

من به کسی اعتماد ندارم: جستاری در پیامدهای اثر اینترنت بر رفتار کاربران ایرانی

علی ربیعی

دکترای مدیریت و استادیار دانشگاه پیام نور تهران، alirabee@csr.ir

احسان شاقاسمی

کارشناس ارشد ارتباطات، گروه ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، ehsanshaghaseemi@yahoo.com

چکیده:

مقاله حاضر نتیجه پژوهشی است که با گردآوری نمونه‌ای پانصد و پنجاه نفری از کاربران ایرانی اینترنت، تهیه شده و نتایج آن نشان می‌دهد که ادراک‌های جهان انسان‌ها در میان کاربران ایرانی با واقعیت فاصله دارد. همچنین برقراری روابط کاربران با جنس مخالف می‌تواند پیامدهای منفی‌ای بر زندگی فرد در جهان واقعی داشته باشد. توضیح آنکه، ویژگی رمز آلود روابط اینترنتی سبب می‌شود نوعی حس کنجکاوی در میان کاربران شکل بگیرد. کاربران می‌پرسند: کسی که من با او ارتباط برقرار می‌کنم چه شکلی است؟ قد او چقدر است؟ چند سال دارد؟ آیا از جنس مخالف است یا می‌خواهد مرا فریب دهد؟ در حال حاضر بیش از نیمی از کاربران خاور میانه‌ای اینترنت در ایران زندگی می‌کنند و پژوهش‌ها نشان می‌دهند که بیشتر این کاربران برای جذابیت عشق مجازی از اینترنت استقبال کرده‌اند. همچنین، این عشق‌ها به نظر بی‌خطر می‌رسند و هرکسی وسوسه می‌شود برای تنوع این رابطه عجیب را تجربه کند. این مقاله این‌گونه هویت‌های مجازی را در بین کاربران مورد پژوهش قرار داده و نتایج آن را ارائه خواهد کرد.

کلید واژه‌ها: ایران، روابط مجازی، اینترنت، آسیب شناسی.

مقدمه و طرح مساله:

با این‌که بخش مهمی از پژوهش‌ها در عرصه بین‌المللی به دوستی‌های اینترنتی بین دو جنس مخالف پرداخته‌اند و مسائل جنسی یکی از مهم‌ترین موضوعات تحقیق در اینترنت بوده است (کوپر و دیگران، ۲۰۰۰؛ راس، ۲۰۰۵؛ میلنر، ۲۰۰۸)، این دوستی‌ها در ایران کمتر مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. یونگ و دیگران (۲۰۰۰) مشخصه روابط اینترنتی را آسانی^۱، گمنامی^۲ و فرار^۳ دانسته‌اند. کوپر و مک لافلین (۲۰۰۱)، ویتی (۲۰۰۴)، یونگ و دیگران (۲۰۰۰) و میلنر (۲۰۰۸) معتقدند افراط در روابط اینترنتی می‌تواند به روابط بین زوج‌ها در جهان واقعی آسیب جدی وارد کند و لیا ویلا میلهام (۲۰۰۷) ادعا می‌کند که امروزه دائماً به تعداد پرونده‌های دادخواهی و درخواست طلاق به جهت بی‌وفایی اینترنتی افزوده می‌شود. هرچند بیشتر مشارکت‌کنندگان در فعالیت‌های عشقی اینترنتی مدعی داشتن صداقت هستند (گیبس و دیگران، ۲۰۰۶؛ بریم و لنتون، ۲۰۰۱)، کاربران به دلیل ترس از فریب خوردن دائماً به روش‌های جدیدی متوسل می‌شوند. در حال حاضر نرم‌افزارهایی تهیه شده‌اند که برای کاربران امکان دروغ‌سنجی طرف مقابل را فراهم می‌کنند (بائرتلین^۴، ۲۰۰۴؛ فرناندز، ۲۰۰۵). به‌عنوان مثال، لی (۲۰۰۴) به سایت ترو دات کام^۵ اشاره می‌کند که مدعی ارائه خدمات ویژه‌ای به عشق‌جویان آنلاین است. این وب سایت مدعی است می‌تواند صاحبان سایر سایت‌های دوست‌یابی را وادار کند تا سابقه عشقی هر کسی که لازم باشد را در اختیار آن قرار دهند. سنجش ارتباط میان خود ابراز شده و خود واقعی در فضای مجازی بسیار مشکل‌تر از فضای واقعی است (والتر و پارکز، ۲۰۰۲) بنابراین، این تصور که همه در اینترنت دروغ می‌گویند، ممکن است فرد را وادارد که در مقابل این تهدید بالقوه دست به دروغ‌پردازی بزند (فیوره و دونات، ۲۰۰۴).

