# مطالعه رابطه پایبندی به نماز و ارزش های دینی با نحوه استفاده از فضای مجازی در دانش آموزان

## عباس تقی زاده

## دکتری علوم ارتباطات و مدرس پردیس خواجه نصیر دانشگاه فرهنگیان کرمان

چکیده

ما در دوره ای زندگی می کنیم که کودکان را متولدان دیجیتال نام نهاده اند و کهکشان اینترنت،در عمر نه چندان طولانی خود، زندگی ما را در ابعاد مختلف دستخوش تغییرات و تاثیرات خود نموده است.

زمینه انجام کار: بین پایبندی به نمازوارزش های دینی با نحوه استفاده از فضای مجازی رابطه وجود دارد.اینترنت با فراهم ساختن فضای تعاملی و سایبر و رفتن به سمت ایجاد فضای عمومی مجازی و کمرنگ شدن فضای عمومی واقعی، در این وادی نقش داشته است. در این میان دانش آموزان نوجوان و جوان دوره متوسطه به دلایل سنی و تحصیلی و روحی و روانی، بیش تر در معرض تاثیر پذیری قراردارند. سوال اصلی پژوهش اين است كه، رابطه بین پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی با نحوه استفاده از اینترنت و فضای مجازی در دانش آموزان دوره متوسطه چگونه است.

یافته ها: نتايج نشان داد: دسترسي و استفاده دانش آموزان به اینترنت حدود 100درصد است و پایبندی به نماز و ارزش های دینی بر نوع استفاده از اینترنت در دانش آموزان تاثیر گذار است. به گونه ای که دانش آموزانی که ارزش های مذهبی پایین تری دارند وابستگی بیش تری به اینترنت دارند، روابط عاطفی در تعاملات اینترنتی برقرار می کنند و د انش آموزانی که ارزش ها و باورهای دینی و مذهبی بالاتری دارند از محتواهای علمی و مذهبی استفاده می کنند و استفاده آنها با نظر والدین صورت می گیرد و این ارتباط در هر دو گروه معناداراست.

روش انجام تحقیق: پژوهش باروش پيمايشي و ابزار پرسشنامه و انتخاب نمونه 400نفري با روش نمونه گيري خوشه اي چندمرحله اي از دانش آموزان دبيرستان هاي ناحیه یک آموزش و پرورش كرمان انجام شد.

نتیجه گیری: بین پایبندی به نماز و ارزش های دینی و نوع استفاده از فضای مجازی در دانش آموزان تاثیر گذار است.

واژگان کلیدی: پایبندی به نماز و ارزش های دینی، فضای مجازی، دانش آموزان متوسطه.

مقدمه

روز به روز، رسانه ها نقش مهم تری در زندگی ما ایفا می کنند و اینک با استفاده گسترده از فضای مجازی در بین جوانان و نوجوانان، با نسلی مواجه ایم که می توان آنها را زاده دیجیتال نام نهاد.

در ميان وسايل ارتباط جمعي كه به سرعتِ انتشار، مداومتِ انتشار، وسعت جهاني حوزه‌ی انتشار و تنوع محتوايي شناخته شده‌اند، اینترنت كه تكنيك‌هاي مختلف را با پدیده همگرایی رسانه ای در خود جمع كرده، از اهميت ويژه‌اي برخوردار است؛ به گونه‌اي كه حضور اين رسانه‌ به طرز وسيعي در جوامع مختلف به چشم مي‌خورد.

با توجه به تاثیر گذاری اینترنت از طریق کارکردها و ظرفیت های مختلف، جذابیت ها و ویژگی هایی که دارد، ضروری است به رابطه متقابل پایبندی به نماز و ارزش ها و باورهای دینی کاربران و نحوه استفاده از فضای مجازی پرداخته شود.

متغیرمستقل در این تحقیق، ارزش ها و باورهای دینی است که شامل متغیرهای نماز خواندن، اعتقاد به ائمه معصومین، صداقت و درستکاری،امربه معروف ونهی از منکر،انجام واجبات دینی و... می باشد. متغیر وابسته نیز میزان استفاده از اینترنت، مکان های دسترسی به اینترنت، وابستگی به اینترنت، فضاي صميميت،روابط احساسي، بحث و مناظره گروهی را شامل می شود و هم چنین متغیرهای زمینه ای مانند جنس، پایگاه اقتصادی، اجتماعی نیز بررسی شده اند.

دراین زمینه تحقیقاتی انجام شده است. از جمله در پژوهشی که به کوشش کیهان موتلو (1372)در مورد عقاید مذهبی جوانان ترکیه صورت گرفته، ازدید آنها ارتباط مستقیمی بین اعتقاد به خدا و خوشبختی، مسلما ن بودن و پوشیدن روسری، مسلمان خوب بودن و شخص درستکار بودن از نظر نمونه مورد بررسی وجود ندارد.(موتلو، :174-171). هم چنین اغلب آنها با این گویه که فقط مسلمانان به بهشت می روند مخالفت کرده اند و نیز اکثر آنها با این گویه که اگر انسان، درستکار باشد ولی مذهبی نباشد به بهشت می رود موافقت کرده اند.

نتایج تحقیق جوانان و دین در فرانسه به ویژه پیمایش های 1990 و ۱۹۹۴ برای ارزش های اروپایی نشان داد در رابطه با دین چهار مورد مهم دیده می شود:کاهش قابل توجه انسجام مسیحی (معنویت، مناسک دینی وباورها)، تعریف جدید از مسیحیت به معنای زمینی کردن آن، نسبی گرایی درباورها، ارزش ها، گرایش به باورهای موازی(تله پاتی، نجوم وغیره).Lembert. Yres (1994,Youth and religion) (به نقل از محمدی اردهالی،1382 :114).

يافته هاي پژوهش با عنوان تاثیراینترنت برارزش های خانواده که توسط هما زنجانی زاده(1384) در مشهد انجام شده نشان داد که اینترنت بر میزان ارزش های خانوادگی دانش آموزان تاثیر گذار است.

هم چنین نتایج تحقیق با عنوان اینترنت و هویت اجتماعی که توسط مریم رفعت خواه و علی شکوری(1384) در سنندج انجام شده است در مورد اينكه آيا استفاده از اينترنت بر هويت ديني دختران جوان در شهر سنندج تأثير مي گذارد يا خير؟ نشان داد كه بين دختراني كه از اين امكانات استفاده مي كنند و آنهايي كه استفاده نمي كنند به لحاظ هويت ديني تفاوت وجود دارد و رابطه بين اين دو متغير معكوس است.

هم چنین فائزه محمدی اردهالی در پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه شناسی با عنوان شناخت انواع دینداری جوانان و عوامل موثر بر آن، که درسال 82 انجام داده است نشان می دهد جوانان دین را همچون کولاژی می دانند که یک هنرمند برای ذهنی کردن مفاهیم مورد نظرش می سازد. بعد ایمانی و درونی در جوانان اهمیتی بسیار بیش تر نسبت به بعد احکامی و انجام احکام شرعی و شرکت در مراسم دینی دارد (محمدی اردهالی،1382: 170).

