

تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر استفاده از فضای مجازی بر نظام ارزشی افراد در خانواده‌ها (مقایسه‌ی مناطق شهری و روستایی اصفهان)

پری عطایی کجویی^۱، ابراهیم انصاری^۲، مسعود کیانپور^۳

چکیده:

گسترش 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. جامعه‌ی آماری را افراد بالاتر از ۱۵ سال شهر اصفهان 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 شهری از روستایی 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

ataee1975@yahoo.com

۱- دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

e.ansari29@yahoo.com

۲- دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان (نویسنده مسئول)

masoudkianpour@gmail.com

۳- استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه اصفهان

تاریخ پذیرش: ۹۵/۲/۲۷

تاریخ وصول: ۹۴/۱۱/۱۳

وجود دارد.

کلید واژه‌ها: فضای مجازی، خانواده، نظام ارزشی، ارزشهای خانوادگی، ارزش‌های دینی

مقدمه و بیان مسئله

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 باز می‌دارند. در واقع امروزه جهان اجتماعی به دو بخش تقسیم شده است: یکی جهان واقعی و دیگری جهان مجازی که نحوه‌ی ارتباط در این دو جهان نیز متفاوت است (عاملی، ۱۳۹۰: ۲).

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 آنجا که شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان یکی از انواع تکنولوژی‌های مدرن امروزی، امکان ارتباط افراد را با هزینه‌ی کم در همه‌ی نقاط اعم از شهری و روستایی فراهم می‌کنند. احتمال اینکه این فن‌آوری ارتباطی به عنوان منبع ارزش‌آفرین 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 شهری و روستایی دارد. هرچند این تغییرات در بلندمدت خود را نشان می‌دهد اما بخصوص در مناطق روستایی ارتباط از طریق فضای مجازی افراد را از محیط اجتماعی سنتی و روستایی 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 روستایی 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 ۵ هزار و ۶۴۴ نفر اعلام شده است که به وسیله‌ی پارامترهایی چون اینترنت دایال آپ، اینترنت ADSL، اینترنت موبایل GPRS، وایمکس و فیبر به شبکه متصل می‌شوند. استان اصفهان 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 شهری و روستایی متفاوت است. شهر اصفهان نیز به عنوان یکی از برزرگترین کلان‌شهرهای ایران همچون دیگر مناطق کشور تحت نفوذ اینترنت و فضای مجازی است و همچنین روستاها که با گسترش تکنولوژی دارای امکانات بهره برداری از اینترنت شده‌اند. از آنجا که 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 شهری اصفهان بپردازد.

پیشینه‌ی تحقیق:

طولابی، کمربیگی ۱۳۹۲، در مقاله‌ی خود با عنوان "تفاوت ارزشی در روابط والدین و فرزندان" به بررسی تفاوت بین سلسله مراتب 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، کمربیگی، ۱۳۹۲: ۲). 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... و متغیرهای وابسته ارزشهای خانواده رابطه‌ی آماری معکوسی وجود دارد (کفاشی، ۱۳۸۸: ۱۰).

نتایج پژوهش‌های (پیرسی ۲۰۰۰) ویانگ (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: ۱۵۲-۱۴۶).

در یک جمع‌بندی می‌توان به این نکته دست یافت که تحقیقات فراوانی پیرامون مسأله‌ی پژوهش انجام شده که هر کدام ابعادی را مورد بررسی قرار داده‌اند، اما محقق پژوهشی که به مقایسه‌ی تأثیرات فضای مجازی بر خانواده‌های شهری و روستایی 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 به نوعی منابع اطلاعاتی که افراد دریافت می‌کنند دستخوش تغییراتی شده که در همه‌ی جوانب زندگی مشهود است. از آنجا که 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 شده تا به بررسی تفاوت تأثیر فضای مجازی بر نظام ارزشی افراد در خانواده‌های شهری و روستایی پرداخته شود.

چهارچوب نظری مقاله:

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 تعریف شده، پذیرفته می‌شوند. این نظام بر اساس پهنه‌ی جغرافیایی و دوره‌ی زمانی و بر اساس گروه اجتماعی مورد استناد (مثلاً یک خانواده، یک روستا، یک شهر، یک کشور...) تغییر می‌کند. افزون بر این، نظام ارزشی لزوماً در همه‌ی افراد آن گروه به صورت یکسانی درونی نشده و به صورت یکسانی به آن عمل نمی‌شود. بدین ترتیب نظام ارزشی در هر جامعه، بیشتر یک پیوستار قابل انعطاف از رفتارها، اندیشه‌ها، واژگان 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 روکیچ ارزش به عنوان 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 نشان دهنده‌ی 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. به هر روی 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 (گیدنز، ۱۳۷۶: ۵۶).

