



تحلیل نظری نقش فضاهای مجازی بر تعاملات اجتماعی اعضای خانواده

سید موسی رئیسی

استادیار، گروه آموزشی علوم انسانی، دانشگاه مهارت ملی، تهران، ایران

Email:saydmosa.raesi@gmail.com

چکیده

با توجه به اهمیت شناخت نظری و تحلیل نظریه‌های صاحب‌نظران حوزه‌های اجتماعی در باب استفاده از فضای مجازی و تأثیرگذاری آن بر زندگی افراد، این پژوهش با هدف تحلیل نظری نقش فضاهای مجازی بر تعاملات اجتماعی اعضای خانواده انجام پذیرفته است.

این تحقیق از نوع تلفیقی بوده و بخش کمی از نوع توصیفی-تبیینی و از روش تحقیق پیمایشی و در بخش کیفی نیز از روش مصاحبه استفاده شده است. کلیه ساکنین متأهل (بالای ۱۸ سال) شهر کرمانشاه به عنوان جامعه آماری تحقیق مد نظر می‌باشند. در این تحقیق از فرمول کوکران به منظور تعیین حجم نمونه به شرح زیر استفاده می‌گردد و با توجه به تعداد جامعه آماری، حجم نمونه برابر ۳۸۳ می‌باشد که به لحاظ اطمینان از تکمیل کلیه پرسشنامه‌ها تعداد ۳۸۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردید. اطلاعات با پرسشنامه محقق ساخته و فرم مصاحبه گردآوری و تجزیه و تحلیل گردیده است.

نظریه‌های اجتماعی بر ایجاد اعتیاد اینترنتی و نقش استفاده بیش از حد از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روابط درون گروهی و برون گروهی خانواده‌ها تأکید داشته و میزان تأثیر استفاده از فضاهای مجازی بر تعاملات اعضای خانواده برابر ۲۸/۳٪ می‌باشد که باید مورد توجه جدی خانواده‌ها برای بهبود روابط خانوادگی و کاهش استفاده از فضاهای مجازی قرار گیرد. نتایج نشان می‌دهد ۲۸/۳ درصد از کل تغییرات تعاملات اعضای خانواده وابسته به متغیر مستقل تحقیق (استفاده از فضای مجازی) می‌باشد که تأیید کننده نظریه صاحب‌نظران در باب تأثیر فضای مجازی بر تعاملات خانواده‌ها است.

کلید واژه‌ها: تحلیل نظری- فضاهای مجازی - تعاملات اعضای خانواده- شبکه‌های اجتماعی



۱. مقدمه

امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی به لحاظ عمومیت یافتن در میان کاربران و با گستره وسیع جغرافیایی در درون مرزهای ملی، به نوعی ارتباط خصوصی و شخصی و فارغ از هر نوع کنترل از سوی مراجع قدرت و به وسیله‌ای بی‌بدیل در عرصه ارتباطات تبدیل شده‌اند. زمینه‌های تاثیرگذاری های گسترده ای که خارج از کنترل دولت‌ها و نهادهای قدرت هستند را در جوامع به وجود آورده‌اند. باید توجه داشت که تعاملات انسانی از جمله مهمترین شاخصه های فرهنگی و اجتماعی جوامع هستند که بسیاری از ابعاد و جنبه های زندگی بشری را متأثر می سازند. تعامل انسانی شامل دو بعد اساسی تعامل فرد با دیگری و ارتباط جمعی یا گروهی می شود. بنابراین تعامل یک جریان دو سویه ی تفهیم و تفاهم میان دو فرد است که به نوعی یک رفتار اجتماعی هم تلقی می شود. امروزه در عصری زندگی می کنیم که دگرگونی های عظیمی در دنیا به وقوع پیوسته و یا در حال وقوع است. بدون شک شبکه های مجازی مانند تلگرام، اینستاگرام، یوتیوب، فیس بوک و ... که در سطح وسیعی در کشور مورد استفاده قرار می گیرد، ارتباطات و تعاملات را نسبت به گذشته بسیار تسهیل کرده و به جوانان این امکان را می دهد که روابطی متفاوت و جدید را تجربه کنند. زمینه ی جهان واقعی با زمینه ی جهان مجازی متفاوت است. تجربیات فرد و حافظه ی فرهنگی او در جهان واقعی با تجربیات و حافظه ی فرهنگی در جهان مجازی، خصوصاً با توجه به نو بودن این فضا، متفاوت است لذا بازخوردهای رفتاری متفاوت هم از بعد ادراکی هم از بعد احساسی ایجاد می شود (عاملی، ۱۳۸۷: ۴۵). این تکنولوژی ها بر زندگی افراد نیز بی تأثیر نبوده‌اند تنوع طلبی و نوجویی از ویژگی های انسان ها است که آنان را به مصرف کننده عمده این تکنولوژی ها و محصولات تبدیل می کند. شاید بتوان ادعا کرد که ظهور این گونه تکنولوژی ها و رسانه های جدید و دگرگونی ها و تغییرات ناشی از آن، تأثیر عمیقی بر افراد دارد که از آن جمله می توان به طولانی شدن دوره نوجوانی و جوانی، رواج شیوه های جدید رفتار اجتماعی برای پر کردن فضای زندگی، فردی شدن مناسبات و تعاملات اجتماعی و پررنگ شدن و تعمیق شکاف های متداول اجتماعی، تغییر شکل گذران اوقات فراغت جوانان، خانگی شدن آن و بوجود آمدن نوع جدیدی از خلوت در بین افراد و ایجاد هویت مجازی، هویت کاذب و هویت آنی می باشد (ذکایی، ۱۳۸۳: ۲۵). هیچ تعاملی بدون برقراری ارتباط امکان پذیر نمی باشد همواره انسان برای رسیدن به اهداف و خواسته هایش نیازمند آشنایی بیشتر با انواع تعاملات اجتماعی و مدل های مهارتی است (موسی زاده، ۱۳۸۹: ۴۴). اینترنت و شبکه های اجتماعی امروزه یکی از ابزارهای ایجاد ارتباط است که طبیعتاً استفاده از آنها در بین نوجوانان و جوانان گسترش بیشتری دارد. در این میان در صورت استفاده بیش از حد افراد از این شبکه های مجازی است که مشکل ساز می شود و باعث شکل گیری مسئله ای اساسی در جامعه می گردد.

این واقعیت هم در سطح کلان و در جامعه بزرگ تر و هم در میان گروه دوستان و همالان و هم در بین اعضای خانواده مصداق پیدا می کند. بنابراین در صورت استفاده بیش از حد اعضای خانواده از شبکه های اجتماعی و فضای مجازی مسئله این است که این استفاده زیاد چه تاثیری بر جایگاه اعضای خانواده و دگرگونی در موقعیت اجتماعی آنان و به تبع آن نوع روابط و تعاملات آنها دارد و چگونه روابط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بین اعضای خانواده دچار تحول می گردد.

در زمینه های اهمیت و ضرورت این پژوهش میتوان گفت که امروزه فضاهای مجازی نقش اساسی در زندگی انسانها ایفا می کنند و استفاده از آن در حوزه های وسیعی در حال افزایش است، همچنین این فضاها با دارا بودن تعداد زیادی از شبکه های اجتماعی از اهمیت مجاورت فیزیکی، بوسیله ایجاد و شکل دهی به نوع دیگری از شبکه های ارتباطی کاسته و باعث تضعیف تعامل بین فردی گردیده است. از دیگر زمینه های اهمیت و ضرورت این تحقیق می توان به این مسئله اشاره نمود که هم زمان با دسترسی گسترده افراد به فضاهای مجازی، شاهد نوع جدیدی از اعتیاد، یعنی؛ اعتیاد به این شبکه ها هستیم که مسأله خاص عصر اطلاعات است. همانند انواع دیگر اعتیاد، اعتیاد به شبکه های اجتماعی مجازی نیز با علایمی هم چون اضطراب، افسردگی، کج خلقی، بی قراری، افکار وسواسی یا خیال بافی راجع به شبکه اجتماعی و ... همراه است. از طرفی در عین حال که روابط افراد به ویژه کودکان و نوجوانان در جهان مجازی افزایش می یابد، در مقابل، از دامنه تعاملات آنان در جهان واقعی کاسته می شود. ضمن آن که احتمال لطمه دیدن عملکرد آموزشی و تحصیلی نیز وجود دارد. بدین ترتیب تمامی پیامدهای وجود اینترنت و فضای مجازی و شبکه های اجتماعی که در بالا مورد اشاره قرار گرفت میتواند در محیط خانواده به شکل گسترده ای اثرگذار باشند و روابط و تعاملات اعضای این جامعه کوچکرا به شدت تحت تاثیر قرار دهند.

۲- اهداف تحقیق

- هدف اصلی

بررسی تاثیر فضاهای مجازی بر تعاملات اعضای خانواده

- اهداف جزئی

۱- تحلیل نظریه های صاحب نظران در خصوص تاثیر استفاده از فضاهای مجازی بر تعاملات اقتصادی اعضای خانواده

۲- بررسی تاثیر استفاده از فضاهای مجازی بر تعاملات اقتصادی اعضای خانواده

۳- بررسی تاثیر استفاده از فضاهای مجازی بر تعاملات اجتماعی اعضای خانواده

۴. بررسی تاثیر استفاده از فضاهای مجازی بر تعاملات فرهنگی اعضای خانواده

۳. روش شناسی تحقیق

روش تحقیق پیمایشی و از نوع توصیفی - تبیینی است. تحقیقات پیمایشی، شامل جمع آوری اطلاعات برای آزمون فرضیه یا پاسخ به سئوالات مربوط به وضعیت فعلی موضوع مطالعه می باشد و چگونگی وضع موجود را تعیین و گزارش می کند (خاکی، ۱۳۷۸: ۱۴). همچنین کاربردی بودن تحقیق به دلیل کاربرد عملی و راه کار، برنامه تحلیل داده ها و ارائه پیشنهادها برای استفاده کنندگان این تحقیق می باشد. همچنین در تعریف پیمایش می توان عنوان نمود که: پیمایش ۱، نوعی روش در تحقیق اجتماعی است که مشخصه اصلی آن ارائه مجموعه ساختمند و منظمی از داده هاست. پرسشنامه، ساده ترین و رایج ترین تکنیک مورد استفاده در این نوع تحقیق است (دواس، ۱۳۸۸: ۱۲).

- جامعه آماری

در این تحقیق با توجه به محدودیت زمانی و مکانی تحقیق، کلیه ساکنین متأهل (بالای ۱۸ سال) شهر کرمانشاه به عنوان جامعه آماری تحقیق مد نظر می باشند. در تحقیقات کمی با توجه به موضوع و هدف تحقیق، جامعه آماری مشخص می شود و با استفاده از روش های نمونه گیری، نمونه انتخاب می گردند و حجم نمونه با توجه به جامعه آماری و اعداد دیگر از طریق فرمول ویژه ای (کوکران) تعیین می شود. نتیجه ای که از این طریق بدست می آید به کل جامعه آماری تعمیم داده می شود (دلاور، ۱۳۸۰). بنابراین در این تحقیق از فرمول کوکران به منظور تعیین حجم نمونه به شرح زیر استفاده می گردد و با توجه به تعداد جامعه آماری، حجم نمونه برابر ۳۸۳ می باشد که به لحاظ اطمینان از تکمیل کلیه پرسشنامه ها تعداد ۳۸۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب می گردد. با توجه به مشخص بودن چارچوب نمونه گیری در این تحقیق از روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده با خصیصه طبقه بندی محله استفاده می گردد.