اهداف پژوهش

مطالعه رابطه پایبندی به نماز و ارزش های دینی با نحوه استفاده از فضای مجازی در نوجوانان، شناخت میزان دسترسی و استفاده دانش آموزان مقطع متوسطه از اینترنت و تبیین نوع استفاده از فضای مجازی و ارزش ها و باورهای دینی دانش آموزان از مهم ترین اهداف تحقیق است.

بیان مسئله

باید گفت بین پایبندی به نما زو ارزش های مذهبی و دینی با نوع استفاده از فضای مجازی رابطه متقابل و تاثیر گذار وجود دارد.فضای مجازی به خصوص با ویژگی ارتباط تعاملی، تاثیرگذاری زیادی بر کاربران دارد و زمانی کاربران آن دانش آموزان باشند به سبب شرایط سنی و ارتباط نزدیک با گروه های هم سن و سال در مدرسه و خارج از آن، تاثیرپذیری اینترنت و محتوای آن، بیش تر می گردد.

در تمام تعاریف فضای مجازی، این فضا محيط الكترونيكي یا محیط شبکه ای از کامپیوتر ها دانسته می شود كه با استفاده از جلوه هاي سمعی و بصری سعی دارد تا اشیاء و واقعیت های سه بعدي جهان واقعي را مشابه سازي كند اما ادعا می شود که فاقد ماديت فيزيكي هستند.گفته می شود که از خصوصیات بارز این فضا بی مکانی و بی زمانی است. (منتظرقائم،1381: 231)

یکی از عرصه های تاثیر گذار محتوای اینترنت، ارزش ها وباورهای دینی است. ارزش‏ها، از یکسو راهنما و تعیین‏کننده گرایش‏هاى اجتماعى و ایدئولوژى‏ها و از سوى دیگر تعیین‏کننده رفتار و کنش اجتماعى است که در آداب و رسوم، قوانین، اعتقادات و اصول مقدس و شیوه‏هاى زندگى روزمره تجلى مى‏یابند. (Rokeach. 1973;10, Manstead & Miles. 1996:12)

اولویت‏هایى که افراد به ارزش‏ها مى‏دهند، یکسان نیست، این اولویت‏ها معمولاً منعکس‏کننده خلق و خو، شخصیت، تجربه‏هاى جامعه‏پذیرى، تجربه‏هاى منحصربه‏فرد زندگى، فرهنگ پیرامون و مانند آن است (Schwartz & Eetta. 1998. 99).

مطالعات مقدماتي و ادبيات موجود حاكي از اين واقعيت است كه بين پایبندی به نماز و ارزش های دینی با نحوه استفاده از فضای مجازی در نوجوانان رابطه مشاهده مي شود. در اين پژوهش محقق تلاش دارد اين موضوع را مورد مطالعه قرار دهدكه پایبندی به نماز و ارزش های دینی چه تاثيراتي بر نحوه استفاده از فضای مجازی دانش آموزان دارد؟ آيا مي توان اذعان داشت كه تقويت يا تضعيف ارزش ها و باورهای دینی دانش آموزان بر استفاده آنها از اينترنت موثر است؟

فرضیات تحقیق

فرضيه1: ميزان استفاده دانش آموزان با پايگاه اقتصادي - اجتماعي بالا نسبت به دانش آموزان با پايگاه اقتصادي – اجتماعي پايين از فضای مجازی متفاوت است، دانش آموزاني كه پايگاه اقتصادي - اجتماعي بالاتري دارند، از اينترنت، بيشتراستفاده مي كنند.

فرضيه2:بين میزان پایبندی به نماز و ارزش های دینی دختران و پسران دانش آموز، اختلاف معناداري وجود دارد.

فرضیه 3: میزان پایبندی به نماز و ارزش های دینی دانش آموزان به تفکیک میزان دسترسی به فضای مجازی متفاوت است.

فرضیه4 :بین میزان پایبندی به نماز و ارزش های دینی و وابستگی دانش آموزان به اینترنت رابطه وجود دارد.

فرضیه5: : هر چه اطلاع والدین از نحوه استفاده دانش آموزان از فضای مجازی بیش تر باشد پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی در آنها بالاتر است.

فرضیه6 : هر چه پایبندی به نماز و ارزش های دینی دانش آموزان کم تر باشد دارای روابط عاطفی بیش تری در فضای مجازی هستند.

فرضیه7 : بین پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی و میزان پذیرش دیگران از سوی دانش آموزان در فضای مجازی و رابطه وجود دارد.

فرضیه8 :بین پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی و میزان شرکت در بحث ها و تعاملات آزاد اینترنتی از سوی دانش آموزان رابطه وجود دارد.

فرضیه 9: هر چه پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی بالاتر باشد میزان استفاده دانش آموز از فضای مجازی برای مطالب مذهبی و فرهنگی بیش تر است.

فرضیه 10: هر چه پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی بیش تر باشد میزان استفاده دانش آموز از اینترنت برای مطالب علمی و درسی بیش تر است.

مبانی نظری

تعاریف ارزش ها

در تعريف لغوي ارزش مي توان گفت : هر آن چه كه مفيد، خواستني يا تحسين كردني است براي شخص يا گروه و براي آنها داراي ارزش است)صانعی،1372: 6).در واقع مي توان گفت كه ارزش از بنيادي ترين عوامل در تبيين انديشه، عمل يا اعمال فرد و هم چنين شكل گيري حيات اجتماعي است. براي همين ارزشها معيارهايي هستند كه به فرهنگ كلي و جامعه معنا مي دهد (نیک گوهر،1369: 280).اصولاً انسان ها همواره ايده هايي درباره آن چه كه خوب يا بد، مناسب يا غير مناسب و ضروري و يا غير ضروري است داشته اند(ترنر،1382: 80).

دایره المعارف بین المللی علوم اجتماعی، ارزش ها، علایق، دوست داشتنی ها، ترجیحات، کنش ها، وظایف، امیال، خواسته ها، نیازها، دافعه ها و جاذبه ها و بسیاری از اشکال دیگر جهت گیری انتخابی تعریف کرده است (Sills1991:283). دایره المعارف علوم اجتماعی نیز، ارزش را، میزان توانایی یک شیء، چیز، اندیشه یا شخص، در ارضای یک میل، یک نیاز یا تمنای انسانی تعریف می کند(بیرو، 1366: 445). اولسون، ارزش ها را مجموعه ای از پنداشت های اساسی نسبت به آن چه پسندیده بوده و تجلی عمیق ترین احساسات مشترک نسبت به جهان (ها) در جامعه است، در نظر می گیرد (چلبی،1375: 6)..به نظر محسنیان راد ارزش ها جهت گیری های انتخابی مثبت یا منفی از سوی فرد، گروه یا توده درباره هر چیز است(محسنیان راد،1375:26).