یکی از راههایی که به وسیله‌ی آن افراد می‌توانند در مورد پذیرش 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 نگاه داشتن هویت خود آزادانه به بحث و جدل‌های دینی پردازند. تالارهای گفت و گو از امن‌ترین مکان‌های اینترنتی هستند که کاربران فضای مجازی می‌توانند در آن به تبادل دیدگاه‌ها و باورهای دینی‌شان پردازند. فضای مجازی برای کاربران این امکان را فراهم می‌کند که به دور از هرگونه واژه‌های به بیان آزادانه‌ی عقاید دینی خود پرداخته و از عقاید دیگران نیز باخبر شوند. از آنجا که هویت کاربران برای مخاطبان نامعلوم است، مخاطبان ناچارند در برابر عقاید مخالفشان 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 به آسانی بپذیرند. (ساروخانی، بابایی فرد ۱۳۹۱: ۳۳۷).

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 چرا که 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 دور افتاده‌ترین 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 به طور 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 هرچه کمتر در گروهی ریشه داشته باشد، بیشتر به شنیدن دلایل مخالفان رغبت نشان می‌دهد. همین امر می‌تواند بین نظام ارزشی دو نسل تفاوتی را ایجاد کند. هرینگ^۱ 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 برساخته‌های بزرگسالان متفاوت است.

مارگارت مید نیز در این باره معتقد است که تحولات فن‌آوری عمیق ایجاد شده 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 آینه‌ی تمام‌نمای 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 نیاکان‌گرا می‌نامند: جامعه‌ای که در آن دگرگونی اجتماعی بسیار کند و تدریجی بوده، اقتدار از گذشته (سنت) نشأت می‌گیرد و گذشته‌ی بزرگسالان، آینده‌ی هر نسل جدید است. در واقع آینده‌ی کودکان به شیوه‌ای شکل می‌گیرد که آنچه پس از دوران کودکی برای پیشینشان پیش می‌آید، همان چیزی است که آن‌ها نیز پس از رسیدن به مرحله‌ی بلوغ، تجربه خواهد کرد.

۲- جوامع و فرهنگ‌های انتقالی که مید آن را همسال‌گرا می‌نامد: فرهنگ همسال‌گرا فرهنگی است که در 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.

۳- جوامع و فرهنگ‌های یادگیری یا به تعبیر مید جوان‌گرا، 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: ۴۵).
- بر اساس این تقسیم‌بندی آلپورت و رأس تمایز بین دو نوع جهت‌گیری مذهبی را به روشنی 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. همان‌ا عملی است که پیروان یک دین آن را به جا می‌آورند، مانند نماز، روزه، حج رفتن در مذهب اسلام (لهسایی زاده و دیگران، ۱۳۸۵: ۱۵۱).
- اینگلهارت تغییر فرهنگی را اساساً همان تغییر ارزشی می‌پندارد که در جوامع صنعتی شده‌ی غربی، پیامد کم و بیش غیر ارادی 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 به نوبه‌ی خود منجر به ارزش‌های مادی گرایانه‌ی 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 داشت. 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: ۲-۱).

در این میان نمی‌توان منکر نقش مهم و اساسی خانواده بر شکل‌دهی به نظام ارزشی فرزندان بود. خانواده نیز مانند سایر نهادهای اجتماعی دستخوش تغییراتی شده است. در حالی که در جوامع روستایی 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 روستایی نیز مانند خانواده‌های شهری نمی‌تواند انتقال ارزشها را به راحتی انجام دهند. چنانکه رابرتسون معتقد است امروزه مردم توجه کمتری به مسؤلیت خود در قبال خانواده‌ی گسترده و توجه بیشتری به نیازهای خود و اعضای خانواده (خانواده هسته‌ای) نشان می‌دهند» (رابرتسون، ۱۳۷۴: ۳۲).

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: ۳۲۱).