-تعریف متغیر های تحقیق(نظری و عملیاتی)

متغیر وابسته: تعاملات در خانواده

تعریف نظری:

تعاملات فرآیندی است که در آن اطلاعات، مفاهیم و احساسات را با نشانه های کلامی و غیر کلامی با دیگران در میان می گذاریم. این توانایی موجب تقویت رابطه ی گرم و صمیمی با دیگران، حفظ و ارتقای سلامت روانی، قطع روابط ناسالم، حل مسایل و مشکلات خود با دیگران و رفع تضادها و تعارض ها می شود. تعامل در خانواده، ارتباطی است که بر دو رکن استوار باشد: ارتباط برقرار کنندگان باید منحصر به فرد بودن خصوصیات رفتاری یکدیگر را بپذیرند و پیام



هایی را طراحی و ارسال کنند که نمایانگر پذیرش این موضوع باشد. اینگونه تعامل بین یک نفر از اعضای خانواده با دیگری دیگر برقرار می شود. هدف از برقراری این نوع تعامل، می تواند حل مسائل و مشکلات خود با دیگران، رفع تضاد ها و تعارضات، رد و بدل کردن اطلاعات، درک بهتر و ... باشد (کربلایی و همکاران، ۱۳۸۵).

تعریف عملیاتی:

تعاملات در خانواده در این پژوهش متغیری است وابسته و چند ارزشی که با در نظر گرفتن شاخص های زیر در قالب پرسشنامه محقق ساخته سنجیده می شود:

۱. جایگاه اعضای خانواده از دید والدین
۲. جایگاه اعضای خانواده از دید فرزندان
۳. جایگاه اعضای خانواده از دید دیگر اعضای خانواده
۴. تعاملات روابط اقتصادی اعضای خانواده
۵. تعاملات روابط فرهنگی اعضای خانواده
۶. تعاملات روابط اجتماعی اعضای خانواده

متغیر مستقل: فضای مجازی

تعریف نظری:

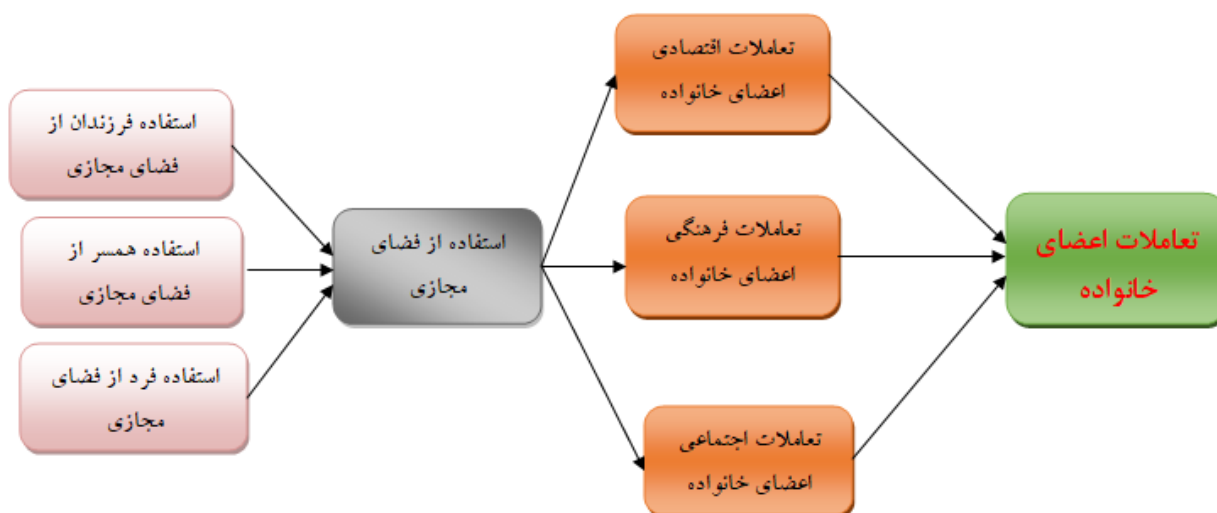
در تمام تعاریف فضای مجازی، این فضا محیط الکترونیکی یا محیط شبکه ای از کامپیوتر ها دانسته می شود که با استفاده از جلوه های سمعی و بصری سعی دارد تا اشیاء و واقعیت های سه بعدی جهان واقعی را مشابه سازی کند اما ادعا می شود که فاقد مادیت فیزیکی هستند. از خصوصیات بارز این فضا بی مکانی و بی زمانی است (منتظر قائم، ۱۳۸۱: ۲۳۱).

تعریف عملیاتی:

اعتیاد به تلگرام در این پژوهش متغیری است مستقل و چند ارزشی و افرادی که بین ۴۰ تا ۵۰ ساعت در هفته از تلگرام استفاده می کنند را شامل شده و با در نظر گرفتن شاخص های زیر در قالب پرسشنامه محقق ساخته سنجیده می شود.

۱. گشت و گذار در شبکه های اجتماعی
۲. عضویت در گروه های مجازی
۳. تعداد ساعات استفاده از فضاهای مجازی
۴. تعداد عضویت در گروه های مجازی
۵. تعداد کاربران شبکه مجازی فرد

۴- مدل نظری



نمودار (۱): مدل نظری

۵. مبانی نظری

ردیف	نظریه پردازان	نظریه
۱	ود دایک	مهم‌ترین تغییر ساختاری که بر رسانه‌های جدید تأثیر نهاده است، همگرایی مخابرات، ارتباطات داده‌ای و رسانه‌های جدید و قدیم بوده است. دومین تغییر حرکت به سمت اشکال تعاملی رسانه‌هاست که امکان ارتباط دو طرفه را فراهم می‌آورد. این تغییرات دوگانه، جامعه‌ی معاصر را از عصر صنعت‌گرایی فرهنگ توده‌ای به دورانی رهنمون می‌سازد که تحت مالکیت شبکه‌ها و تعاملات قرار دارد.

۲	شیلر	فضای مجازی را نتیجه‌ی ساختار دیگری می‌داند که آن را پرورش داده و هویتی مستقل برای آن قائل نیست. از دیدگاه شیلر، به‌وسیله‌ی جامعه‌ی اطلاعاتی، سلطه‌ی غرب بر روابط اقتصادی به گونه‌ای غیر قابل مهار به اشکال فرهنگی سلطه، منتهی می‌گردد. بر ماهیت مبتنی بر سرمایه‌داری و کالایی کردن فرهنگ مردم پسند آمریکایی، پیش از انتقال این مدل به بقیه‌ی جهان تأکید می‌کند اجتماعات به اصطلاح مجازی، مکان‌هایی هستند که بر کنایه‌پردازی و بازی استوار هستند. برخلاف اجتماعات واقعی که مکان‌هایی مبتنی بر تعهد و مسئولیت هستند اگر در چارچوب فضای سایبر ما قادر باشیم هویت‌های خودمان را به گونه‌ای دیگر جلوه دهیم، این امر به گونه‌ای مؤثر امکان مبادله‌ی واقعاً ارتباطی را که در آن ویژگی‌های دیگری باید وارد شود را نفی می‌کند.
	کستلز	خطوط کلی دیدگاهی را درباره‌ی فرهنگ‌های رسانه‌ای معاصر ترسیم کرده است که به شالوده‌شکنی قطب‌بندی‌های مباحث قبلی و در عین حال مرتبط ساختن آن‌ها به فرآیندهای دگرگونی اجتماعی اساسی می‌پردازد. جامعه‌ی اطلاعاتی در حال ظهور عمدتاً زائیده‌ی رابطه‌ی در حال تغییر بین سرمایه‌داری جهانی، دولت و جنبش‌های اجتماعی معاصر است. توسعه‌ی رسانه‌های جدید، تنوع بخشی به پیام‌های رسانه‌ای، انفجار درونی سیاست و رسانه‌ها همگی آثار دامنه‌داری بر حوزه‌ی عمومی داشته‌اند رسانه‌های مدرن و مجازی در حال حاضر در چارچوب زبان، انواع مبادلات نمادین را شکل می‌دهند که به تعریف جامعه کمک می‌کنند. تکنولوژی‌های رسانه‌ای جدید در عوض آنکه ساختارهای اجتماعی موجود را دگرگون سازند، آن‌ها را تقویت می‌کنند نکته‌ی کستلز در مورد اینترنت این است که این رسانه به طور متقابل از راه قدرت مجتمع‌های رسانه‌ای که در سرتاسر جهان و در تمامی کشورها استقرار



		یافته‌اند، ظرفیت تکنولوژیک خود و جریان اطلاعات و نمادهایی که ساخته است عمدتاً نمی‌تواند تحت کنترل خاص و مقررات وضع شده‌ای قرار بگیرد و تنها راه کنترل آن پیدا کردن راهی برای وارد کردن خود و کنترل بیشتر اطلاعات تولیدی در این محیط است.
۳	هابرماس	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. محیط تعاملی اینترنت را می‌توان فضایی در نظر گرفت که کاربران به راحتی در آن به گفت و گو می‌پردازند که فضای صمیمیت و ابراز احساسات در محیط‌های تعاملی اینترنت شکل می‌گیرد که از یکدیگر تأثیر پذیرفته همچنین کاربران نیازهای خود را باهم مطرح کرده، در آن گروه‌ها مسائل و مشکلات خود را مطرح کنند و انرژی عاطفی خود را در این محیط‌ها مصرف نمایند که این تخلیه انرژی احتمالاً بر ارزش‌های خانواده و ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر می‌تواند مؤثر واقع شود.
۵	کلی و ولخارت	افرادی که از انگیزه بالایی برای حفظ عضویت خود در گروه برخوردارند، و بنابراین وابستگی بیشتری به تأیید دارند، بعید به نظر می‌رسد که ارتباطات و پیام‌هایی را قبول نمایند که نقطه مقابل هنجارها و ارزش‌های گروه هستند. فرد باید موافقت و تأیید را به دست آورد. هرچه کاربر اینترنتی احساس کند که در محیط اینترنت بیشتر مورد پذیرش واقع می‌شود احتمالاً باعث خواهد شد که بر ارزش‌های خانواده و ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر مؤثر واقع شود و همچنین هرچه کاربران بیشتر وارد بحث و مناظره گروهی شوند احتمالاً باعث مطرح کردن موضوعات خود با محیط‌های تعاملی اینترنت می‌شوند و کمتر مسائل خود را با خانواده مطرح می‌کنند و باعث کم‌اهمیت شدن ارزش‌های خانواده و ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر نزد فرد می‌شود. و این ارتباطات بر تعاملات اجتماعی در بین اعضای خانواده تأثیر گذارند.