ارزش ها به دليل عام بودن و انتزاعي بودن، وضعيت هاي گوناگون را فرا مي گيرند و مي توان به انواعي، آنرا تقسيم بندي نمود. از جمله: ارزش هاي ديني،  ارزش هاي اجتماعي ارزشهاي فرهنگي و  ارزشهاي اخلاقي(رفیع پور،1378: 270).درجامعه شناسی پارسونزی نیز نظم اجتماعی به وجود ارزش های عام و مشترکی وابسته است که مشروع و ملتزم کننده اند و به مثابه معیارهایی برای گزینش غایات کنش ها به شمار می روند. ((Ferrante,1997:117-120

ازدیدگاه جامعه شناختی مهم ترین کارکرد اجتماعی ارزش ها، نقش آنها در تعیین شیوه های مطلوب اندیشیدن و کنش در متن فرهنگ و تحققق همبستگی اجتماعی است(توکلی،1378: 135).ارزش ها به مثابه پدیده های اجتماعی، نقش اساسی را در ایجاد همبستگی بین کنشگران در جامعه و حفظ نظام اجتماعی ایفا می کنند و با تعیین هنجارها در ابعاد مختلف کنشی نیز تاثیرات عظیمی در پی دارند که در جنبه های مختلف سیاسی اجتماعی و اقتصادی زندگی اعضای جامعه در کوتاه مدت و بلند مدت قابل مشاهده است. (فرامرزی،1378:115-114).

رونالد اینگهارت(Ronald Inglehart) معتقد است چنآن چه تحول ارزشی از یک نسل به نسل دیگر که از هنجارهای فرهنگی و دینی فاصله دارد.روی داده باشد انتظار این است که نگرش های غیردینی بیش تری را درجوانان مشاهده کنیم او هم چنین اظهار می دارد میزان کاهش اهمیت به خدا در میان جوانان در مقایسه با بزرگسالان از یک جامعه به جامعه دیگر متفاوت است.اینگهارت در ادامه بیان می کند که در همه جوامع پیشرفته صنعتی شواهدی وجوددارد که مبین وجود فاصله بین مردم و هنجارهای فرهنگی و دینی سنتی است (اینگهارت،1373:234-210).

انتقال ارزش ها در رسانه

رسانه های جمعی را می توان همچون نهادهای اجتماعی مورد بررسی قرار دارد. توانایی رسانه های جمعی در انتشار اطلاعات ونمادها و ویژگی نمادین ارزش ها باعث شده است که از نظر ارزش ها مورد توجه قرارگرفته، حتی همچون هادهای اجتماعی مورد بررسی قرارگیرد(محسنی،1379: 129).

تامپسون(1379) ارتباط جمعی را برای اشاره به تولید نهادی شده و انتشار همگانی و گسترده کالاهای نمادی از طریق انتقال اطلاعات یا محتوای نمادین به کاربرد (تامپسون،1379:139). هم چنین رسانه های جمعی نیز به شکل هایی از ارتباط مانند روزنامه ها، مجله ها، رادیو یا تلویزیون گفته می شود که به منظور رساندن پیام به گیرندگان بالقوه طرح ریزی شده اند (گیدنز،1378: 84).با مرور تعاریف می توان گفت :ارزش ها پدیده های مطلوب و نمادین اجتماعی ناشی از نیازهای انسانی هستند که تعیین کننده هنجارها و هدایت کننده کنش ها ی انسان محسوب می شوند. بدین ترتیب ارزش های دینی نیز منشا دینی دارند.

اینترنت

اینترنت سه موقعیت تعاملی "تعامل رودرو، تعامل رسانه‏ای، شبه تعامل رسانه‏ای"(تامپسون، 1380:103)را تغییر داده است.اینترنت همه این سه موقعیت تعاملی را به وجود آورده و ویژگی‏های سازمانی و تعاملی آن را تغییر داده.در مورد تعامل چهره به چهره، جیمز اسلوین با ارجاع به نظر شری تورکل که توجه خود را به زندگی در حوزه چند بهره‏گیر یا زندگی بر روی صفحه نمایشگر بیان می‏کند که مثلا ممکن است دو نفر در یک اتاق در حال صحبت باشندو به طور همزمان با دوستی که در مکان دوری قرار دارد در حال گپ اینترنتی باشند و برای او پیام بفرستند.در مورد تعامل واسطه‏ای یا رسانه‏ای در اینترنت، محیط هایی مثل پست الکترونیکی یا گپ اینترنتی را در نظر گرفت که می‏توان ارتباط دو طرفه برقرار نمود;و شبه تعامل واسطه‏ای در اینترنت، انواع صفحات وب با این نوع ارتباطات انطباق بیش تری دارد (اسلوین، 1380:72-74).

جامعة‏ اطلاعاتي و تحول فرهنگي   
در خصوص چگونگي پيدايش جامعه ی اطلاعاتي، مانوئل كاستلز به انقلاب فنآورانه ای كه حول محور فنآوري‏هاي اطلاعات متمركز است اشاره مي‏كند كه در سال‏هاي پاياني قرن بيستم، ‏ چشم‏انداز اجتماعي زندگي انسان را دگرگون ساخته و با سرعتي شتابان در كار شكل‏دهي مجدد بنيان مادي جامعه است (كاستلز، 1389: 28). وی به جاي اصطلاح جامعه ی اطلاعاتي، ترجيح مي دهد جامعه ی شبکه اي را به کار ببرد[.](http://www.zibaweb.com/)

ويليام مارتين، جامعه ی اطلاعاتي را جامعه‏اي معرفي مي‏كند كه در آن كيفيت زندگي همانند چشم‏اندازهاي تحول اجتماعي و توسعه اقتصادي به ميزان روبه تزايدي به اطلاعات و بهره‏برداري از آن وابسته است. در چنين جامعه‏اي، استانداردهاي زندگي، الگوهاي كار و فراغت، نظام آموزشي و بازار كار به گونه ِ كاملاً محسوسي تحت‏الشعاع پيشرفت‏هايي قرار گرفته كه در قلمرو اطلاعات و دانش‏ها روي داده است (محسني، ‏ 1380: 21-20). در همين رابطه، جان فيدر از انقلابي ياد مي کند كه در زمينه ی اطلاعات و ارتباطات در جهان روي داده و زندگي همة انسان هاي روي كره زمين را تحت‏تأثير قرار داده است. انقلابي که مبتني و متكي بر رايانه و داراي آثار گسترده اقتصادي، سياسي و فرهنگي است. يعني از سويي، اطلاعات را به كالايي تجاري و سودآور بدل كرده كه تملك آن باعث قدرت مي‏شود و از سوي ديگر، اثرات ماندگاري بر شخصيت و هويت انسان ها برجاي مي‏گذارد (فيدر،1380: 5-4).   
به نظر فرانک وبستر كانال‏هاي مختلف راديويي و تلويزيوني، سايت‏هاي متعدد اينترنتي، هزاران رسانه ی جمعي و مطبوعات، آگهي‏هاي ديواري و تبليغاتي، مجلات و كتاب‏هاي متنوع، همگي نشان از تأثيرات فرهنگي جامعه ی اطلاعاتی دارند. (وبستر، 1382: 52-11).