از نظر عاملی ساز و کارهای دین و خانواده به عنوان دو عرصه از فرهنگ، در بستر پارادایم دوج جهانی شدن و دو فضایی شدن (واقعی و مجازی) قابل تشریحند. صنعت و حمل و نقل مهمترین عامل توسعه و گستردگی ارتباطات در جهان واقعی است و همچنین صنعت همزمان ارتباطات مهمترین عامل توسعه‌ی ارتباطات در جهان مجازی و به طور معناداری عامل کاهش ارتباطات محسوس و واقعی در جهان واقعی محسوب می‌شود (عاملی، ۱۳۹۰: ۱۵۷). از نظر 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. در واقع جهان جدید با تعاملی به هم پیوسته

که می‌توان آن را به دوقلوهای 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 در واقع تغییرات ارتباطی و هیجانات زندگی به صورت محسوس قابل رؤیت هستند. فضای دوم فضایی است مجازی واقعی که در جهان مجازی فرد شکل می‌گیرد و از خصیصه‌های عینی بودن، دیجیتال بودن، مجاز واقعی بودن، تعاملی بودن، غیر مرکزی بودن، با امکان دسترسی گسترده و قدرت انتخاب متکثر، متنوع و در عین حال متفاوت با تجربه‌های روزمره‌ی زندگی برخوردار است. مهم‌ترین شاخصه‌ی این فضا که در نسبی‌گرایی 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، دوفضایی شدن خانواده است. این تغییر بنیادین فرد را به صورت نامرئی در ارتباط با جهان دیگری قرار می‌دهد 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: ۲۹). با توجه به اینکه در خانواده‌ی سنتی، هویت مستقل فرد از خانواده کمرنگ بود، ولی در فضای دوجاهانی شده جدید، گسترش پیوندها، یعنی فرد جدید نیازمند تعامل تفاهمی است. تعامل 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

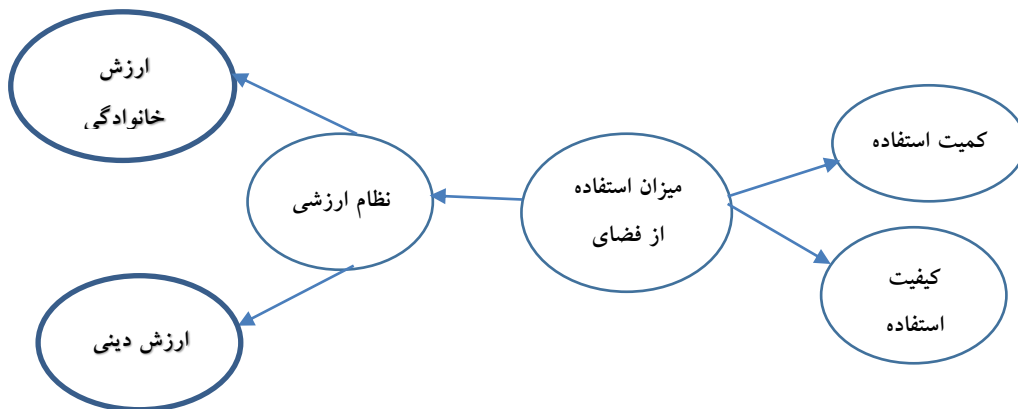
احساس جهت‌دهی متعین در خانواده، منشأ بروز تضادهای درون خانوادگی می‌شود. استمرار یا عدم استمرار ارزشها در درون خانواده، به پذیرش و قبول ارزشمند معانی اخلاقی برای فرد بستگی دارد. در واقع استمرار ارزش در فضای جدید آگاهی مدار است و لزوماً تابع هنجارهای عمومی جامعه و خانواده نیست (عاملی، ۱۳۹۰: ۱۶۳).

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: ۱۴۴). 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 شهری و روستایی 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 (حاجی زاده و میمندی، ۱۳۸۹: ۱۲۱).

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

مدل نظری تحقیق:



فرضیه‌های تحقیق به شرح زیر است:

بین میزان استفاده از فضای مجازی در خانواده‌های شهری و روستایی تفاوت وجود دارد.

بین نظام ارزشی خانوادگی در خانواده‌های شهری و روستایی تفاوت وجود دارد.

بین نظام ارزشی دینی در خانواده‌های شهری و روستایی تفاوت وجود دارد.