۶	والدهال و کلاپر	والدهال از فرار بودن محتوای ارتباطی صحبت می کند، عاملی که احتمال تحصیل اثرات را کاهش می دهد. او معتقد است که «اثرات دراز مدت بیش از اثرات کوتاه مدت مورد توجه قرار می گیرد» و یا به نوعی اگر از یک پیام به طور طولانی مدت استفاده شود تأثیر آن پیام بیشتر است. کلاپر علاوه بر تکرار پیام، مدت زمان پیام را نیز در نظر می گیرد تا برنامه بتواند بالاترین اثر ممکن را داشته باشد. از این دو نظریه هم می توان مدت زمان استفاده از اینترنت و هم طول مدت دسترسی به اینترنت و همچنین مداومت استفاده از اینترنت را (روزانه، هفتگی، ماهانه) به عنوان متغیرها مستقل جهت تأثیر اینترنت بر ارزش های خانواده به کار برد، چرا که هر کدام از این عوامل باعث کاهش روابط درون خانواده و در نهایت کاهش ارزش های خانواده می شود. پس در این جا آن چه نقش مهمی را بازی می کند طول مدت دسترسی به اینترنت است. همچنین از این نظریه از میزان استفاده از اینترنت می توان استفاده کرد، بدین گونه که هرچه از اینترنت بیشتر استفاده کنیم این میزان استفاده احتمالاً باعث کم شدن ارتباط با خانواده می شود و این منجر به کاهش ارزش های خانواده نزد فرد می شود. و تعاملات فرهنگی و اجتماعی را در بین اعضای خانواده به حداقل می رساند.
۷	دی فلور و بال روکیچ	آنهادر الگوی خویش درباره وابستگی به رسانه ها براین باورند که شرط مهم برای بروز اثرات، میزان وابستگی به بعضی رسانه های ارتباطی است، مجرای که مردم برای به دست آوردن اطلاعات مهم نسبت به آن احساس وابستگی می کنند، توان بیشتری برای ایجاد اثرات دارد، تا مجرای که تفاوتی با مجاری دیگر ندارد و اطلاعاتی که فراهم می کند فاقد اهمیت است. با کمک این نظریه می توان وابستگی به اینترنت را مطرح کرد، بدین صورت که کاربر اینترنتی با وابسته شدن به اینترنت فرصت کمتری برای پرداختن به خانواده دارد و این ممکن است باعث کم اهمیت شدن خانواده نزد کاربر اینترنتی و در نتیجه کاهش ارزش ها و ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر شود. دسترسی فزاینده به اینترنت باعث شده است که مردم اوقات مفید خود را برای خانواده و دوستان

		کم تر صرف نمایند. هم چنین اینترنت باعث شده است که مرز بین کار و خانه کم رنگ تر گردد و این نکته باعث تصرف زندگی خانگی شده است. بسیاری از کارکنان کارهای نا تمام محل کار خود را از قبیل باز کردن صندوق پست الکترونیک، در خانه انجام می دهند. بر اساس استدلال آنها، تماس و تعامل انسانی کم تر شده و روابط و مناسبات شخصی بین افراد رو به انحلال می رود. شکل های تفریح و سرگرمی انسان ها تغییر کرده و سرگرمی هایی مثل مطالعه کتاب و تماشای تئاتر از زندگی افراد پاک می گردد و در کل چهارچوب زندگی اجتماعی سست و ضعیف می شود. همچنین تعاملات اقتصادی و اجتماعی نیز بین اعضای خانواده دستخوش تغییر و تحول می گردد.
۸	آلبرت بندورا	بنا به این نظریه، یادگیری از راه مشاهده^۱ تقلید^۲ و الگوبرداری^۳ انجام می شود و به عامل تقویتی نیازی ندارد. فرد از طریق مشاهده دیگران، ایده چگونگی انجام رفتارهای تازه را شکل می دهد. در موقعیت های بعدی، این اطلاعات رمزی به عنوان راهنمایی برای عمل، در خدمت فرد خواهد بود. وضعیت ذهنی برای یادگیری اهمیت دارد. بندورا خاطر نشان ساخت که عوامل خارجی و محیطی، تنها عامل موثر بر یادگیری و رفتار نیست. او عامل درونی را نیز به شکل غرور، ارضاء شخصی یا حس موفقیت، موثر می دانست. چنین تأکیدی بر افکار و شناخت درونی به ارتباط بخشیدن بین نظریه های یادگیری و نظریه های رشدی-شناختی کمک می کند. سرانجام، برای موفقیت یادگیری مشاهده ای باید انگیزه کافی برای تقلید از رفتاری که مدل سازی شده است داشت. تشویق و تنبیه، نقش مهمی در انگیزش ایفاء می کنند. همان طور که روبروشدن با این محرک ها می تواند بسیار موثر باشد، مشاهده تشویق یا تنبیه دیگران نیز موثر است.

^۱Observation

^۲Imitation

^۳Modeling



	دالر و میلر	با مشاهده افراد آدمی در محیط اجتماعی و تقلید از آنهاست که انسان می‌آموزد مردم چگونه رفتار می‌کنند و کارها و مهارت‌ها و به طور کلی بیشتر امور زندگی چگونه انجام می‌شوند. یادگیرنده باید در عملکردهای آشکار وارد شود تا نشان دهد که یادگیری از راه مشاهده رخ داده است یا نه. یادگیری در یک سطح فکری انجام می‌شود. این یادگیری در فضاهای مجازی نیز اتفاق افتاده و روابط بین اعضای یک گروه را به لحاظ اجتماعی و فرهنگی تحت تأثیر خود قرار می‌دهد.
	هیرشی	عاملی که باعث جلوگیری از رفتارهای انحرافی نوجوانان و جوانان می‌شود، پیوند اجتماعی است. به اعتقاد هیرشی، پیوندهای اجتماعی دارای چهار عنصر اصلی دلبستگی، تعهد، مسئولیت و اعتقاد است باور و اعتقاد میزان اعتباری است که فرد برای معیارهای قراردادی اجتماع قایل است و باعث می‌شود در حالی که می‌تواند طبق میل خود از آن‌ها تخلف کند پای بند به آن باقی بماند. مانند باور به نیکو کاری یا حسن شهرت در بین خانواده و همالان. بنابراین اگر فردی اعتقاد قوی به ارزش‌ها و اصول اخلاقی یک گروه نداشته باشد یا به این ارزش‌ها وفادار نباشد احتمال گرایش وی به رفتار انحرافی بیشتر خواهد بود
	یونگ	زیاده روی در استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند برای سلامت فکری و فیزیکی شخص خطرناک باشد. اعتیاد به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، کارکرد انطباقی شخص را مختل می‌کند و اگر شخصی به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی معتاد شود، کارکردهای وی غیر انطباقی می‌شوند.
	فلدمن	بین محتوای اینترنتی و محتوای رسانه‌های قدیمی‌تر یک تفاوت جدی وجود دارد و آن دیجیتالی بودن محتوای این وسایل است. وی ادامه می‌دهد البته شباهت این رسانه جدید به رسانه‌های پیشین هم این است که مانند بقیه

رسانه ها شکل خود را بر مبنای تقاضای مخاطب و اصول حاکم بر اقتصاد بازار تنظیم می کنند. هر قدر مردم اوقات بیشتری را برای ارتباطات و تعاملات رایانه ای صرف کنند و کارها و فعالیت های خود را از طریق فضاهای مجازی پیگیری نمایند، برای تعامل با یکدیگر در دنیای فیزیکی وقت و فرصت کمتری اختصاص خواهند دهند. تعاملات اقتصادی تحت تاثیر قرار می گیرد. مراودات اجتماعی کاهش یافته و بخش های مختلف فرهنگی افراد دستخوش تغییر می گردد..		
«در زندگی مدرن می توان در مکان یا محلی حاضر نبود، ولی در فضای آن قرار داشت و در زندگی و پدیده های اجتماعی که در آن فضا قرار دارند، مشارکت ورزید. تهی شدن زمان تا اندازه زیادی پیش شرط تهی شدن مکان است و اولویت علی بر آن دارد آنچه مهم است این است که جداییهای مکانی و محلی دیگر باعث انقطاع اجتماعی و گسستگی انسانها از یکدیگر نیستند. مدرنیته باعث می شود که حتی انسانهایی که از هم دورند بتوانند در شکل گیری یک جامعه یا یک پدیده اجتماعی در «فضای مدرن» در کنار هم قرار گیرند. فاصله مکانی به معنای فاصله زمانی نیست و همسانیهای مدرن در تنظیم زمان موجب می شود که فعالیتهای اجتماعی در دوردست هم بتوانند به لحاظ زمانی همساز و هم کنش شوند. تنظیم مراودات، سفرها و حمل و نقلهای بین المللی و برنامه های عمل مشترک بین مردمان سرزمینهای مختلف از همین جدایی زمان و فضا با مکان سرچشمه می گیرد. گیدنز در شرح واضح از زمان و مکان مفهوم «جاکندگی» را استفاده می کند. این مفهوم در نظامهای اجتماعی بیانگر پدیده ای است که در اثر جدایی فضا و زمان از مکان به وجود آمده و یکی از خصلتهای اصلی مدرنیته از دیدگاه گیدنز است اساس این مفهوم روابط اجتماعی و پدیده های اجتماعی دیگر مستقر و	گیدنز	

محصور در یک مکان یا یک جعبه مکانی مشخص نیستند. روابط و پدیده‌های اجتماعی در جهان سنتی در قالبهای محدودی جا گرفته و صرفاً در این قالبهای مکان مند معنا می یابد. در حالی که در جهان مدرن گسترده روابط اجتماعی و شمول پدیده های اجتماعی از نظر مکان و زمان نامحدود است. روابط و پدیده های اجتماعی در دوران مدرنیته بر پایه شبکه ای از اعتمادها و شناخت مخاطرات به وجود می آید. این اعتماد موجب آن می شود که انسان از نظامها و فناوریهایی که مولد تخصصهای مدرن است استفاده کند و با انسانها و نظامهایی که به لحاظ زمانی و مکانی از او دورند به کنش متقابل پردازد. مدرنیته با بسط و گسترش اعتماد به نظامهای تخصصی نشانه های نمادین موجب می شود که پدیده ها و روابط اجتماعی در یک قالب مکانی مشخص محدود نمانده و دائماً گسترش بیشتری بیابند. این گسترش فراتر از هر گونه محدودیت مکانی است، بنابراین موجب و پایه فرایندی است که انسان را از قید و بندهای جامعه سنتی رها می سازد. بنابراین از دیدگاه گیدنز، مدرنیته بنیاد مفاهیم اعتماد مخاطره را - که اساس رفتارهای اجتماعی انسان است- متحول ساخته و امکان گسترش و فراتر رفتن آن از محدوده های یک مکان مشخص را پدید آورده است. رفتارهای مبتنی بر اعتماد یا مخاطره از کالبد تنگ روابط سنتی و درونی جوامع آزاد می شوند و در گسترده ای وسیع تسری می یابند»	
--	--

۶. یافته ها

- یافته های آمار توصیفی

در این تحقیق اطلاعات مورد نیاز بوسیله پرسشنامه و با طرح سوالات به شرح زیر جمع آوری گردیده است.

۱. قسمت اول پرسشنامه شامل ۱۳ سؤال جهت کسب اطلاعات در مورد متغیرهای زمینه ای تحقیق می باشد.

۲. قسمت دوم متشکل از ۱۵ سؤال جهت کسب اطلاعات در مورد متغیرهای تحقیق می باشد.