نظریه کنش ارتباطی هابرماس

حوزه‏عمومی مورد نظر هابرماس فضایی است که در آن فضا، افراد به شیوه عقلانی بتوانند به بحث بپردازند و در این بحث به توافقی برسند وافراد در این محیط ها بتوانند به طوربرابر شرکت کنند، قدرت در این بحث‏ها دخالتی ندارد، هر موضوعی بتواند در این بحث‏ها مطرح شود، در این بحث‏ها افراد بتوانند مسائل خصوصی خود را مطرح کنند، این بحث‏ها همیشه باز است و همیشه می‏توان به آن رجوع کرد و درباره آن بحث کرد، (آزاد ارمکی و امامی، 1383:65)پس محیط اینترنت این فضا را فراهم کرده و شرایط حوزه‏عمومی مورد نظر هابرماس را تاحدودی دارا می‏باشد، حوزه عمومی هابرماس عرصه‏ای است که در آن افراد به منظور مشارکت در مباحث باز و علنی گرد هم می‏آیند و کنش ارتباطی از طریق بیان و گفت و گو تحقق می‏یابد(همان:65)در فضای محیطهای تعاملی اینترنت بحث،شرایط آرمانی سخن مورد نظر هابرماس تحقق می‏یابد و می‏توان آن را بدین گونه مطرح کرد:هابرماس معتقد است که نیازهای اساسی یا اصیل معینی وجود دارد که تمایم افراد کاملا آزاد آن‏ها را دارند و این نیازها توسط هر کس که صمیمانه وارد یک گفت و گوی عملی شود ضرورتا کشف خواهد شد(به نقل از:استیون، 1380:7).با توجه به این که در محیط اینترنت علی الخصوص در محیط تعاملی اینترنت افراد به راحتی می‏توانند نیازهای خود را مطرح کنند و این طرح نیازها باعث شکل‏گیری یک فضای گفت و گو و مباحثه شده و در این مباحثه افکار جدیدی شکل می‏گیرد، هابرماس می‏افزاید روابط روابط میان گویندگان و شنوندگانی که از توانش ارتباط برخوردارند موجب می‏شود تا یکی دیگر از کارکردهای گفتار که همان شیوه یا همان کاربرد زبان عادی تلفیق شده است وارد عمل گردد و در کاربرد توصیفی زبان هر گفتار کنش نوعی دربردارنده قول صمیمیت یا صداقتی است که با آن من گوینده احساسات، نیازها و نیت‏های درونم را برای شنونده ابراز می‏کنم، درست در همین بعد است که گفتار شنونده را به دنیای درونی احساس‏ها و انگیزه‏های من و همین‏طور به ارزیابی صحت گفته‏های من می‏کشاند(هابرماس به نقل از پیوزی، 1379:102).پس این احساسات باعث شده که روابط بین افراد صمیمی شده و نیازهای خود را بیان کنند و انرژی عاطفی خود را در این محیط تعریف کنند، اگر بخواهیم نظریه کنش ارتباطی را به صورت مدل علّی درآوریم.به صورت زیر می‏باشد:

ورود به فضای گفت و گو؛به وجود آوردن فضای صمیمیت؛ ابراز احساسات؛ا براز نیازهای اساسی پس محیط تعامل اینترنت را می‏توان فضایی در نظر گرفت که کاربران به راحتی در آن به گفت وگو می‏پردازند که فضای صمیمیت و ابزار احساسات در محیطهای تعاملی اینترنت شکل می‏گید که از یکدیگر تأثیر پذیرفته هم چنین کاربران نیازهای خود را با هم مطرح کرده، در آن گروه‏ها مسائل و مشکلات خود را مطرح کنندو انرژی عاطفی خود را در این محیط ها مصروف نمایند که این تخلیه انرژی احتمالا بر ارزش‏های مذهبی می‏تواند مؤثر واقع شود.

مدل نظری

با توجه به اینکه در مورد ارزش های مذهبی نظریه جامعی وجود ندارد که در برگیرنده متغیرهای مهم این پژوهش باشد از چهارچوب تلفیقی متشکل از نظریه های مربوط به جامعه اطلاعاتی و جهانی شدن و کنش ارتباطی هابرماس استفاده شده است.نظریه های جهانی شدن به طور مشترک به نقش اینترنت در تشدید این فریند اتفاق نظر دارند. بدین ترتیب گسترش استفاده از اینترنت، جهانی شدن فرهنگ و به ویژه جهانی شدن ارزش ها را به دنبال دارد.نظریه های جامعه اطلاعاتی و معرفتی هردو بر مبنای فناوری های نوین همچون اینترنت شکل گرفته اند و بر اهمیت این ابر رسانه شبکه ای در تقویت ارزش های جهانی تاکید دارند.

روابط عاطفی و وابستگی به اینترنت، نوع محتوای مورد استفاده، نظارت و اطلاع والدین از نحوه استفاده دانش آموزان

جامعه اطلاعاتی

نظریه کنش ارتباطی هابرماس

پایبندی به نماز و ارزش های دینی

**شکل شماره ۱- مدل نظری**

**روش شناسی**

روش اين تحقيق، پيمايشي و تكنيك تحقيق در اين بررسي، پرسشنامه است.جامعه آماری پژوهش حاضر همه پسران و دختران مشغول به تحصیل در مقطع متوسطه ناحیه یک آموزش وپرورش شهر کرمان تعريف شده به عنوان جامعه آماري برابربا ۱۱۳۹۸نفر در سال تحصيلي ۹۴-۹۳براساس آمار اخذ شده از واحدكارشناسي آمار آموزش وپرورش است. روش نمونه گیری در این تحقیق، احتمالي وازنوع نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای است. بدین گونه که ابتدا دبیرستان های دولتی ناحيه یک آموزش و پرورش به دو بخش دخترانه وپسرانه تقسم بندی شدند. سپس مدارس مربوط در هر بخش به عنوان خوشه یا واحد نمونه گیری معین شدند و به روش تصادفی در بخش مدارس با پايگاه اقتصادي - اجتماعي پايين و متوسط و بالا ‌ با توجه به نقاط شهر و ويژگي هاي دبيرستان ها، انتخاب صورت گرفت.يافته هاي حاصل از نمونه گيري احتمالي به دليل آنكه افراد داراي شانسي برابر براي قرارگرفتن در چارچوب نمونه گيري هستند، قابليت تعميم دارد(نقيب السادات،1391: 42).رويه جمع آوري اطلاعات مطالعه كتابخانه اي واسنادي و توزيع پرسشنامه است. بعد از انتخاب نمونه معرف از جمعیت مورد نظر، پرسش نامه ها با مراجعه ي مستقیم به افرادی که به روش تصادفی انتخاب شدند، تكمیل گردیدند. از سویی سطح تجزیه وتحلیل خرد(دانش آموزان دبيرستان) می باشد تجزيه و تحليل داده هاي به دست آمده از طريق پرسشنامه شامل دو بخش توصیفی و استنباطی است.