روش تحقیق

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 اصفهان و روستاهای اطراف آن هستند که براساس سرشماری سال ۱۳۹۰ تعداد ۵۷۹۳۰۲ خانواده و در مناطق روستایی اطراف شهر اصفهان ۷۲۴۶۷ خانواده گزارش شده است. شیوه‌ی نمونه‌گیری در این تحقیق نمونه‌گیری سهمیه‌ای بر اساس محل سکونت است که از بین مناطق ۱۵ گانه‌ی شهر اصفهان بر اساس نسبت توزیع جمعیت، سهم هر منطقه مشخص شد و از میان روستاهای شهرستان اصفهان، 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.
 به منظور برآورد حجم نمونه‌ی مورد مطالعه از فرمول کوکران با جمعیت بزرگ (بیش از ۵۶۰۰۰ نفر) استفاده شده است (سرمد، ۱۳۸۲: ۱۲۵).

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

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

$$t = 1/96 \text{ ضریب اطمینان } 95\%$$

$$p = 0/5 \text{ احتمال وجود صفت مورد نظر (استفاده از اینترنت)}$$

$$q = 0/5 \text{ احتمال عدم وجود صفت مورد نظر}$$

$$d = 0/05 \text{ دقت احتمالی مطلوب}$$

به این ترتیب حجم نمونه مطلوب برابر ۴۰۰ نفر محاسبه شده است. پاسخگویان به ۲۵۴ پرسشنامه‌ی توزیع شده در شهر اصفهان و ۱۳۰ پرسشنامه‌ی توزیع شده در اروستای بخش مرکزی اصفهان طور کامل پاسخ داده‌اند. مقاله‌ی حاضر درصدد تحلیل بررسی تفاوت تأثیر استفاده از فضای مجازی بر نظام ارزشی افراد در خانواده‌های شهر اصفهان و مناطق روستایی 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 به کارگیری روش توصیفی-میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه‌ی محقق‌ساخته، به جمع‌آوری اطلاعات از جامعه‌ی مورد مطالعه و آزمون فرضیات متناسب با مسأله مورد بررسی پرداخته شد. برای انجام محاسبات آماری شامل جداول توزیع فراوانی و مقایسه‌ی میانگین گروه‌های مستقل، از بسته‌ی نرم‌افزاری SPSS/var ۲۲ استفاده شده است.

مفاهیم و متغیرهای تحقیق:

متغیر مستقل:

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

۱- میزان استفاده از فضای مجازی: عبارت از مدت زمانی از شبانه‌روز است که فرد از

فضای مجازی استفاده می‌کند: در پنج طبقه: اصلاً استفاده نمی‌کنم، کمتر از یک ساعت، بین یک تا سه ساعت، بین سه تا پنج ساعت و بیشتر از ۵ ساعت.

۲- مدت زمان استفاده از فضای مجازی: عبارت از مدت زمانی 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.

۳- خدمات اینترنتی مورد استفاده: 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، واتس‌آپ 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 مورد سنجش 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... مورد سنجش قرار گرفته است.

۲- بعد ارزش‌های دینی شامل گویه‌هایی مانند نماز خواندن، زیارت کردن، کمک به دیگران، اعتقاد به خداوند، روز قیامت، رسیدگی به اعمال، هدفمند بودن زندگی و... است.

اعتبار و قابلیت اعتماد ابزار تحقیق

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 آلفای کرونباخ برای متغیرهایی که تهیه شده بودند محاسبه گردید. بر اساس این محاسبات ضرایب آلفای کرونباخ برای متغیر نظام ارزشی، بعد خانوادگی ۰/۷۲ و بعد دینی ۰/۸۲ و برای متغیر میزان استفاده از فضای مجازی ۰/۸۳ است.

یافته‌های تحقیق:

ویژگی‌های نمونه: از میان افراد پاسخگو ۲۵۴ نفر ساکن شهر اصفهان و ۱۳۰ نفر ساکنان روستا هستند. میانگین سنی پاسخگویان شهری ۴۶/۷۶ سال و میان‌ه‌ی سنی ۴۵ سال است. میانگین سن در روستا ۴۴/۷ سال و میان‌ه‌ی سنی ۴۲ سال است.

از نظر تحصیلات پاسخگویان ساکن شهر ۶۳ درصد زیر دیپلم، ۳۹/۶ درصد دیپلم، ۷/۱۶ درصد فوق دیپلم، ۳۴/۴ درصد لیسانس و ۳/۱ درصد فوق لیسانس و بالاتر هستند. تحصیلات ساکنان روستا ۳۰/۹ درصد زیر دیپلم، ۳۱/۴ درصد دیپلم، ۱۷/۴ درصد فوق دیپلم، ۲۷/۷ درصد لیسانس و ۲/۵ درصد فوق لیسانس و بالاتر است.