ب- پرسشنامه دوم

بر اساس آمار بدست آمده برای متغیرهای زمینه ای (سیمای پاسخگویان) می توان عنوان نمود که:

✓ در خصوص سن همسران، بیشترین فراوانی مربوط به پاسخگویان با سن همسر ۱۸ تا ۲۷ سال با (۴۰٪) فراوانی ها می باشد.

✓ در خصوص سن شوهران، بیشترین فراوانی مربوط به پاسخگویان با سن شوهر ۱۸ تا ۲۷ سال با (۳۵٪) فراوانی ها می باشد.

✓ در خصوص تعداد فرزندان بیشترین فراوانی مربوط به پاسخگویان دارای یک فرزند با فراوانی (۳۵٪) می باشد.

✓ در خصوص سطح تحصیلات همسران بیشترین فراوانی مربوط به سطح تحصیلات لیسانس (با فراوانی ۳۵٪) برای همسران پاسخگویان میباشد که نشان دهنده وضعیت علمی مناسب آنها است.

✓ در خصوص سطح تحصیلات شوهران بیشترین فراوانی مربوط به سطح تحصیلات لیسانس (با فراوانی ۳۷٪) برای شوهر پاسخگویان میباشد که نشان دهنده وضعیت علمی مناسب آنها است

✓ بیشترین فراوانی موقعیت پاسخگوی پرسشنامه در خانواده مربوط به مردان با (۵۴٪) فراوانی ها می باشد.

✓ بیشترین فراوانی مربوط به تعداد سال های مشترک زندگی بین ۱ تا ۹ سال با (۴۲٪) فراوانی ها می باشد .

✓ در خصوص منطقه زندگی پاسخگویان بیشترین فراوانی مربوط به پاسخگویان ساکن در شهر کرمانشاه با ۲۵ درصد فراوانی ها می باشد.

✓ در خصوص وضعیت اقتصادی خانواده، بیشترین فراوانی مربوط به خانواده های با وضعیت اقتصادی متوسط با ۵۱٪ فراوانی ها می باشد.

✓ در خصوص وضعیت اجتماعی فرهنگی خانواده، بیشترین فراوانی مربوط به خانواده های با وضعیت اجتماعی فرهنگی نیمه سنتی (با ۳۰٪ فراوانی ها) می باشد.



✓ بیشترین ساعت استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی بین ۱۰ تا ۱۹ سال با ۳۴ درصد فراوانی ها می باشد

✓ بیشترین ساعت استفاده همسران از اینترنت و شبکه های اجتماعی بین ۲۰ تا ۲۹ سال با ۲۷ درصد فراوانی ها می باشد.

✓ در خصوص ساعات استفاده هفتگی فرزندان از اینترنت و شبکه های اجتماعی نیز فرزند اول ۴۰ ساعت در هفته، فرزند دوم ۲۵ ساعت، فرزند سوم ۳۱ ساعت و فرزند چهارم ۲۷ ساعت از اینترنت و فضای شبکه های اجتماعی در هفته استفاده می کنند. بیشترین فراوانی مربوط به فرزند اول با ۴۰ ساعت استفاده در هفته می باشد.

همچنین در خصوص آمار توصیفی بدست آمده از متغیرهای تحقیق میتوان گفت:

❖ با توجه به درصد بدست آمده از امتیازات روش های تصمیم گیری (فردی یا مشارکتی) خانوار در مورد نحوه هزینه ها درصد بدست آمده برای زن و شوهر و فرزندان (۶۶/۲۷٪) در خصوص روش های تصمیم گیری (فردی یا مشارکتی) خانوار در مورد نحوه هزینه ها نشان می دهد که کلیه اعضای خانواده در خصوص نحوه هزینه ها مشارکت دارند. بر این اساس میتوان گفت در خصوص خرید های روزمره کل افراد خانواده بیشترین تصمیم را می گیرند که به نظر بر اساس نیاز هر یک از افراد خانواده و سلیقه همه افراد خرید های انجام می پذیرد. در خصوص وسایل خانگی بیشترین تصمیم گیری با زن در خانواده می باشد و تصمیم گیری در خصوص وسایل خانگی با آنهاست. در خصوص سفر و تفریحات و هزینه های آن بیشترین سهم تصمیم گیری با مرد در خانواده می باشد که به نظر به دلیل تجربه بیشتر و مسئولیت هزینه ها در خانواده این سهم در مردان بیشتر است.

❖ با توجه به درصد بدست آمده از امتیازات نگرش افراد خانواده نسبت به اقتصاد جامعه میتوان گفت که افراد خانواده وضعیت اقتصادی جامعه را در حد ضعیفی (درصد فراوانی ۴۴) قلمداد می کنند بر این اساس میتوان گفت در خصوص ارزیابی وضعیت اقتصادی جامعه بیشتر پاسخگویان با (۷۴٪ فراوانی) آن را ضعیف عنوان نموده اند. همچنین ارزیابی خانواده از فعالیت های تولیدی تولیدکنندگان را با (۴۶٪ فراوانی ها) در حد متوسطی عنوان کرده اند و فعالیت های تولیدی کشاورزان را در حد قوی (با

۵۳٪) فراوانی ها عنوان کرده که به نظر با توجه به اینکه در شهر کرمانشاه فعالیت های کشاورزی نیز انجام می پذیرد این حد موافقت را با فعالیت های تولیدی کشاورزی داشته اند.

❖ با توجه به درصد بدست آمده از امتیازات به کیفیت روابط اعضای خانواده میتوان گفت که افراد خانواده کیفیت روابط خانوادگی شان را در حد زیادی (درصد فراوانی ۵۱) قلمداد می کنند. بر این اساس میتوان گفت پاسخگویان روابط و رفتار بین اعضای خانواده خود را (با فراوانی ۸۴٪) در حد زیادی مبتنی بر تفاهم و دوستانه عنوان کرده اند. همچنین میزان گفتگوی اعضای خانواده در خصوص مسائل خانوادگی، اجتماعی و... را (با فراوانی ۴۰٪) در حد زیادی عنوان کرده اند که بافت نیمه سستی منطقه میتواند از عوامل این مسئله باشد که خانواده ها در این منطقه مسائل و مشکلات خود را با دیگران در میان می گذارند. و رفت آمد و ارتباط خانواده با همسایگان و خویشاوندان و دوستان را در حد کمی (با فراوانی ۴۲٪) عنوان نموده اند.

❖ با توجه به درصد بدست آمده از امتیازات نگرش افراد خانواده نسبت به مشارکت اجتماعی خانواده میتوان گفت که افراد خانواده وضعیت مشارکت اجتماعی خانواده را در حد متوسطی (درصد فراوانی ۳۸) قلمداد می کنند.

❖ با توجه به درصد بدست آمده از امتیازات نگرش افراد نسبت به ارزش های اجتماعی و باورهای اعضای خانواده میتوان گفت که افراد خانواده در حد زیادی دارای ارزش های اجتماعی و باورهای اعضای خانواده با (درصد فراوانی ۴۸/۴۵) می باشند. بر این اساس میتوان گفت در خصوص روابط دختر و پسر با (۵۵٪ فراوانی ها) موافقت کمی دارند. که برگرفته از بافت سستی و نیمه سستی منطقه و کوچک بودن شهر های محل زندگی می باشد. اعتقاد خانواده به راستگویی و درستکاری را (با فراوانی ۷۴٪) در حد زیادی عنوان کرده اند. همچنین اعتقاد خانواده به جدیت و دقت در کار را در حد زیادی (با فراوانی ۷۱٪) موثر بر پیشرفت اقتصادی و اجتماعی عنوان نموده اند و عمل مردم به مسئولیت های اجتماعی و وظایف خود (با فراوانی ۵۵٪) در حد کمی عنوان کرده اند.

❖ با توجه به درصد بدست آمده از امتیازات نگرش افراد خانواده نسبت به اعتقادات دینی و عمل به آنها میتوان گفت که افراد خانواده اعتقادات دینی و عمل به آنها را در حد ضعیفی (درصد فراوانی ۳۷) قلمداد می کنند. بر این اساس میتوان گفت از نظر پاسخگویان در حد متوسطی (با فراوانی ۴۳٪) عمل به اصول و آموزه های دینی در موفقیت افراد تاثیر مثبت دارد. و در حد کمی (با فراوانی ۳۶٪) عمل به اصول و آموزه های دینی در موفقیت افراد تاثیر مثبت دارد.

عمل به اصول و آموزه های دینی و کاربردی آن در زندگی روزمره در موفقیت فردی و توسعه جامعه اثر مثبت دارد.

- یافته های آمار استنباطی

به منظور تکمیل فرایند تجزیه و تحلیل و لزوم سنجش رابطه بین متغیرهای تحقیق آزمون فرضیه ها به شرح زیر انجام پذیرفته است:

فرضیه فرعی اول اینچنین مطرح شده است: بین استفاده از فضای مجازی و روش های تصمیم گیری (فردی یا مشارکتی) خانوار در مورد نحوه هزینه ها رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون رابطه معنی داری بین استفاده از فضای مجازی و روش های تصمیم گیری (فردی یا مشارکتی) خانوار در مورد نحوه هزینه ها وجود دارد. همچنین با توجه به منفی و معکوس بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش استفاده از فضای مجازی در خانواده میزان تصمیم گیری (مشارکتی) خانوار در مورد نحوه هزینه ها نیز کاهش می یابد. مقدار این رابطه $0/503-$ است که دلالت بر همبستگی نسبتاً قوی و معکوس بین دو متغیر دارد.

در بررسی سه زیر فرضیه آن نیز میتوان گفت رابطه معنی داری، منفی و معکوسی بین میزان ساعات استفاده فرد ($0/421-$)، ساعات استفاده همسر ($0/317-$) و ساعات استفاده فرزندان ($0/401-$) از فضاهای مجازی و روش های تصمیم گیری (فردی یا مشارکتی) خانوار در مورد نحوه هزینه ها وجود دارد. بنابراین هر سه زیر فرضیه تحقیق (فرض $H1$) تأیید می گردد. همچنین با توجه به منفی و معکوس بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش میزان ساعات استفاده فرد، همسر و فرزندان از فضای مجازی در خانواده میزان تصمیم گیری (مشارکتی) خانوار در مورد نحوه هزینه ها نیز کاهش می یابد.

فرضیه فرعی دوم اینچنین مطرح شده است: بین استفاده از فضای مجازی و نگرش افراد خانواده نسبت به اقتصاد جامعه رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون رابطه معنی داری بین استفاده از فضای مجازی و نگرش افراد خانواده نسبت به اقتصاد جامعه وجود دارد. همچنین با توجه به مثبت و مستقیم بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش استفاده از فضای مجازی در خانواده میزان نگرش افراد خانواده نسبت به اقتصاد جامعه افزایش می یابد. مقدار این رابطه $0/414$ است که دلالت بر همبستگی متوسط بین دو متغیر دارد.

در بررسی سه زیر فرضیه آن نیز میتوان گفت رابطه معنی داری، مثبت و مستقیمی بین میزان ساعات استفاده فرد ($0/311$)، ساعات استفاده همسر ($0/501$) و ساعات استفاده فرزندان ($0/352$) از فضاهای مجازی و نگرش افراد خانواده نسبت به اقتصاد جامعه وجود دارد. بنابراین هر سه زیر فرضیه تحقیق (فرض $H1$) تأیید می گردد. همچنین با توجه به مثبت و



مستقیم بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش میزان ساعات استفاده فرد، هسمر و فرزندان از فضای مجازی در خانواده نگرش افراد خانواده نسبت به اقتصاد جامعه ارتقاء می یابد.