سنجش ميزان پايايي مقياس هاي ساخته شده توسط آزمون آلفاي كرانباخ است ضريب آلفاي كرانباخ معمولا زماني به كاربرده مي شود كه سوالات آزمون دوجوابي مثلا، بلي، خير، درست، نادرست، موافق، مخالف و... نباشد، بلكه درجه موافقت ومخالفت مشخص گردد(منصورفر،1385: 123). مقدار آلفاي كرانباخ بين صفرتا يك است و هرچه به يك نزديك تر باشد قابليت اعتماد مقياس هم بيش تر است.آلفاي كرانباخ بايد حداقل 70/0 باشد.(البته برخي اين مقدار را50/0 گفته اند) تا قابليت اعتماد گويه ها كافي باشد(گودزري،سعيد،1388: 33).این ضریب برای پرسشنامه به میزان 83. به دست آمد

برای سنجش اعتبار که منظور از اعتبار آن است كه وسيله اندازه گيري، بتواند خصيصه و ويژگي مورد نظر را اندازه بگيرد. بدون آگاهي از اعتبار ابزار اندازه گيري نمي توان به دقت داده هاي حاصل ازآن اطمينان داشت(نايب پور،محمد و بريري، ماهرخ،1387: 66). همچنين، مقصوداز اعتباراين است كه يك سنجه تجربي تاچه حد، معناي واقعي، مفهوم مورد بررسي را به قدركافي منعكس مي كند(ببي،1386: 282).براي اين منظور، پرسشنامه توسط تعدادي از اساتيد ارتباطات دانشكده علوم اجتماعي دانشگاه علامه طباطبائي و همچنين كارشناسان آموزش متوسطه و تحقيقات درآموزش وپرورش بررسي می گردد. در نهايت با اعمال نظر آنها پرسشنامه، نهايي شد.

**جدول ۱- متغیرهای تحقیق**

|  |  |
| --- | --- |
| **متغیر مستقل** | **متغیر وابسته** |
| پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی : آن دسته از ارزش هایی هستند که جنبه دینی دارند و منشا آنها دردین قرار دارد و از دین سرچشمه می گیرند. ارزش ها از نیاز ها سرچشمه می گیرد. ارزش ها وباورهای دینی با طرح سوالات وگویه هایی حاوی موارد زیر سنجیده می شود. میزان انجام واجبات از جمله نماز خواندن، میزان انجام مستحبات دینی، میزان انجام مناسک واعمال مذهبی، پایبندی به صداقت، وفای به عهد، عمق باورهای دینی، آگاهی های دینی و... می باشد. براي سنجش هرعامل، سوالات وگویه هایی در قالب پرسش نامه طراحی شد و از تلفیق گویه های هر عامل، شاخص آن عامل مانند عفت ساخته می شود. هم چنین از تلفیق و ترکیب همه گویه های مرتبط، شاخص کلی تحت عنوان میزان پایندی به نماز و ارزش ها وباورهای دینی ساخته شده است. | وابستگی به اینترنت |
| میزان دسترسی |
| میزان روابط عاطفی |
| استفاده علمی و تحصیلی |
| استفاده از فضای تعاملی اینترنت (چت روم ها و...) |
| استفاده از مطالب فرهنگی و مذهبی |

یافته ها

**جدول ۲- ویژگی های جمعیت شناختی دانش آموزان**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ویژگی | موارد | فراواني | درصد |
| جنس | دختر | 200 | 50 |
| پسر | 200 | 50 |
| رشته تحصیلی | رياضي فيزيك | 122 | 30.5 |
| علوم تجربي | 176 | 44.0 |
| انساني | 72 | 18.0 |
| اول عمومی | 30 | 7.5 |
| پایگاه اقتصادی اجتماعی | پايين | 39 | 9.8 |
| متوسط | 227 | 56.8 |
| بالا | 134 | 33.5 |

با توجه به جدول ارائه شده، ازنظر جنسيت،دانش آموزان دختر و پسر با هم برابرند. و هر کدام 50 درصد نمونه آماری را تشکیل می دهند. هم چنین با توجه به اطلاعات جدول ارائه شده،ازمجموع 400دانش آموز دبيرستاني مورد بررسي،بيشترين درصد44.0درصد(176نفر)، در رشته تجربي و كمترين درصد، 7.5درصد(30نفر) در سال اول مشغول تحصيل هستند.از سویی،بيشترين درصد،56.8درصد‌(227نفر) در پايگاه اقتصادي- اجتماعي متوسط و كمترين درصد 9.8(39نفر)درصد در پايگاه اقتصادي - اجتماعي پايين قرار دارند.

**جدول ۳ -توزيع فراواني، پاسخ دانش آموزان به نحوه خواندن نماز**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ميزان** | **فراواني** | **درصد** | **درصدتراكمي** |
| هيچ/اصلا | 36 | 9.0 | 9.0 |
| خيلي كم | 80 | 20.0 | 29.0 |
| تاحدودي(متوسط) | 32 | 8.0 | 37.0 |
| زياد | 212 | 53.0 | 90.0 |
| خیلی زیاد | 40 | 10.0 | 100.0 |
| كل | 400 | 400.0 |  |

با توجه به اطلاعات ارائه شده در جدول شماره3،درپاسخ به به نحوه خواندن نماز،ازمجموع 400نفر، بيشترين درصد، 53.0درصد(212نفر)، زیاد نماز می خوانند(خواندن نماز های واجب به طور مرتب ومنظم)، و کم ترین درصد تا حدودی (خواندن نماز در ایام خاص مذهبی مانند ماه رمضان) نماز می خوانند.

فرضيه1: ميزان استفاده دانش آموزان با پايگاه اقتصادي - اجتماعي بالا نسبت به دانش آموزان با پايگاه اقتصادي – اجتماعي پايين از اينترنت متفاوت است، دانش آموزاني كه پايگاه اقتصادي - اجتماعي بالاتري دارند، از اينترنت، بيشتراستفاده مي كنند.

جدول ۴- جدول توافقي (كروسكال واليس) پايگاه اقتصادي- اجتماعي و ميزان استفاده از اينترنت

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **فراواني** | **ميانگين رتبه ها** | **پايگاه اقتصادي - اجتماعي** |  |
| 39 | 150.14 | پايين | ميزان استفاده از  اينترنت |
| 227 | 181.60 | متوسط |
| 134 | 247.18 | بالا |
| 400 |  | کل |

**جدول 5 -نتايج آزمون آماري كروسكال واليس درتعيين سطح معناداري پايگاه اقتصادي- اجتماعي و ميزان استفاده از اينترنت در دانش آموزان**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **ميزان استفاده از اينترنت** |
| Chi-Square | 39.235 |
| df | 2 |
| Asymp. Sig. | .000 |

با توجه به اطلاعات ارائه شده درجدول،400دانش آموز مورد مطالعه، درسه پايگاه اقتصادي – اجتماعي پايين (39نفر)، متوسط (227نفر) و بالا (134نفر) قرار دارند.ميانگين رتبه ميزان استفاده از اينترنت در دانش آموزان پايگاه اقتصادي – اجتماعي بالا 247.18 و دانش آموزان پايگاه اقتصادي – اجتماعي متوسط 181.60و دانش آموزان پايگاه اقتصادي – اجتماعي پايين150.14است. باتوجه به مقدار كاي اسكوئر برابر با 39.235 ودرجه آزادي 2 و با توجه به ضريب معناداری برابربا . 000با 1 درصد خطا و99درصد اطمينان (P≤.01. 000sig=) مي توان گفت: ميان پايگاه اقتصادي، اجتماعي و میزان استفاده از اينترنت دانش آموزان، رابطه معناداري وجود دارد و دانش آموزان متعلق به پایگاه بالاتر از اینترنت بیش تر استفاده می کنند.