جنسیت پاسخگویان شامل ۵۰ درصد زن و ۵۰ درصد مرد در شهر و ۳۱/۴ درصد زن و ۶۸/۶ درصد مرد در روستا هستند.

میانگین استفاده از فضای مجازی ساکنان شهر ۴/۲ و این میزان در روستا ۱/۵ بوده است.

فرضیه‌های تحقیق:

بین میزان استفاده از فضای مجازی در خانواده‌های شهری و روستایی تفاوت وجود دارد.

بین نظام ارزشی خانوادگی در خانواده‌های شهری و روستایی تفاوت وجود دارد.

بین نظام ارزشی دینی در خانواده‌های شهری و روستایی تفاوت وجود دارد.

برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون تفاوت میانگین‌های دو گروه مستقل استفاده می‌کنیم:

جدول شماره ۱: تفاوت میانگین‌های دو گروه مستقل

متغیر	میانگین		انحراف استاندارد		تفاوت میانگین‌ها	حجم نمونه		درجه‌ی آزادی	نسبت t معناداری	سطح معناداری
	روستایی	شهری	روستایی	شهری		شهری	روستایی			
نظام ارزشی خانوادگی	۴/۷۶	۳/۶۵	۰/۶۸	۰/۴	-۱/۱۱	۲۵۴	۱۳۰	۱۸۰	-۲/۳۶	۰/۰۱۹
نظام ارزشی دینی	۴/۷	۳/۳	۰/۴	۰/۶	-۱/۴	۲۵۴	۱۳۰	۱۸۰	-۳/۷۱	۰/۰۰۰
میزان استفاده از فضای مجازی	۱/۵	۴/۲	۰/۹	۰/۸	۲/۷	۲۵۴	۱۳۰	۱۸۰	۱۶/۵۶	۰/۰۰۰

پردازش جدول شماره‌ی ۱ نشان می‌دهد میانگین نظام ارزشی دینی و خانوادگی در خانواده‌های روستایی بیشتر از خانواده‌های شهری است؛ همچنین میانگین استفاده از فضای مجازی در خانواده‌های شهری از خانواده‌های روستایی 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 شهری و روستایی در نظام ارزشی خانوادگی و دینی و استفاده از فضای مجازی تفاوت معنی داری 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 شهری و روستایی در سطح ۹۵٪ اطمینان، تأیید می‌شوند. همچنین مقایسه‌ی میانگین‌های نظام ارزشی خانوادگی نشان می‌دهد خانواده‌های روستایی با میانگین بالاتری از نظام ارزشی خانوادگی قرار دارند؛ این میانگین در خانوارهای روستایی ۴/۷۶ است در حالیکه در خانواده‌های شهری این میزان ۳/۶۵ گزارش شده است. همچنین این تفاوت میانگین‌ها در مورد نظام ارزشی دینی نیز صادق است. در خانواده‌های روستایی نظام ارزشی دینی ۴/۷ گزارش شده در حالی که در خانواده‌های شهری ۳/۳ است. به طوری که نظام ارزشی در خانواده‌های روستایی بالاتر از خانواده‌های شهری است.

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

جدول شماره‌ی ۲: محاسبه‌ی ضریب همبستگی و تبیین در دو گروه مستقل

متغیر	حجم نمونه	میزان ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب تعیین
نظام ارزشی خانوادگی/ فضای مجازی	۳۸۴	-۰/۲۱۸	۰/۰۰۳	۰/۰۴۷
نظام ارزشی دینی/ فضای مجازی	۳۸۴	-۰/۱۷۹	۰/۰۴	۰/۰۳۲

پردازش داده‌ها در جدول شماره‌ی ۲ نشان می‌دهد میزان همبستگی متغیر نظام ارزشی و استفاده از فضای مجازی ۰/۲۱۸ است که میزان متوسط روبه پایین است، اما بررسی سطح معناداری نشان از معنادار بودن رابطه از نظر آماری است ($0/05 > 0/03$). بنابراین در سطح

۹۵٪ اطمینان بین میزان استفاده از فضای مجازی و نظام ارزشی خانوادگی رابطه وجود دارد. علامت منفی نشان دهنده‌ی 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 ۴/۷ 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 متغی ۰/۱۷۹ است که میزان کمی است، اما سطح معناداری نشان از معنادار بودن رابطه‌ی دو متغیر است ($0/04 > 0/05$) همچنین علامت منفی نشان دهنده‌ی 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 ۳/۲ تغییرات نظام ارزش دینی در اثر استفاده از فضای مجازی است.