فرضیه فرعی سوم اینچنین مطرح شده است: بین استفاده از فضای مجازی و کیفیت روابط اعضای خانواده رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون رابطه معنی داری بین استفاده از فضای مجازی و کیفیت روابط اعضای خانواده وجود دارد. همچنین با توجه به منفی و معکوس بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش استفاده از فضای مجازی در خانواده میزان کیفیت روابط اعضای خانواده نیز کاهش می یابد. مقدار این رابطه $-0/313$ است که دلالت بر همبستگی متوسط بین دو متغیر دارد.

در بررسی سه زیر فرضیه آن نیز میتوان گفت رابطه معنی داری، منفی و معکوسی بین میزان ساعات استفاده فرد ($-0/303$)، ساعات استفاده هسمر ($-0/329$) و ساعات استفاده فرزندان ($-0/380$) از فضاهای مجازی و کیفیت روابط اعضای خانواده وجود دارد. بنابراین هر سه زیر فرضیه تحقیق (فرض $H1$) تأیید می گردد. همچنین با توجه به منفی و معکوس بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش میزان ساعات استفاده فرد، هسمر و فرزندان از فضای مجازی در خانواده و کیفیت روابط اعضای خانواده نیز کاهش می یابد.

فرضیه فرعی چهارم اینچنین مطرح شده است: بین استفاده از فضای مجازی و کیفیت مشارکت اجتماعی خانواده در جامعه مدنی رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون رابطه معنی داری بین استفاده از فضای مجازی و کیفیت مشارکت اجتماعی خانواده در جامعه مدنی وجود دارد. همچنین با توجه به منفی و معکوس بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش استفاده از فضای مجازی در خانواده میزان کیفیت مشارکت اجتماعی خانواده در جامعه مدنی نیز کاهش می یابد. مقدار این رابطه $-0/387$ است که دلالت بر همبستگی متوسط و معکوس بین دو متغیر دارد.

در بررسی سه زیر فرضیه آن نیز میتوان گفت رابطه معنی داری، منفی و معکوسی بین میزان ساعات استفاده فرد ($-0/439$)، ساعات استفاده هسمر ($-0/418$) و ساعات استفاده فرزندان ($-0/395$) از فضاهای مجازی و کیفیت مشارکت اجتماعی خانواده در جامعه مدنی وجود دارد. بنابراین هر سه زیر فرضیه تحقیق (فرض $H1$) تأیید می گردد. همچنین با توجه به منفی و معکوس بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش میزان ساعات استفاده فرد، هسمر و فرزندان از فضای مجازی در خانواده، کیفیت مشارکت اجتماعی خانواده در جامعه مدنی نیز کاهش می یابد.

فرضیه فرعی پنجم اینچنین مطرح شده است:

بین استفاده از فضای مجازی و ارزش های اجتماعی و باورهای اعضای خانواده رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون رابطه معنی داری بین استفاده از فضای مجازی و ارزش های اجتماعی و باورهای اعضای خانواده وجود دارد. همچنین با توجه به منفی و معکوس بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش استفاده از فضای مجازی در خانواده میزان ارزش های اجتماعی و باورهای اعضای خانواده نیز کاهش می یابد. مقدار این رابطه $0/449-$ است که دلالت بر همبستگی متوسط و معکوس بین دو متغیر دارد.

در بررسی سه زیر فرضیه آن نیز میتوان گفت رابطه معنی داری، منفی و معکوسی بین میزان ساعات استفاده فرد ($0/432-$)، ساعات استفاده همسر ($0/489-$) و ساعات استفاده فرزندان ($0/358-$) از فضاهای مجازی و ارزش های اجتماعی و باورهای اعضای خانواده وجود دارد. بنابراین هر سه زیر فرضیه تحقیق (فرض $H1$) تأیید می گردد. همچنین با توجه به منفی و معکوس بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش میزان ساعات استفاده فرد، همسر و فرزندان از فضای مجازی در خانواده، ارزش های اجتماعی و باورهای اعضای خانواده نیز کاهش می یابد.

فرضیه فرعی ششم اینچنین مطرح شده است: بین استفاده از فضای مجازی و اعتقادات دینی و عمل به آنها رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون رابطه معنی داری بین استفاده از فضای مجازی و اعتقادات دینی و عمل به آنها وجود دارد. بنابراین فرضیه تحقیق (فرض $H1$) تأیید می گردد. همچنین با توجه به منفی و معکوس بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش استفاده از فضای مجازی در خانواده میزان اعتقادات دینی و عمل به آنها نیز کاهش می یابد. مقدار این رابطه $0/356-$ است که دلالت بر همبستگی متوسط و معکوس بین دو متغیر دارد

در بررسی سه زیر فرضیه آن نیز میتوان گفت رابطه معنی داری، منفی و معکوسی بین میزان ساعات استفاده فرد ($0/319-$)، ساعات استفاده همسر ($0/330-$) و ساعات استفاده فرزندان ($0/357-$) از فضاهای مجازی و اعتقادات دینی و عمل به آنها وجود دارد. بنابراین هر سه زیر فرضیه تحقیق (فرض $H1$) تأیید می گردد. همچنین با توجه به منفی و معکوس بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش میزان ساعات استفاده فرد، همسر و فرزندان از فضای مجازی در خانواده، میزان اعتقادات دینی و عمل به آنها نیز کاهش می یابد.

فرضیه فرعی هفتم اینچنین مطرح شده است: بین وضعیت تحصیلی همسر و تعاملات اعضای خانواده رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون رابطه معنی داری بین وضعیت تحصیلی همسر و تعاملات بین اعضای خانواده وجود دارد. همچنین با توجه به مثبت و مستقیم بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش سطح تحصیلات همسر میزان تعاملات در خانواده نیز افزایش می یابد. مقدار این رابطه $0/524+$ است که دلالت بر همبستگی قوی بین دو متغیر دارد.



فرضیه فرعی هشتم اینچنین مطرح شده است: بین وضعیت تحصیلی شوهر و تعاملات اعضای خانواده رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج رابطه معنی داری بین وضعیت تحصیلی شوهر و تعاملات بین اعضای خانواده وجود دارد. همچنین با توجه به مثبت و مستقیم بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش سطح تحصیلات شوهر میزان تعاملات در خانواده نیز افزایش می یابد. مقدار این رابطه ۰/۵۶۷ است که دلالت بر همبستگی قوی بین دو متغیر دارد.

فرضیه فرعی نهم اینچنین مطرح شده است: بین سال های زندگی مشترک و تعاملات اعضای خانواده رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون رابطه معنی داری بین سال های زندگی مشترک و تعاملات بین اعضای خانواده وجود دارد. همچنین با توجه به مثبت و مستقیم بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش سال های زندگی مشترک میزان تعاملات در خانواده نیز افزایش می یابد. مقدار این رابطه ۰/۴۱۴ است که دلالت بر همبستگی متوسط بین دو متغیر دارد.

فرضیه فرعی دهم اینچنین مطرح شده است: بین وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خانواده و تعاملات اعضای آن رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون رابطه معنی داری بین وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و تعاملات بین اعضای خانواده وجود دارد. همچنین با توجه به مثبت و مستقیم بودن جهت رابطه بین متغیرها با افزایش وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی میزان تعاملات در خانواده نیز افزایش می یابد. مقدار این رابطه ۰/۳۵۷ است که دلالت بر همبستگی متوسط بین دو متغیر دارد.

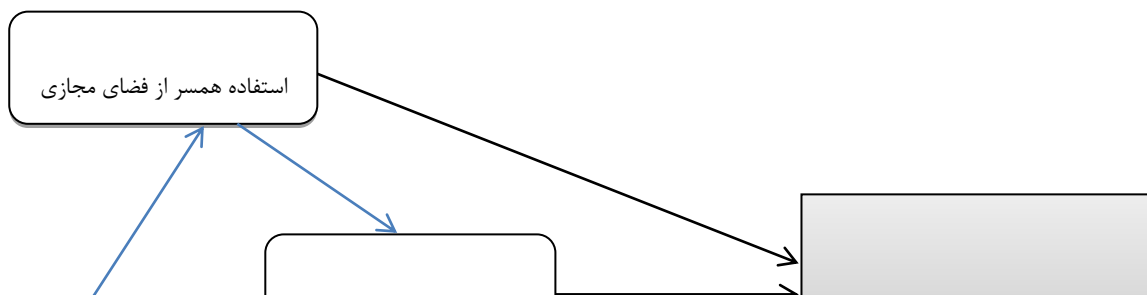
همچنین در این تحقیق بمنظور سنجش کلیه تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر وابسته و آزمون مدل مفهومی نسبت به انجام چهار تحلیل مسیر و سپس تلفیق آنها با هم اقدام شده است.

نتایج تحلیل مسیر اول به شرح جدول و نمودار زیر می باشد:

جدول شماره (۵-۱): جمع بندی نتایج تحلیل مسیر

انواع تأثیر			متغیرها
کل	غیر مستقیم	مستقیم	
۰/۶۰۳		۰/۴۰۳	استفاده فرد از فضاهای مجازی
۰/۵۳۹	۰/۱۳۶	۰/۳۸۷	استفاده همسر از فضاهای مجازی
۰/۶۹۱	۰/۳۲۹	۰/۳۶۲	استفاده فرزندان از فضاهای مجازی

نمودار:





نمودار (۵-۱): مرحله نهایی تحلیل مسیر

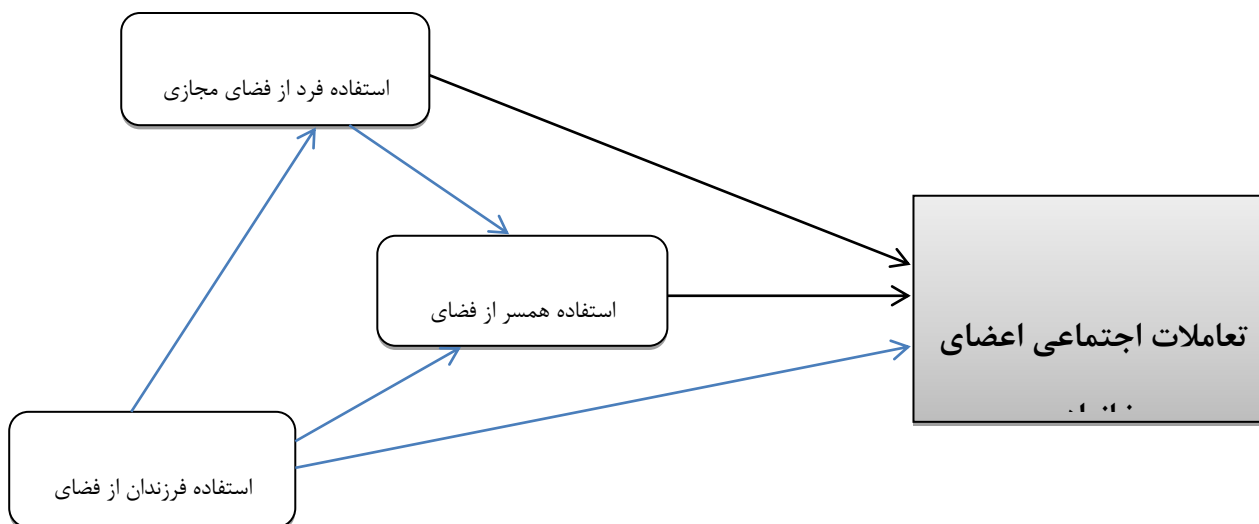
در بین متغیرهای مستقل بیشترین تأثیر را متغیر استفاده فرد از فضاهای مجازی بر تعاملات اقتصادی اعضای خانواده دارد. همچنین متغیر استفاده فرزندان از فضاهای مجازی در رتبه دوم قرار دارد و متغیر استفاده همسر از فضاهای مجازی در رتبه سوم قرار دارد.