فرضيه2: بين میزان پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی دختران و پسران دانش آموز، اختلاف معناداري وجود دارد.

**جدول 6- مقايسه ميانگين میزان پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی دردختران و پسران دانش آموز**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **جنس** | **تعداد** | **Mean**  **ميانگين** | **Std. Deviation**  **انحراف استاندارد** | **سطح معناداری** |
| ميانگين ارزش ها و باورها | دختر | 200 | 90.6050 | 14.83541 | 0. 000 |
| پسر | 200 | 83.7700 | 17.65576 |

با توجه به نتايج آزمون آماري، مي توان گفت: بين پسران و دختران دانش آموز از نظر میزان پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی، درسطح خطاي 1 درصد و با اطمينان 99 درصد را بطه معناداري وجوددارد. بنابراين مي توان گفت: دانش آموزان دختر با ميانگين میزان ارزش ها و باورهای 90.6050از دختران با ميانگين پسران 83.7700به طورمعناداري درسطح خطاي 1درصد میزان ارزش ها و باورهای بيشتري دارند.

فرضیه 3: میزان پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی دانش آموزان به تفکیک میزان دسترسی به فضای مجازی متفاوت است.

**جدول 7- تفاوت ارزش ها ی دینی دانش آموزان به تفکیک زمان دسترسی به اینترنت با استفاده از تحلیل واریانس یکطرفه**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **مجموع مجذورات** | **درجه آزادی** | **میانگین مجذورات** | **F** | **سطح معنی داری** |
| Between Groups | 881.618 | 2 | 440.809 | 2.115 | .126 |
| Within Groups | 20220.492 | 97 | 208.459 |  |  |
| Total | 21102.110 | 99 |  |  |  |

با توجه به F محاسبه شده، (2.115) و سطح معنی داری (.126) می توان قضاوت کرد که بین میانگین نمره پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی دانش آموزان مورد بررسی، به تفکیک طول دسترسی به اینترنت، ارتباط معنا داری وجود ندارد و فرضیه رد می شود.

فرضیه4 : بین میزان پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی و وابستگی دانش آموزان به اینترنت رابطه وجود دارد.

**جدول 8- همبستگی بین پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی و وابستگی به اینترنت**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | **وابستگی** | **ارزش ها و باورها** |
| وابستگی | ضریب همبستگی پیرسون | 1 | -.162(\*\*) |
| سطح معنی داری | Sig. (2-tailed) | . | .001 |
|  | تعداد | 400 | 400 |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

با توجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون، و سطح معنی داری. 001 می توان نتیجه گرفت که بین میزان میزان ارزش ها و باورهای دینی و مذهبی و وابستگی به فضای مجازی در دانش آموزان رابطه وارونه وجود دارد به گونه ای که با افزایش و پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی، وابستگی به اینترنت، کاهش می یابد این رابطه با 99درصد اطمینان معنا دار و قابل تعمیم به جامعه آماری است.

فرضیه5 : هر چه اطلاع والدین از نحوه استفاده دانش آموزان از فضای مجازی بیش تر باشد پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی در آنها بالاتر است.

**جدول 9- همبستگی بین اطلاع والدین و ارزش های دینی**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ضریب همبستگی پیرسون |  | **ارزش ها و باورها** | **سطح معنی داری** | **تعداد** |
| اطلاع والدین | .405(\*\*) | .000 | 400 |

با توجه به نتایج آزمون همبستگی و سطح معنی داری. 000می توان نتیجه گرفت که بین میزان اطلاع والدین و میزان ارزش ها و باورهای دینی و مذهبی دانش آموزان رابطه مستقیم وجود دارد. و این رابطه تا 99 درصد معنادار است یعنی هرچه میزان اطلاع والدین از کارکردن فرزند از اینترنت بیش تر باشد میزان ارزش ها و باورهای دینی و مذهبی در آنها نیز بیش تر است.

فرضیه6 : هر چه پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی دانش آموزان کم تر باشد دارای روابط عاطفی بیش تری در فضای مجازی هستند.

**جدول 10- همبستگی بین ارزش های دینی و روابط عاطفی**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ضریب همبستگی پیرسون |  | **روابط عاطفی در فضای مجازی** | **سطح معنی داری** | **تعداد** |
| ارزش ها و باورها | -.168(\*\*) | .001 | 400 |

با توجه به نتایج آزمون همبستگی و سطح معنی داری.001می توان نتیجه گرفت که بین پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی و میزان روابط عاطفی دانش آموزان در اینترنت رابطه وارونه وجود دارد. و این رابطه تا 99 درصد معنادار است یعنی هرچه میزان روابط عاطفی دانش آموزان در اینترنت بیش تر باشد میزان ارزش ها و باورهای دینی و مذهبی در آنها نیز کم تر است و بالعکس.

فرضیه7 : بین پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی و میزان پذیرش دیگران از سوی دانش آموزان در فضای مجازی و رابطه وجود دارد.

**جدول 11- همبستگی پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی و میزان پذیرش دیگران**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ضریب همبستگی پیرسون |  | پذیرش در اینترنت | سطح معنی داری | تعداد |
| ارزش ها و باورها | -.130(\*\*) | .009 | 400 |

با توجه به نتایج آزمون همبستگی و سطح معنی داری. 009می توان نتیجه گرفت که بین پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی و میزان پذیرش دیگران از سوی دانش آموزان در روابط تعاملی در اینترنت رابطه وارونه وجود دارد. این رابطه با توجه به سطح معناداری محاسبه شده تا 99درصد اطمینان معنا دار و قابل تعمیم به جامعه آماری است.

فرضیه8 : بین پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی و میزان شرکت در بحث ها و تعاملات اینترنتی از سوی دانش آموزان رابطه وجود دارد.

جدول 12- همبستگی پایبندی به نماز و ارزش های دینی و میزان شرکت در بحث ها و تعاملات اینترنتی

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ضریب همبستگی پیرسون |  | **بحث ها و تعاملات** | **معنی داری** | **تعداد** |
| ارزش ها و باورها | -.183(\*\*) | .000 | 400 |

با توجه به نتایج آزمون همبستگی و سطح معنی داری. 000می توان نتیجه گرفت که بین پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی و میزان شرکت در بحث ها و تعاملات اینترنتی از سوی دانش آموزان رابطه وارونه وجود دارد. و این رابطه تا 99 درصد معنادار است یعنی هرچه پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی از سوی دانش آموزان بیش تر باشد میزان شرکت در بحث های و تعاملات اینترنتی در آنها نیز کم تر است و بالعکس. این رابطه با توجه به سطح معناداری محاسبه شده تا 99درصد اطمینان معنا دار و قابل تعمیم به جامعه آماری است.