البته همه پژوهشگران غربی نگرش منفی نسبت به این دوستی‌ها ندارند. برخی پژوهش‌های انجام شده در این حوزه به ویژگی‌های مثبت این نوع روابط اشاره می‌کنند. هنگامی که روابط اینترنتی شکل می‌گیرند و زمان‌مند می‌شوند، بعضی ویژگی‌های روابط واقعی مثل همگرایی رمزگانی، درک/پیش‌بینی پذیری، وابستگی متقابل، تعهد و تمایل برای روابط نزدیک‌تر ایجاد می‌شوند (پارکز و فلویید، ۱۹۹۶؛ پارکز و رابرتز، ۱۹۹۸). از دیگر مزایای این نوع روابط می‌توان به افزایش شناخت کلی نسبت به جنس مخالف و تصمیم‌گیری آگاهانه‌تر اشاره کرد. پژوهش‌های زیادی در این مورد انجام شده که همان‌طور که گفته شد، اثرات منفی برای روابط دگر جنس خواهانه اینترنتی قائل شده‌اند.

در پژوهشی که دیو، بروبیکر^۶ و هایس در سال ۲۰۰۶ انجام داده‌اند و در آن ۵۰۸ مرد شرکت داشته‌اند، حدود ۳۰ درصد از مردان متأهل گفته‌اند که در آگهی‌های اینترنتی به دنبال شریک جنسی می‌گردند. نیلسن (۲۰۰۵) در یک پیمایش نشان می‌دهد که ۳۳ درصد از پاسخ‌گویان به دوستان اینترنتی خود دروغ می‌گویند. دورینگ^۷ (۲۰۰۰) معتقد است برخی افراد می‌توانند خارج از روابط عاشقانه از دوستی با جنس مخالف در اینترنت لذت ببرند و بنابراین وی یک نگرش مثبت نسبت به دوستی‌های اینترنتی اتخاذ می‌کند. هوانگ (۲۰۰۶) با انجام پیمایشی بر روی ۳۴ هزار دانشجوی سال اولی تایوانی، نشان می‌دهد که کسانی که در هفته بیش از ده ساعت با اینترنت کار می‌کنند، تمایل کمتری به صمیمی شدن با سایر افراد دارند. میلنر (۲۰۰۸) با انجام پژوهشی موردی بر روی یک مرد (فرانک) به اختلافات او با همسرش و تلاش او برای یافتن یک دوست اینترنتی می‌پردازد. او به این نتیجه می‌رسد که هرچند فرانک از اعتیاد خود به اینترنت و وب

گردی ناراحت است، اما او در عین حال دوستی‌های اینترنتی را ابزاری مناسب برای رهایی از فشار کار روزمره، تحمل همسر خود و ابراز احساسات می‌یابد.

پارکز و فلویید (۱۹۹۶) کیفیت‌های روابط اینترنتی را در سطوح متعادل و فشرده مطالعه کردند. حدود ۶۱ درصد از مشارکت کنندگان با دوستان اینترنتی خود احساس صمیمیت می‌کردند و بیش از نیمی (۵۷ درصد) از آنها معتقد بودند که گفتگوهای آنها با دوستان اینترنتی خود گستره‌ی وسیعی از مسائل را در بر می‌گیرد. این کاربران همین‌طور به همگرایی رمزگانی اشاره کرده‌اند که طی آن درک متقابل بهبود می‌یابد. حدود نیمی از کاربران اینترنتی شرکت کننده در این پیمایش تعهد زیادی به روابط آنلاین خود ابراز کرده‌اند. حدود ۳۰ درصد از این کاربران دوستی خود را بسیار جدی تلقی کرده‌اند. آنها در نهایت به این نتیجه رسیده‌اند که روابط اینترنتی مکمل روابط واقعی فرد هستند.