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 شده می‌داند. 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 ایجاد شده در جامعه را حاصل تحولات عمیق در جامعه می‌داند. وی معتقد است این تحولات عمیق ایجاد شده در جامعه بر روی رشد فرزندان و نحوه‌ی تربیت والدین نسبت به فرزندانشان 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 هم نسل خود روی 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 در واقع 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 شهری و روستایی 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 روستایی نظام ارزشی و رفتارهای مستقل از خانواده کمرنگ بوده، ولی در فضای دوجوانی 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 متعین 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. در واقع استمرار ارزش در فضای جدید آگاهی‌مدار است و لزوماً تابع هنجارهای عمومی جامعه و خانواده نیست.

اینگلهارت 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 روستایی می‌شوند چون الگوهای ارائه شده 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 ارائه شده 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 و...) 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 شهری و روستایی 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 شهری و روستایی 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 چرا که آنان نظام ارزشی ناشی از ارتباط با فضای مجازی را متعارض با فرهنگ خودی می‌دانند. به همین دلیل تأثیر ارزشهای ارائه شده توسط فضای مجازی بر فرهنگ سنتی تر روستاها بیشتر از شهرهاست. نتایج حاصل از مقایسه‌ی میانگین نظام ارزشی دینی و خانوادگی در خانواده‌های روستایی و شهری نیز نشان می‌دهد، استفاده از فضای مجازی در خانواده‌های شهری از خانواده‌های روستایی بالاتر است. نتایج آزمون تفاوت میانگین را در دو گروه مستقل نیز نشان می‌دهد. بین خانواده‌های شهری و روستایی 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. در نهایت 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 انجام شده مشابه نیز کمابیش این ادعا را تأیید می‌کند با این تفاوت که بررسی‌های انجام شده در مناطق شهری انجام شده و مقایسه‌ای بین مناطق شهری و روستایی صورت نگرفته است.

یکی از مراحل بسیار ضروری در پایان هر پژوهش ارائه‌ی 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 مسأله‌ی تحقیق پیشنهادها به شرح زیر مطرح می‌گردد:

- اعضای خانواده در شهر و روستا امروز نیازمند آموزش است. آموزش مدرن و سازمان یافته در مدارس، دانشگاه‌ها به نوجوانان و جوانان و استحکام بخشیدن به رابطه‌های فرالکتریکی 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 روستایی 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 بويژه قشر جوان در تهيه‌ی برنامه‌های صدا و سيما.

- با توجه به اینکه در محیط‌های سنتی و روستاها مراکز دینی بسیار مورد توجه است. این مراکز می‌توانند با به روز 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.
- حاجی زاده و میمندی، م. و دیگران. (۱۳۸۹). "همگامی مشترک در خانواده و دینداری جوانان شهر یزد"، فصلنامه‌ی تحقیقات فرهنگی، دوره‌ی سوم، شماره‌ی ۳، ص 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، جهانی شدن و هویت فرهنگی جوانان در ایران، چالش‌ها و فرصت‌ها، تهران: نشر دیدار.
- طالبی، سکینه. (۱۳۸۷). تحول هویت ملی دانش‌آموزان دختر در دوره‌های تحصیلی ابتدایی، راهنمایی و متوسطه شهر تهران، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد علوم تربیتی، تهران، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.
- طولابی، زینب؛ کمربگی، خلیل. (۱۳۹۲). تفاوت ارزشی در روابط والدین و فرزندان (بررسی و تبیین مسأله‌ی تفاوت ارزشی در ایلام)، فصلنامه‌ی خانواده‌پژوهی، دوره‌ی ۹، شماره‌ی ۳۴.
- عاملی، سعید رضا. (۱۳۹۰). مطالعات جهانی شدن 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). در آمدی بر نظریه‌ی ارتباطات جمعی، ترجمه‌ی پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- ویکی‌پدیا، دانشنامه فارسی، ۱۳۹۰. www.Wikipedia.org
- Hamshahrionline.ir
- Matma.ir