نتایج تحلیل مسیر دوم به شرح جدول و نمودار زیر می باشد:

جدول شماره (۵-۲): جمع بندی نتایج تحلیل مسیر

انواع تأثیر			متغیرها
کل	غیر مستقیم	مستقیم	
۰/۳۰۲		۰/۳۰۲	استفاده همسر از فضاهای مجازی
۰/۴۴۲	۰/۱۰۴	۰/۳۳۸	استفاده فرد از فضاهای مجازی
۰/۴۸۰	۰/۲۲۲	۰/۲۵۸	استفاده فرزندان از فضاهای مجازی

نمودار:





نمودار (۵-۲): مرحله نهایی تحلیل مسیر

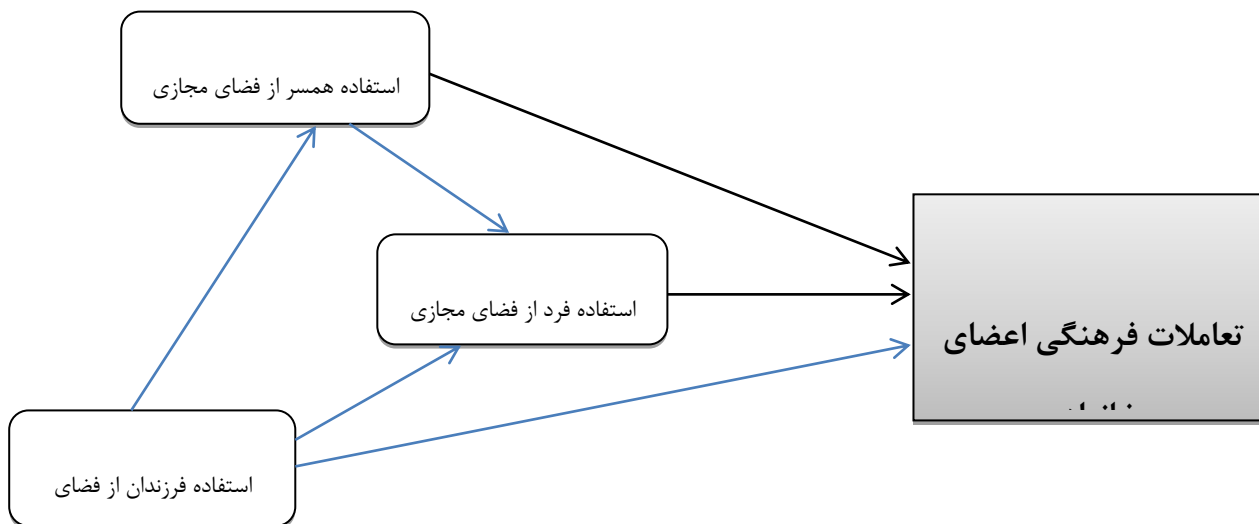
در بین متغیرهای مستقل بیشترین تأثیر را متغیر استفاده فرزندان از فضاهای مجازی بر تعاملات اجتماعی اعضای خانواده دارد. همچنین متغیر استفاده فرد از فضاهای مجازی در رتبه دوم قرار دارد و متغیر استفاده همسر از فضاهای مجازی در رتبه سوم قرار دارد.

نتایج تحلیل مسیر سوم به شرح جدول و نمودار زیر می باشد:

جدول شماره (۵-۳): جمع بندی نتایج تحلیل مسیر

انواع تأثیر			متغیرها
کل	غیر مستقیم	مستقیم	
۰/۳۱۹		۰/۳۱۹	استفاده فرد از فضاهای مجازی
۰/۳۹۴	۰/۰۹۳	۰/۳۰۱	استفاده همسر از فضاهای مجازی
۰/۴۸۷	۰/۲۳۱	۰/۲۵۶	استفاده فرزندان از فضاهای مجازی

نمودار:



نمودار (۵-۳): مرحله نهایی تحلیل مسیر



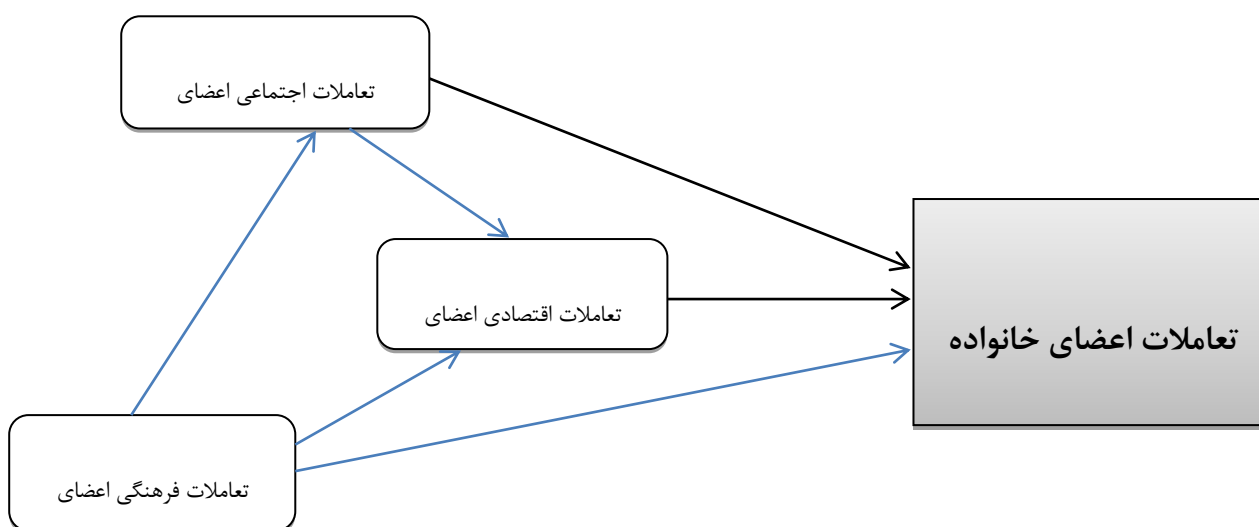
در بین متغیرهای مستقل بیشترین تأثیر را متغیر استفاده فرد از فضاهای مجازی بر تعاملات فرهنگی اعضای خانواده دارد. همچنین متغیر استفاده فرزندان از فضاهای مجازی در رتبه دوم قرار دارد و متغیر استفاده همسر از فضاهای مجازی در رتبه سوم قرار دارد.

نتایج تحلیل مسیر چهارم به شرح جدول و نمودار زیر می باشد:

جدول شماره (۴-۵): جمع بندی نتایج تحلیل مسیر

انواع تأثیر			متغیرها
کل	غیر مستقیم	مستقیم	
۰/۴۰۱	-----	۰/۴۰۱	تعاملات اقتصادی اعضای خانواده
۰/۳۸۸	۰/۱۱۷	۰/۲۷۱	تعاملات اجتماعی اعضای خانواده
۰/۵۹۲	۰/۲۳۳	۰/۳۵۹	تعاملات فرهنگی اعضای خانواده

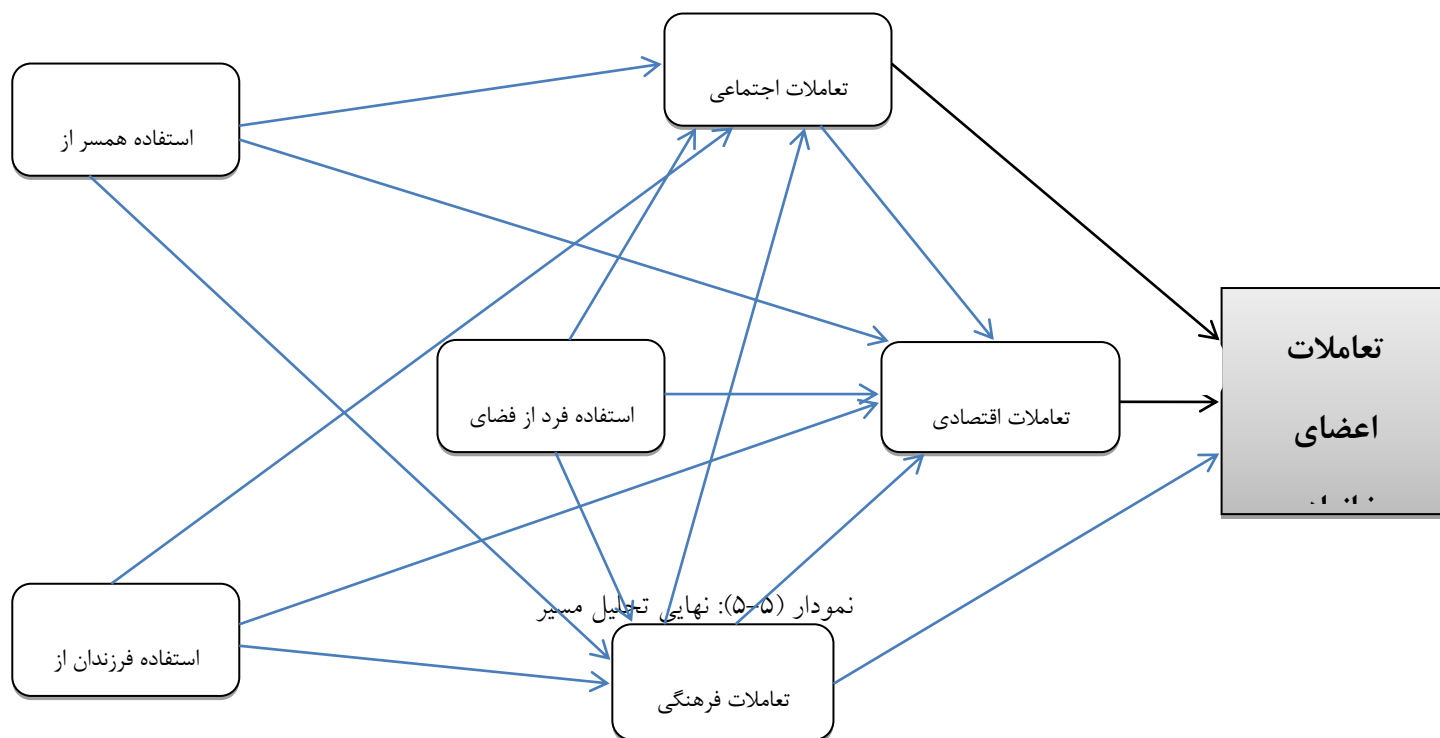
نمودار:



نمودار (۴-۵): مرحله نهایی تحلیل مسیر

در بین مولفه ها بیشترین تأثیر را متغیر تعاملات فرهنگی اعضای خانواده بر تعاملات اعضای خانواده دارد. همچنین متغیر تعاملات اقتصادی اعضای خانواده در رتبه دوم قرار دارد و متغیر تعاملات اجتماعی اعضای خانواده در رتبه سوم قرار دارد.