یوم و هارا (۲۰۰۵) دوستی‌های اینترنتی را در میان ژاپنی‌ها، آمریکایی‌ها و کره‌ای‌ها مقایسه می‌کنند. آنها در مجموع ۳۶۱ دانشجوی را در این سه فرهنگ انتخاب می‌کنند. این پاسخگویان که داوطلبانه حاضر به شرکت در پژوهش شده بودند، متشکل از ۱۲۶ دانشجوی ژاپنی (۴۰ مرد و ۸۲ زن)، ۱۱۲ دانشجوی آمریکایی (۶۲ مرد و ۴۲ زن) و ۱۲۳ دانشجوی اهل کره جنوبی (۵۲ مرد و ۶۱ زن) بودند. ده نفر هویت جنسی خود را مشخص نکرده بود و ۴ نفر هم‌جنس باز بودند و بنابراین یوم و هارا آنها را در پژوهش داخل نکردند. در مرحله بعد، پژوهشگران طول مدت خودابرازی را به همراه عمق و گستره آن سنجیدند. نتیجه تفاوت‌های فرهنگی را در خودابرازی برای جنس مخالف نشان داد و رابطه میان اعتماد و خود ابرازی تنها در میان کاربران آمریکایی یافته شد.

اما جنبه‌های نظری-تجربی نیز در این خصوص قابل بحث هستند که در مطالعه این مسئله به ما کمک کرده‌اند و ما در بحث زیر به آنها می‌پردازیم.

ملاحظات نظری و مطالعات تجربی در خصوص علاقه‌ها و دوستی‌های اینترنتی

باومن (۲۰۰۳) با مطرح کردن پدیده عشق سیال مدعی شد دوستی‌های اینترنتی بین زنان و مردان بسیار متفاوت از دوستی‌هایی است که با واسطه سایر رسانه‌ها انجام می‌شود و این دوستی‌ها به دلیل ماهیت مجازی و دروغین آنها به شدت زندگی بشریت را تهدید می‌کنند. باومن نسبت به این که مفاهیم سنتی از وفاداری و عشق واقعی تضعیف شده‌اند ابراز نگرانی می‌کند. عدم امکان تماس جسمی در این محیط باعث می‌شود برخی افراد فکر کنند که چنین دوستی‌هایی غیر اخلاقی نیستند چرا که ماهیت آنها مجازی است، اما شنایدر ۸ (۲۰۰۲) معتقد است مجازی بودن این دوستی‌ها، نشانه غیر اخلاقی نبودن آن نیست و به هر حال دوستی‌های مجازی به نوعی زندگی دوم و مخفی فرد محسوب می‌شوند. کم تحرکی، ارضای آنی، گمنامی و این ایده که در اینترنت تماس بدنی انجام نمی‌شود، باعث روی آوردن گسترده افراد به سمت دوستی‌های اینترنتی می‌شود (لیا آویلا میلهم، ۲۰۰۴ : ۹).

لیا آویلا میلهم (۲۰۰۷) با انجام یک پژوهش اتنوگرافیک در اتاق‌های گفت‌وگو، ویژگی‌های بی‌وفایی به همسر در فضای این اتاق‌ها را به سه دسته تقسیم می‌کند:

۱- «تلاش برای تعامل جنسی به صورت ناشناس» که در آن افراد سعی می‌کنند با استفاده از گمنامی درون‌زاد اینترنت، از عواقب بی‌وفایی در امان بمانند؛

۲- «منطقی جلوه دادن این رفتار» که در آن نبود تماس جسمی به‌عنوان توجیهی اخلاقی برای بی‌وفایی اینترنتی بیان می‌شود؛ و

۳- دوری بی‌دلیل از همسر که در آن فرد تلاشی برای بهبود روابط با همسرش ندارد تا بی‌وفایی را توجیه کند.

یونگ و دیگران (۲۰۰۰) نشان می‌دهند که چگونه توانایی افراد برای شکل دادن روابط عاطفی و جنسی در اینترنت می‌تواند به جدایی همسران از یکدیگر منجر شود. آنها ضمن نشان دادن مشکلات ایجاد شده در جریان چنین روابطی، استراتژی‌هایی برای بازسازی روابط میان همسران، پس از رسوایی اینترنتی برای یکی از آنها ارائه می‌کنند.

