌نامه‌ی علوم اسلامی، سال سوم، شماره ۱۲.
- حاتمی‌نسب، س. ح. ا. و دیگران؛ (۱۳۹۱)، «تحلیل رابطه بین نظام ارزش‌ها و سلامت روانی دانشجویان کارشناسی ارشد»، فصل‌نامه‌ی فرهنگ در دانشگاه اسلامی، سال دوم، شماره ۲۲.
- شعراء؛ (اسفند ۱۳۸۷)، «تعیین اثربخشی اعتیاد به اینترنت در عملکرد تحصیلی دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر شیراز و ارائه راهکارهایی برای پیشگیری و درمان»، همایش ملی آسیب‌شناسی روانی و اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- فرخ‌نیا، ر. و ا. لطفی؛ (بهار ۱۳۹۰)، «بررسی تأثیر فضای مجازی اینترنت بر مدگرایی»، فصل‌نامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۲۲.
- قلجه، م. ا. اربابی، ا. رئیسی و م. دهبزرگی شیرازی؛ (۱۳۹۱)، اولین کنگره بین‌المللی دانشجویی اعتیاد، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات درمانی ارومیه.
- کاظمی، ص. و ب. مهram؛ (۱۳۸۹)، «کاوشی در عملکرد مدیریت آموزشی به عنوان مؤلفه‌ای از برنامه‌ی درسی پنهان در تربیت ارزشی دانش‌آموزان»، فصل‌نامه‌ی مطالعات برنامه‌ی درسی ایران، شماره‌ی ۱۷.
- کفاشی، م؛ (تابستان ۱۳۸۸)، «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده»، فصل‌نامه‌ی علمی پژوهش اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، سال دوم، شماره‌ی ۳.
- مرزآبادی، آزاد؛ (۱۳۸۷)، «بررسی رابطه‌ی نظام ارزشی خانواده با ارزش‌های نوجوانان»، فصل‌نامه‌ی علوم رفتاری، سال ۲، شماره ۱۸.

## ب) منابع انگلیسی

- Eric, J. B. S. (2000). Internet use and relationship to loneliness. Journal Cyber, Psychology Behavior.
- Gardner, p. (2003). The secondary school. In John Beck & Mary EaKey issues in secondary. London: Continuum...- Hofstede. G. (1984). "The cultural relativity of the quality of life concept." Academy of Management Review
- Mccarty, J. A., & Shrum, L. J. (2005). Personal Values, value Crientation, Attitudes, and Behavior. Jounal of Business Research, May, 30
- Musgravs Peter, w. (1967). The Maral Values of Some AusteralianAdotescents. A Report and Discussion AusteralianNewsland. Journal Of Sociology.
- Piercy, D. (2000). Student psychological well-being and the internet- A review and - discussion of current research. Retrieved for World Wide Web.
- Rokeach, M, "B,(1960). Attitude and vaiues" Jossey Bass publishers.
- Rokeach, M. (1973). The nature of human value. New York: Free Press.
- Rosheh, C. G. (2000). Study of values. Boston: Houghton Mifflin company.
- Riley, K. (2004). Reforming for democratic schooling: learning for the



future not yearning for the post. In John Macbeath & Leif Moos. Democratic learning: The challenge to school effectiveness. New York: RoutledgeFalmer.

- Subramanyam, k. (2001). Impact of computer use on children and adolescents development. Applied Development psychology.

- Schwartz, S. H. (1992). "Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries." Advances in experimental social psychology

- Vernon, S. (1973). «The art of invective performing identity» in cyberspace new media and society, Vol 4, sage publication.

- Young, K. S. (1999). Internet addiction: Evaluation and treatment. Student BMJ