فرضیه 9: هر چه پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی بالاتر باشد میزان استفاده دانش آموزان از فضای مجازی برای مطالب مذهبی و فرهنگی بیش تر است.

**جدول ۱3- همبستگی میزان ارزش های دینی و پذیرش در فضای تعاملی**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ضریب همبستگی پیرسون |  | مطالب فرهنگی و مذهبی | معنی داری | تعداد |
| ارزش ها و باورها | .277(\*\*) | .000 | 400 |

با توجه با نتایج آزمون همبستگی و سطح معنی داری . 000می توان نتیجه گرفت که بین پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی و میزان استفاده دانش آموز از اینترنت برای مطالب مذهبی و فرهنگی رابطه مستقیم وجود دارد. و این رابطه تا 99 درصد معنادار است یعنی هرچه میزان استفاده دانش آموز از اینترنت برای مطالب مذهبی و فرهنگی بیش تر باشد میزان ارزش ها و باورهای دینی و مذهبی در آنها نیز بیش تر است.

فرضیه 10: هر چه پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی بیش تر باشد میزان استفاده دانش آموز از اینترنت برای مطالب علمی و درسی بیش تر است.

**جدول ۱4- همبستگی ارزش های دینی و میزان استفاده دانش آموز از اینترنت برای مطالب علمی و درسی**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ضریب همبستگی پیرسون |  | مطالب فرهنگی و مذهبی | سطح معنی داری | تعداد |
| ارزش ها و باورها | .136(\*\*) | .007 | 400 |

با توجه با نتایج آزمون همبستگی و سطح معنی داری. 007می توان نتیجه گرفت که بین پایبندی به نماز و ارزش های دینی و مذهبی و میزان استفاده دانش آموز از اینترنت برای مطالب علمی و درسی رابطه مستقیم وجود دارد این رابطه با توجه به سطح معناداری محاسبه شده تا 99درصد اطمینان معنا دار و قابل تعمیم به جامعه آماری است.

**بحث و نتیجه گیری**

در حوزه‌هاي اخلاق فردي و اجتماعي اثري عميق و انكار ناپذير بر جا مي‌گذارند. دانشمندان علوم اجتماعي، اين رسانه‌ها را در رديف عوامل اجتماعي كردن و شكل دادن شخصيت افراد جامعه مي‌خوانند و بر اين باورند كه رسانه‌هاي جمعي مي‌توانند ارزش‌هاي ديني را تقويت يا تضعيف سازند. وجودارزش‌هاي ديني براي جوامع انساني امري حياتي و ضروري است و به طور بديهي، احياي اين ارزش‌ها سبب بالندگي جوامع و نشاط‌ آفريني در زندگي اجتماعي افراد آن جوامع خواهد بود. تأثير فن‌آوري هميشه مستقيم نيست. تأثير فن‌آوري بر جامعه مي‌تواند با ديركرد و غيرمستقيم باشد. به عبارتي ديگر، فن‌آوري جديد، به خودي خود منجر به شكل‌گيري نظام‌هاي سياسي، باورهاي مذهبي نگرشي اخلاقي جديد نمي‌شود، بلكه در نهادها، هنجارها و ارزش‌هاي موجود جامعه، تغيير ايجاد مي‌كند. بنابراين، درتغيير ارزش‌هاي ديني هم تأثير فن‌آوري اينترنت هميشه مستقيم نيست و بيشتر تابع نوع استفاده از آن و متغيرهاي سن، جنس، تحصيلات و غيره است.

نتایج نشان داد که دانش آموزان دوره متوسطه تقریبا 100درصد به فضای مجازی دسترسی دارند البته رابطه میزان و مدت دسترسی با توجه به پایگاه اقتصادی، اجتماعی آنان، متفاوت و معنادار است.

در خصوص سطح ارزش ها و باورهای دینی، نتایج تحقیق حاکی از بالاتر بودن این سطح در دختران، نسبت به پسران است که می توان آن را به نظارت بیش تر والدین بر دختران، آزادی عمل کم تر آنها در ارتباطات و استفاده از اینترنت با توجه به بافت فرهنگی شهر کرمان نسبت داد.

سطح ارزش ها و باورهای دینی و مذهبی با مدت زمان دسترسی به اینترنت رابطه معناداری در دانش آموزان مورد مطالعه نشان نداد اما سطح ارزش های دینی با نوع محتوای مورد استفاده معنادار بود. به گونه ای که هر چه میزان ارزش ها و باورهای دینی آنها، کم تر باشد میزان شرکت در بحث ها و تعاملات آزاد اینترنتی از سوی دانش آموزان و هم چنین میزان پذیرش دیگران از سوی دانش آموزان در اینترنت بیش تر است. هرچه سطح ارزش های دینی پایین تر باشد روابط عاطفی که دانش آموزان در فضای مجازی با دیگران برقرار می کنند به طور معناداری بیش تراست. هم چنین هرچه میزان ارزش ها و باورهای دینی و مذهبی آنها بالاتر باشد میزان استفاده دانش آموز از فضای مجازی برای مطالب مذهبی و فرهنگی و همی نطور میزان استفاده دانش آموز از اینترنت برای مطالب علمی و درسی نیز به طور معناداری بیش تر است.

نتایج نشان می دهد میزان پایبندی به نماز و ارزش ها و باورهای دینی و مذهبی بر محتوای مورد استفاده در فضای مجازی تاثیر گذار است.البته نباید از نظر دورداشت که این تاثیر، متقابل است و یکطرفه نیست.

طبق نظریه کنش ارتباطی هابرماس، ارتباطات و تعاملات در فضای عمومی برمبنای عقلانیت و اعتماد شکل می گیرد اما این فضا، توسط رسانه ها تغییر یافته است و می توان گفت یک فضای عمومی در فضای مجازی شکل گرفته است. از آن جا که دراین فضای جایگزین، هویت ها می تواند جعلی و غیر واقعی باشد میزان اعتماد و روابط صادقانه در آن تحت الشعاع هویت مخدوش افراد قرار می گیرد از سویی افراد در این فضا راحت تر از خطوط قرمز عبور می کنند و بی محابا تر سراغ محتوا و مباحثی می روند که در فضای واقعی با توجه به عرف و شناخته بودن، می توانند تجربه کنند.

این ویژگی فضای عمومی در فضای مجازی هرچند که باعث ناپایداری این فضا می گردد اما زمینه بیش تری را برای فعالیت هایی فراهم می کند که در فضای واقعی با توجه به موانع فرهنگی و مجازات های احتمالی امکان پذیر است. وقتی می بینیم میزان ارزش ها و باورهای دینی و مذهبی در دانش آموزانی که نظارت والدین بر فعالیت های اینترنتی آنها بیش تر است و والدین از نوع استفاده آنها از اینترنت اطلاع دارند نسبت به گروه دیگر بالاتر است نشان می دهد که در نبود نظارت والدین و هر ابزار نظارتی دیگر، میزان آسیب های فضای مجازی بیش تر می شود.