همچنین مدل نهایی تحقیق بدین شرح تدوین گردیده است:



پاسخ به سوالات تحقیق

۱- در پاسخ به سوال اول جزئی (استفاده از فضاهای مجازی بر تعاملات اقتصادی اعضای خانواده چه تأثیری دارد؟) می توان گفت که:

با گسترش فضاهای مجازی و دسترسی به گوش های هوشمند که برنامه های کاربردی مانند تالگرام و اتس آپ و ... را پشتیبانی می کنند و دسترسی را به این فضاها سادتر نموده اند ، استفاده اعضای خانواده ها نیز از فضاهای بیشتر شده است. بر اساس اطلاعات گردآوری شده بیشترین ساعت استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی بین ۱۰ تا ۱۹ سال با ۳۴ درصد فراوانی ها می باشد و این نشان می دهد که نوجوانان بیشتر از این فضاها در بیم اعضای خانواده استفاده می نمایند. همچنین بیشترین ساعت استفاده همسران از اینترنت و شبکه های اجتماعی بین ۲۰ تا ۲۹ سال با ۲۷ درصد فراوانی ها و در خصوص ساعات استفاده هفتگی فرزندان از اینترنت و شبکه های اجتماعی نیز فرزند اول ۴۰ ساعت در هفته، فرزند دوم ۲۵ ساعت، فرزند سوم ۳۱ ساعت و فرزند چهارم ۲۷ ساعت از اینترنت و فضای شبکه های اجتماعی در هفته استفاده می کنند. بیشترین فراوانی مربوط به فرزند اول با ۴۰ ساعت استفاده در هفته می باشد. این آمار بدست آمده نشان دهنده استفاده بالای اعضای خانواده ها از فضاهای مجازی و شبکه های اجتماعی است. در خصوص تعاملات اقتصادی نیز میتوان گفت در زمینه نحوه هزینه ها درصد بدست آمده برای زن و شوهر و فرزندان (۲۷/۶۶٪) و در خصوص روش های تصمیم گیری (فردی یا



مشارکتی) خانوار در مورد نحوه هزینه ها نشان می دهد که کلیه اعضای خانواده در خصوص نحوه هزینه ها مشارکت دارند. همچنین با توجه به درصد بدست آمده از امتیازات نگرش افراد خانواده نسبت به اقتصاد جامعه میتوان گفت که افراد خانواده وضعیت اقتصادی جامعه را در حد ضعیفی (درصد فراوانی ۴۴) قلمداد می کنند. و به طور کلی تعاملات اقتصادی اعضای خانواده در سطح متوسط رو به پایینی است. در رابطه بین استفاده از فضای مجازی و روش های تصمیم گیری (فردی یا مشارکتی) خانوار در مورد نحوه هزینه ها مقدار ضریب همبستگی (0.503) - بوده که دلالت بر همبستگی نسبتاً قوی و معکوس بین دو متغیر دارد. همچنین در رابطه بین استفاده از فضای مجازی و نگرش افراد خانواده نسبت به اقتصاد جامعه مقدار ضریب همبستگی (0.414) بوده که دلالت بر همبستگی متوسط بین دو متغیر دارد. بنابراین در پاسخ به این سوال تحقیق می توان گفت استفاده از فضاهای مجازی بر تعاملات اقتصادی اعضای خانواده تاثیری در حد متوسط دارد.

۲- در پاسخ به سوال دوم جزئی (استفاده از فضاهای مجازی بر تعاملات اجتماعی اعضای خانواده چه تأثیری دارد؟) می توان گفت که:

امروزه تعاملات اجتماعی اعضای خانواده برای برقراری روابط اجتماعی و طی فرایند جامعه پذیری فرزندان از اهمیت زیادی برخوردار است و بر اساس اطلاعات گردآوری شده در این تحقیق و توجه به درصد بدست آمده از امتیازات به کیفیت روابط اعضای خانواده میتوان گفت که افراد خانواده کیفیت روابط خانوادگی شان را در حد زیادی (درصد فراوانی ۵۱) قلمداد می کنند. و با توجه به درصد بدست آمده از امتیازات نگرش افراد خانواده نسبت به مشارکت اجتماعی خانواده میتوان گفت که افراد خانواده وضعیت مشارکت اجتماعی خانواده را در حد متوسطی (درصد فراوانی ۳۸) قلمداد می کنند. بنابراین تعاملات اجتماعی اعضای خانواده در مجموع در حد متوسطی می باشد. و همانطور که در پاسخ به سوال اول نیز بیان شد میزان استفاده از فضاهای مجازی توسط اعضای خانواده نیز در حد بالایی بویژه در بین فرزندان و همسر است. همچنین در بررسی رابطه بین استفاده از فضاهای مجازی و تعاملات اجتماعی اعضای خانواده، رابطه معنی داری بین استفاده از فضای مجازی و کیفیت روابط اعضای خانواده وجود دارد. مقدار این رابطه 0.313 - است که دلالت بر همبستگی متوسط بین دو متغیر دارد. و در بررسی رابطه بین استفاده از فضای مجازی و کیفیت مشارکت اجتماعی خانواده در جامعه مدنی رابطه معنی داری بین آنها وجود داشته و مقدار این رابطه 0.387 - است که دلالت بر همبستگی متوسط و معکوس بین دو متغیر دارد. در نهایت میتوان گفت که استفاده از فضاهای مجازی بر تعاملات اجتماعی اعضای خانواده تاثیر متوسطی دارد.

۳- در پاسخ به سوال سوم جزئی (استفاده از فضاهای مجازی بر تعاملات فرهنگی اعضای خانواده چه تأثیری دارد؟) می توان گفت که:

تعاملات فرهنگی اعضای خانواده به منظور ارتقاء وضعیت فرهنگی خانواده و جامعه از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در این تحقیق وضعیت فرهنگی خانواده ها مورد بحث و بررسی قرار گرفت. با توجه به درصد بدست آمده از امتیازات نگرش افراد نسبت به ارزش های اجتماعی و باورهای اعضای خانواده میتوان گفت که افراد خانواده در حد زیادی دارای ارزش های اجتماعی و باورهای اعضای خانواده با (درصد فراوانی ۴۸/۴۵) می باشند. و با توجه به درصد بدست آمده از امتیازات نگرش افراد خانواده نسبت به اعتقادات دینی و عمل به آنها میتوان گفت که افراد خانواده اعتقادات دینی و عمل به آنها را در حد ضعیفی (درصد فراوانی ۳۷) قلمداد می کنند. در خصوص رابطه بین متغیرها میتوان گفت بین استفاده از فضای مجازی و ارزش های اجتماعی و باورهای اعضای خانواده، مقدار این رابطه ۰/۴۴۹- است که دلالت بر همبستگی متوسط و معکوس بین دو متغیر دارد. و در بررسی رابطه بین استفاده از فضای مجازی و اعتقادات دینی و عمل به آنها، رابطه معنی داری بین متغیرها وجود داشته و مقدار این رابطه ۰/۳۵۶- است که دلالت بر همبستگی متوسط و معکوس بین دو متغیر دارد. بنابراین استفاده از فضاهای مجازی بر تعاملات فرهنگی اعضای خانواده تاثیر در حد متوسطی دارد.

در نتیجه نهایی تحقیق و در پاسخ به سوال اصلی (استفاده از فضاهای مجازی بر تعاملات اعضای خانواده چه تأثیری دارد؟)

دارد؟) میتوان گفت همانطور که پیشتر نیز عنوان شد تعاملات انسانی از جمله مهمترین شاخصه های فرهنگی و اجتماعی جوامع هستند که بسیاری از ابعاد و جنبه های زندگی بشری را متاثر می سازند. تعامل انسانی شامل دو بعد اساسی تعامل فرد با دیگری و ارتباط جمعی یا گروهی می شود. بنابراین تعامل یک جریان دو سویه ی تفهیم و تفاهم میان دو فرد است که به نوعی یک رفتار اجتماعی هم تلقی می شود و هیچ تعاملی بدون برقراری ارتباط امکان پذیر نمی باشد همواره انسان برای رسیدن به اهداف و خواسته هایش نیازمند آشنایی بیشتر با انواع تعاملات اجتماعی و مدل های مهارتی است. اینترنت و شبکه های اجتماعی امروزه یکی از ابزارهای ایجاد ارتباط است که طبیعتاً استفاده از آنها در بین نوجوانان و جوانان گسترش بیشتری دارد. در این میان در صورت استفاده بیش از حد افراد از این شبکه های مجازی است که مشکل ساز می شود و باعث شکل گیری مسئله ای اساسی در جامعه می گردد. این واقعیت هم در سطح کلان و در جامعه بزرگ تر و هم در میان گروه دوستان و همالان و هم در بین اعضای خانواده مصداق پیدا می کند. بنابراین در صورت استفاده بیش از حد اعضای خانواده از شبکه های اجتماعی و فضای مجازی به تبع نوع روابط و تعاملات آنها در حوزه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دچار تحول می گردد. که در این تحقیق مورد بحث و بررسی علمی قرار گرفت. در نتیجه بررسی های انجام شده میزان تعاملات بین اعضای خانواده در سطح متوسط رو به پائینی می باشد ولی میزان استفاده از فضاهای مجازی و عضویت در شبکه های اجتماعی بین اعضای خانواده در سطح بالایی بوده بویژه در بین جوانان و نوجوانان که تعامل والدین با آنها از درجه اهمیت زیادی برخوردار است. بر اساس نتایج بدست آمده رابطه معنی داری بین استفاده از فضاهای مجازی و تعاملات اعضای خانواده وجود دارد و در نتیجه رگرسیون چند متغیره انجام شده مقدار ضریب همبستگی (R) بین

متغیرها ۰/۵۳۲ می باشد که نشان می دهد بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق (تعاملات اعضای خانواده) همبستگی نسبتاً قوی وجود دارد. اما مقدار ضریب تعدیل شده (R²) که برابر با ۰/۲۸۳ می باشد که نشان می دهد ۲۸/۳ درصد از کل تغییرات تعاملات اعضای خانواده وابسته به متغیر مستقل تحقیق (استفاده از فضای مجازی) می باشد. بنابراین در مجموع می توان گفت نزدیک یک سوم از واریانس متغیر وابسته (تعاملات اعضای خانواده) توسط متغیرهای مستقل پیش بینی (برآورد) می گردد. بنابراین میزان تاثیر استفاده از فضاهای مجازی بر تعاملات اعضای خانواده برابر ۲۸/۳٪ می باشد. که باید مورد توجه جدی خانواده ها برای بهبود روابط خانوادگی و کاهش استفاده از فضاهای مجازی قرار گیرد.