وب سایت «دیده بان بی‌وفایی»^۹ مجموع اطلاعات خود از روابط اینترنتی را چنین جمع‌بندی می‌کند: «در پژوهشی که دکتر آلون کوپر با همکاری یک موسسه پژوهشی انجام داده، از هر پاسخگو یک نفر معتقد است که به روابط ناسالم اینترنتی اعتیاد دارد. این پاسخگویان معتقدند که به‌طور متوسط سه ساعت از هفته را به فعالیت‌های ناسالم اینترنتی روی می‌آورند. ۲۵ درصد حس می‌کنند که روابط اینترنتی آنها با جنس مخالف حداقل یک بار مشکلاتی جدی برای زندگی واقعی آنها ایجاد کرده است. پژوهش دیگری از سوی مجله طلاق نشان می‌دهد که حدود ۴۶ درصد از مردان دوستی اینترنتی با جنس مخالف را بی‌اخلاقی نمی‌دانند. بیش از ۳۷ درصد از مردان و ۲۲ درصد از زنان کاربر اینترنتی که در پژوهش دکتر باب لانیر شرکت کرده‌اند، اعتراف می‌کنند که در فضای مجازی دوستی از جنس مخالف دارند. پژوهشگران معتقدند بیشتر کسانی که از اتاق‌های گفت‌وگو استفاده می‌کنند، چندین دوست از جنس مخالف دارند. در پژوهش دیگری که پگی واوون^{۱۱} از موسسه اسطوره تک همسری^{۱۲} انجام داده، ۸۰ درصد از پاسخگویان کاربر اینترنت گفته‌اند که صحبت کردن با غریبه‌ای از جنس مخالف در اینترنت هیچ اشکالی ندارد و ۷۵ درصد هم پاسخ داده‌اند که بازدید وب سایت‌های غیر اخلاقی هیچ اشکالی ندارد.

الیسون^{۱۳} و دیگران (۲۰۰۶) استراتژی‌های ارائه خود در مشارکت کنندگان در دیدارهای مجازی را مطالعه کردند. آنها در این مطالعه به دنبال آن بودند که بدانند مشارکت کنندگان برای رسیدن به هدف خود که یافتن یک شریک عشقی است، چه استراتژی‌هایی برای ارائه خود به‌کار می‌برند. برای این کار، ۳۴ نفر از کسانی که فعالیت‌های زیادی در حوزه دیدارهای مجازی داشتند انتخاب شدند و فرآیند جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه تلفنی انجام شد. نتیجه تحلیل این داده‌های کیفی نشان داد که مشارکت کنندگان برای یافتن شریک عشقی خود در فضای مجازی، تاکتیک‌هایی برای ارائه یک خود بهتر به طرف مقابل به‌کار می‌گیرند. آنها همچنین مدارکی برای واقعی بودن این خود ایده‌آل به طرف مقابل ارائه می‌کنند.

گیبس و دیگران در سال ۲۰۰۶ پیمایشی بر روی کاربران اینترنت انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که بیش از ۸۶ درصد از کسانی که در اینترنت به دنبال دوست می‌گردند، مشخصات غلطی از ظاهر خود برای دیگران ارائه می‌کنند.

بریم و لنتون در سال ۲۰۰۱ پژوهشی را بر روی کاربران طرفدار دوستی‌های اینترنتی انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که بیش از یک چهارم کاربران در مورد هویت خود به طرف مقابل دروغ گفته‌اند. این دروغ‌ها در موارد مختلفی گفته شده‌اند؛ از جمله ۱۴ درصد در مورد سن خود، ۱۰ درصد در مورد تاهل خود، و ۱۰ درصد هم در مورد مشخصات ظاهری خود دروغ گفته‌اند.

آویرام^{۱۴} و آمیچای-همبرگر^{۱۵} (۲۰۰۵) به این فرضیه می‌پردازند که تمایل برای بی‌وفایی اینترنتی، همانند بی‌وفایی در جهان واقعی، هم براساس ویژگی‌های شخصیتی و هم براساس ویژگی‌های ارتباطی شکل می‌گیرد. آنها ۲۰۰ مشارکت‌کننده را از طریق آگهی‌های اینترنتی دعوت به کار کردند و از آنها خواستند که پرسشنامه آنلاین را پر کنند. نتایج کار آنها نشان داد که پیش‌بینی‌کننده‌های انتظارات از روابط اینترنتی، عبارت از تجارب داشتن روابط اینترنتی، تمایل بیشتر به خودنمایی و ارائه تصویر متفاوت از خود، توان کمتر برای افشای خود و توان کمتر برای حفظ روابط دو طرفه، هستند. آنها در نهایت به این نتیجه می‌رسند که بی‌وفایی در روابط اینترنتی متفاوت از بی‌وفایی در فضای واقعی است.