نتایج کلی با نتایج پژوهش هما زنجانی زاده همخوانی دارد که اینترنت بر ارزش های خانواده تاثیر گذار است. از سویی با نتایج پژوهش رفعت خواه و شکوری نیز همخوانی دارد که اینترنت بر هویت دینی تاثیر گذار است.

نتایج نشان می دهد تقویت ارزش ها و باورهای دینی در دانش آموزان برای زیستن اخلاقی و پاک در فضای مجازی و دوره ای که جامعه اطلاعاتی نامیده می شود ضروری است.

بدیهی است در این شرایط حضور موثر و فعالانه نهادهای آموزشی و تربیتی در کنار یافته های پژوهشی برای ارتقای سواد رسانه ای و مصونیت بخشی به کاربران دانش آموز ضروری است.

**پیشنهادات**

انجام پژوهش های کیفی درباره محتوای مورد استفاه توسط دانش آموزان و پایبندی به نماز و ارزش های دینی

ارائه آموزش های سواد رسانه ای انتقادی به دانش آموزان و معلمان

حضور فعال تر بخش های پرورشی و مشاوره آموزش و پرورش درفضای مجازی

**منابع**

آزاد ارمکی، تقی و یحیی امامی(1383) تکوین حوزه عمومی و گفت و گوی عقلانی، مجله جامعه‏شناسی ایران، دوره پنجم شماره 1، بهار 1383.

استیون، وایت(1380)خرد، عدالت و نوگرایی، ترجمه محمد حریری اکبری، تهران:قطره.

اسلوین، جیمز(1380)اینترنت و جامعه، ترجمه عباس گلیگوری، تهران:کتابدار.

اینگهارت، رونالد (1382)، تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران انتشارات کویر.

حسینی، عباس(1390)، نقش اينترنت در تغيير ارزش هاي ديني، فصلنامه دين و رسانه سال نهم، شماره (4پياپي 99)، پاييز 1390

ببي،ارل(1386)، "روش هاي تحقيق درعلوم اجتماعي"،جلداول،ترجمه رضافاضل،تهران:انتشارات سمت.

بیرو،آلن(1366) فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران: انتشارات کیهان.

پیوزی، مایکل(1379)یورگن هابرماس، ترجمه احمد تدین، تهران:هرمس.

تامپسون،جان برو کشایر(1379)، رسانه ها و نوگرایی، ترجمه علی ایثاری کمسایی، تهران: موسسه انتشارات روزنامه ایران.

ترنر، جاناتان اچ،(1382)، مفاهيم و كاربرهاي جامعه شناسي، ترجمه فولادي و بختياري، قم، انتشارات مؤسسه آموزشي و پژوهشي امام خميني(ره).

توکلی، مهناز،(1378)، ارزش ها: مفاهیم و ابزار سنجش، نامه پژوهش، سال چهارم، شماره 14 و 15، صص 131-166

چلبی، مسعود(1375) جامعه شناسی نظم، تهران: آگاه.

رابرتسون، رونالد (1382). جهاني شدن تئوري هاي اجتماعي و فرهنگ جهاني، ترجمه کمال پولادي،نشر ثالث.   
 رفعت خواه،مریم و علی شکوری (1387)، اینترنت و هویت اجتماعی،مجله جهانی رسانه،ص1.

رفیع پور، فرامرز(1378)، وسائل ارتباط جمعی و تغییر ارزش های اجتماعی، تهران: کتاب فردا.

زنجانی،هما و علیمحمد جوادی(1384)،تاثیراینترنت برارزش های خانواده،مجله جامعه شناسی ایران،دوره ششم، شماره 2،صص:121-146

 صانعی،پرویز(1372)، جامعه شناسي ارزشها، تهران، گنج دانش.

فرامرزی،داود(1378)، نظریه ساختار مدور ارزش ههای شوارتز، نامه پژوهش، سال چهارم، 15و14، 198-167

فيدر، جان (1380). جامعه اطلاعاتي، ترجمه علي رادباوه و عباس گيلوردي، چاپ اول، نشر کتابدار.

كاستلز، مانوئل (1389). جامعه شبکه‏اي و عصر اطلاعات،جلددوم قدرت هويت، ترجمه حسن چاوشيان، تهران، انتشارات طرح نو.

كريم فر،منصور(1385)،"روش هاي آماري "،تهران:انتشارات دانشگاه تهران.

گودرزي،سعيد،(1388)، "كاربرد آمار در علوم اجتماعي"، تهران:انتشارات جامعه شناسان.

گیدنز، آنتونی (1378)، جهان رها شده، ترجمه دکتر علی اصغر سعیدی و یوسف حاجی عبدالوهاب، تهران:علم وادب.

محسنیان راد، مهدی(1375)، انقلاب مطبوعات و ارزش ها، تهران: مرکز اسناد فرهنگی انقلاب اسلامی.

محسنی، منوچهر(1379)، بررسی آگاهی ها، نگرش ها و رفتارهای اجتماعی – فرهنگی درایران، تهران: دبیرخانه شورای عمومی کشور.

محسني، منوچهر (1386). جامعه شناسي جامعه اطلاعاتي، نشر ديدار.

محمدی اردهالی،فائزه(1382)، شناخت انواع دینداری جوانان و عوامل موثر بر آن، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.

منتظرقائم،1381مهدی،دموکراسی دیجیتالی و حکومت الکترونیکی: سیاست و حکومت در عصر تکنولوژی های اطلاعاتی و ارتباطی، نامه علوم اجتماعی، شماره 19، بهار و تابستان 1381

موتلو، کیهان(1372)، بررسی عقاید مذهبی دانشجویان دانشگاه آنکارا، ترجمه غلامرضا غفاری، فرهنگ توسعه، ش28

نايب پور،محمد و بريري،ماهرخ(1387)،" روش تحقيق و پايان نامه نويسي"، تهران: انتشارات موسسه تحقيقات و توسعه علوم انساني.

نقيب السادات،سيدرضا، (1391)،"راهنماي عملي آماده سازي طرح تحقيق درروش تحليل محتوا"،تهران:نشرعلم.

نیک گوهر،عبدالحسین(1369)، مباني جامعه شناسي، تهران: رايزن

وبستر، فرانك، (1382)؛ نظريه‌هاى جامعه اطلاعاتى، ترجمة اسماعيل قديمى، تهران: نشر قصيده‌سرا.

-Sills ,D.(ed)1991.International Encyclopedia of social science. New York

-Ferrante. J.(1997) sociology.net. Belmant: Wads worth,Publishing Company Infworld,vol 22 issue.pp 36-37

- Rokeach. Milton (1973). The Nature of Human Values. Free Press.

- Schwartz. Shalom H. & Eetta Prince - Gibson (1998). Value Priorities and Gender. Social Psychology Quarterly. Vol.61. No.1.