۶- پیشنهادهای پژوهشی

عناوین پژوهشی زیر جهت انجام تحقیق در این زمینه توسط دیگر محققین ارائه می گردد:

۱. بررسی موانع اجتماعی شکل گیری تعاملات بین اعضای خانواده ها در ایران
۲. آسیب شناسی تعاملات اجتماعی و فرهنگی بین اعضای خانواده در شهر تهران
۳. بررسی نقش استفاده از اینترنت بر تعاملات فرهنگی - اجتماعی اعضای خانواده ها در شهر تهران
۴. موانع فرهنگی و اجتماعی شکل گیری تعاملات بین اعضای خانواده در ایران

۷- پیشنهادهای تحقیق

پیشنادهای زیر بر اساس یافته های تحقیق به دست اندرکاران و برنامه ریزان در سازمانهای مختلف کشور به طور کلی ارائه می گردد:

۱. آگاهسازی و اطلاع رسانی های مناسب توسط صدا و سیما و سایر رسانه های تصویری و شنیداری در کشور به منظور ارائه آسیب های استفاده بیش از حد از فضاهای مجازی و شبکه های اجتماعی انجام پذیرد.
۲. نسبت به برگزاری دوره های توجیهی و جلسات تخصصی برای خانواده ها توسط شوراییاری های محلات و کانون های فرهنگی و اجتماعی در خصوص راهکارهای افزایش تعاملات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بین اعضای خانواده ها با حضور روانشناسان و جامعه شناسان برجسته کشوری اقدام گردد.
۳. با توجه به تاثیر گذاری منفی استفاده بیش از حد از فضاهای مجازی بر تعاملات اعضای خانواده، اطلاع رسانی مناسب و کارگاه های تخصصی برای اعضای خانواده ها به منظور تاثیر مخرب استفاده بیش از حد از فضاهای مجازی بر تعاملات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اعضای خانواده توسط مراکزی مانند بهزیستی، صدا و سیما، دانشگاه های علوم پزشکی، وزارت ورزش و جوانان و سایر نهادهای مرتبط در کشور انجام پذیرد.
۴. نتایج تحقیق در اختیار سایر پژوهشگران و سازمان های اجتماعی و فرهنگی و وزارت ورزش و جوانان قرار گیرد.

منابع فارسی



- آقابابایی، عزیزاله و باقری، سهیلا و باقری، محبوبه، (۱۳۹۰)، اینترنت و روابط خانوادگی.
- آزاد ارمکی، تقی؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳)، جامعه شناسی، تهران، نشر پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- احمدپور، مریم و قادرزاده، امید (۱۳۸۹)، «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان»، فصلنامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۵: ۷۵-۹۹.
- اسلوین، جیمز (۱۳۸۰)، اینترنت و جامعه، ترجمه عباس گیلوری و علی رادباوه، تهران: نشر کتابدار.
- اورت، ام. راجرز و شومیکر، فلویید (۱۳۷۶)، رسانش نوآوری‌ها: رهیافتی میان‌فرهنگی، ترجمه عزت‌اله کرمی و ابوطالب فنایی، شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز.
- آریان پور کاشانی، منوچهر؛ فرهنگ پیشرو آریان پور، تهران، جهان رایانه، ۱۳۷۷، جلد اول، الوانی، مهدی (۱۳۶۷). مدیریت عمومی، چاپ دوم، تهران، نشر نی.
- اعزازی، شهلا (۱۳۸۷)؛ جامعه‌شناسی خانواده، با تأکید بر نقش، ساختار و کارکرد خانواده در دوران معاصر؛ تهران: روشنگران و مطالعات زنان
- بات، الیزابت (۱۳۷۳)؛ نقش‌های زن‌شویی و شبکه‌های اجتماعی؛ ترجمه حسن پویان؛ تهران: چاپخش
- بلاو، پاترسون (۱۳۹۰). مدیریت مدیریت دانش و توسعه سازمانی. ترجمه علی علیمردانی، تهران، انتشارات آجا
- برناردز، جان (۱۳۸۴)؛ درآمدی به مطالعات خانواده؛ ترجمه حسین قاضیان؛ تهران: نشر نی
- بوید و الیسون (۱۳۸۷): مدیریت فرایند ارتباطات مؤثر، ترجمه بهزاد رمضانی، نشر دایره، تهران
- باستانی، سوسن و لیلا زمان (۱۳۹۲)، تأثیر استفاده از اینترنت و ماهواره بر رفتار اجتماعی جوانان: مقایسه کاربران و غیر کاربران در شهر اصفهان (مقاله)، مجله جامعه شناسی ایران، دوره چهاردهم، شماره ۱.
- بوربورحسین بیگی، مریم (۱۳۸۳)، بررسی رابطه اینترنت و شکاف ارزش‌های دین‌دوستان، رساله کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- برکو، ری ام، و لوین، اندرو دی، و لوین، دارلین آر. (۱۳۸۶)، مدیریت ارتباطات، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ پنجم، ص ۱۵۸
- بهروز میلانی فر، ۱۳۸۷، بهداشت روانی، تهران، انتشارات قدس.
- بهرام میرزائیان، فرشته باعزت و نعیمه خاکپور، (۱۳۹۰)، اعتیاد به اینترنت در بین دانشجویان و تأثیر آن بر سلامت روان، فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، سال دوم، شماره اول: ۱۶۱-۱۴۱.



پاکزاد، روح الله، (۱۳۸۹)، شبکه های اجتماعی، فرصت ها و تهدیدها، نشریه اطلاع رسانی و کتابداری، ره آورد نور، تابستان، شماره ۳۱.

پور همرنگ، سعید (۱۳۸۶). مدرنیته در گذر زمان، چاپ اول، تهران، انتشارات زعیم

تورن، آلن (۱۳۸۰)، نقد مدرنیته، ترجمه مرتضی مردی‌ها، تهران: گام نو.

تامپسون جان (۱۳۹۳). رسانه‌ها و مدرنیته (نظریه اجتماعی رسانه‌ها)، ترجمه دکتر مسعود اوحدی، تهران، انتشارات سروش

جنکینز، ریچارد (۱۳۹۱)، هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه.

حاجیان، ابراهیم (۱۳۸۸)، جامعه‌شناسی هویت ایرانی، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.

حسن امین پور، حسین زارع، (۱۳۹۲)، کاربرد آزمونهای روانی، تهران، مرکز انتشارات دانشگاه پیام نور.

رضاییان، علی (۱۳۸۵)، مبانی مدیریت رفتار سازمانی، تهران، سمت، چاپ هفتم.

رضایی، سید مرتضی (۱۳۹۲)، مبانی آسیب شناسی اجتماعی در ایران، چاپ اول، تهران: انتشارات زرنگار

رحیمی، محمد. (۱۳۹۰). عوامل اجتماعی مؤثر بر شکاف نسلی؛ مطالعه موردی شهر خلخال. پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.

رمضان حسن زاده (۱۳۸۸)، اعتیاد به اینترنت در دانشجویان: تهدیدی بر سلامت روان، مجله نظام سلامت، دوره ۱، شماره ۳: ۷۹-۸۵.

ریتزر، جورج (۱۳۹۳)، نظریه های جامعه شناختی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی فرهنگی.

رابینز، ادوارد (۱۳۸۸). مدیریت دانش در سازمانها با رویکرد به نگرش مدیران، ترجمه حسین فرداد، تهران، انتشارات شهریار

روشن، محمد و سید مهدی خلیل زاده (۱۳۹۲)، حقوق خانواده در برابر پخش برنامه‌های ماهواره‌ای (مقاله)، فصلنامه خانواده پژوهی، سال نهم، شماره ۳۶، زمستان، ۱۳۹۲

رابرت بورک (۱۳۸۳)، لیبرالیسم مدرن و افول امریکا، مترجم حسن غفاری، تهران، نشر حکمت.

روزن‌باوم، هایدی (۱۳۶۷)؛ خانواده به منزله ساختاری در مقابل جامعه، نقد مبانی نظری جامعه شناسی خانواده در

آلمان؛ ترجمه محمدصادق مهدوی؛ تهران: مرکز نشر دانشگاهی

ریتزر، جورج (۱۳۷۴)؛ نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر؛ ترجمه محسن ثلاثی؛ تهران: علمی

سگالن، مارتین (۱۳۷۰)؛ جامعه‌شناسی تاریخی خانواده؛ ترجمه حمید الیاسی؛ تهران: نشر مرکز

سورین ورنر، تانکارد جیمز (۱۳۸۲). نظریه های ارتباطات. ترجمه دکتر علیرضا دهقان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
ستارزاده، داوود. (۱۳۸۶). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر اعتیاد به اینترنت و پیامدهای آن، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی. شماره چهاردهم.

- شکریگی، عالیه. (۱۳۹۱). رسانه، زنان و مناسبات خانواده. نشست انجمن جامعه شناسی ایران.

شاملو، سید رضا، احمد وند، صابر (۱۳۸۵): نظریه های مدیریت و سازمان، نگاه دانش، تهران

عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۲)، «دو جهانی شدن ها و جامعه جهانی اضطراب»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۱: ۱۴۳-۱۷۴.

صائمیان، صدیقه (۱۳۷۷): ارتباطات انسانی، تدبیر، سال نهم، شماره ۸۷

صائمیان، صدیقه؛ ارتباطات انسانی، تدبیر، ۱۳۷۷، سال نهم، شماره ۸۷، ص ۷۶

عدلی پور، صمد (۱۳۹۱)، تحلیل جامعه شناختی پیامدهای شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی کاربران جوان شهر اصفهان، رساله کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشگاه اصفهان.

عاملی، سعید (۱۳۸۷). دو جهانی شدن ها و آینده جهان. کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۶۹-۷۰، ص ۱۵-۲۸.

منابع انگلیسی

Adrian, A. (2008), "No One Knows You Are a Dog: Identity and Reputation in Virtual Words ," Computer Law and Security Report ,Vol. 24: 366- 374.

Abela, Angela and Janet Walker. edited (2014), Contemporary issues in family studies global perspectives on partnerships, parenting and support in a changing world. Published by John Wiley & Sons, Ltd.

Pempek, T & ,et al. (2009), "College students' social networking experiences on Facebook ," Journal of Applied Developmental Psychology 238:30

Praprotnik, T.(2004) "How to Understand Identity in Anonymous, Communication ? Available in : www.hsd.hr/revija/pdf/1-2-2004/01-praprotnik.pdf.

Katz, S.; Marshal, B. (2006), "New Sex for Old: Life Style, Consumerism and the Ethics of Aging Well ," Journal of Aging Studies ,Vol. 17: 3- 16.

Young K. and De Abreu C., 2011, Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment, New Jersey: Published by John Wiley & Sons

Stefanescu C. Chele G. Chirta R., 2007, The relationship between identity development and Internet Addiction. European Psychiatry, Vol. 22(10), pp 200-215.



Yen J. Ko c. Yen C. wuH Yang M, 2007, The comorbid psychiatric symptoms of Internet addiction: attention deficit and hyperactivity disorder (ADHD), depression, social phobia, and hostility. J Adolesc Health, Vol 41(1), pp 93-98.

King CR. Hinds PS., 2003, Quality of Life from Nursing and Patient Perspective, Jones and Bartlett publishers, Massachusettes.

Erikson Thomas H, 1980, Ethnicity and Nationalism, Anthropological Perspectives, London, Pluto Press.