اما در خصوص مطالعاتی از این دست در ایران باید گفت پژوهش‌های ایرانی محدودی در این حوزه انجام شده است. نیک‌بخش (۱۳۸۳) در مطالعه‌ی خود نشان می‌دهد که میان سابقه حضور افراد در اتاق‌های گفت‌وگو و برقراری رابطه صمیمانه، ارتباط مستقیم وجود دارد. مطابق نظرسنجی دیگری که طی یک دوره یک ماهه در سال ۱۳۸۴ انجام شد، نشان داده می‌شود که گفت‌وگو نزد کاربران اینترنت بیشتر جنبه سرگرمی و تفریح داشته است. به گزارش بخش نظرسنجی سایت IRITN.com، در این نظرسنجی مجموعاً تعداد ۳ هزار و ۱۱۸ نفر بازدید کننده شرکت کرده بودند، که ۳۱/۹۴٪ از آنها برای تفریح و ۲۲/۷۱٪ از آنها برای دوستیابی از گفت‌وگو استفاده می‌کنند و تنها ۲۱/۳۹٪ از کاربران برای تجارت و حل مشکلات خود از گفت‌وگو استفاده می‌کنند (نقل از تقوایی، ۱۳۸۴).

پژوهشی که توسط سازمان ملی جوانان در سال ۱۳۸۴ انجام شد نیز نشان می‌دهد که ۵۳ درصد از کاربران جوان اینترنت در ایران از اینترنت بیشتر استفاده آموزشی، ۴۹ درصد بیشتر استفاده پژوهشی، ۵۸ درصد بیشتر استفاده سرگرمی، ۴۹ درصد گفت‌وگو، ۱۵ درصد وبلاگ، ۳۶ درصد اخبار، ۴۱ درصد از ایمیل استفاده می‌کنند. در این پژوهش که در آن ۳۵۹۵ نفر از استان‌های آذربایجان شرقی، اصفهان، تهران، خراسان، فارس، کرمانشاه، کهگیلویه و بویر احمد، لرستان، مازندران، همدان و یزد شرکت داشتند، در بین ۳۵۹۵ نفر، ۶۲ درصد از جوانان به لزوم گفتگوی آزاد درباره روابط جنسی میان دختران و پسران اشاره کرده‌اند. در این پژوهش ۵۹ درصد کاربران گزینه «من گفت‌وگو می‌کنم» را تایید کرده‌اند که از این تعداد ۵۷ درصد فقط با جنس مخالف گفت‌وگو می‌کنند.

پژوهش دیگری از سوی سازمان ملی جوانان در سال ۱۳۸۶ با شرکت ۷۰۱۸ نفر از استان‌های تهران، اصفهان، خوزستان، آذربایجان شرقی، گیلان و خراسان و کرمانشاه انجام شده است. حدود ۵۵ درصد از پاسخگویان اظهار داشته‌اند که دوستی با جنس مخالف را تجربه کرده‌اند. از این میان، حدود ۵۴ درصد از جوانانی که با جنس مخالف رابطه داشته‌اند، به تماس‌های جنسی اشاره کرده‌اند و از میان آنان، ۱۶ درصد (حدود ۴ درصد از کل جوانان) به حاملگی بعد از آمیزش اشاره کرده‌اند. صفایی (۱۳۸۱) با انجام پژوهشی

در میان ۱۲۵ نفر از دانش آموزان رشته کامپیوتر در تهران نشان می‌دهد که حدود ۳۰ درصد از دانش آموزان از اینترنت برای دوست یابی استفاده می‌کنند.

به نظر می‌رسد که جوانان ایرانی از هواداران جدی دوستی‌های اینترنتی باشند. اما، به دلیل ماهیت خاص این نوع دوستی‌ها، تعیین عمق و حتی اثبات وجود این نوع دوستی‌ها نیازمند انجام پژوهش است. بر این اساس مقاله حاضر بر اساس پرسش‌های زیر سعی می‌کند تا پاسخ و راه حلی برای سامان دادن به دوستی‌های اینترنتی بیابد:

سوال اول: نگاه کلی نسل جوان کاربر اینترنت به دوستی‌های پیش از ازدواج چگونه است؟

سوال دوم: آیا جوانانی که دوستی‌های پیش از ازدواج را تایید می‌کنند، بیشتر به دوستی‌های مجازی روی می‌آورند؟

سوال سوم: آیا محدودیت در دوستی‌های دگر جنس خواهانه در جهان واقعی جوانان را به سمت دوستی‌های مجازی هدایت می‌کند؟

سوال چهارم: آیا دوستی‌های مجازی تمایل به داشتن دوستی‌های واقعی را کم می‌کنند؟

سوال پنجم: گرایش به فرهنگ دیگری چه تاثیری بر گرایش به دوستی‌های اینترنتی دارد؟

سوال ششم: جهان‌نگری چه تاثیری در روی آوردن جوانان به سمت دوستی‌های سیال دارد؟

سوال هفتم: توانایی در برقراری ارتباط با فرهنگ‌های دیگر چه تاثیری بر میزان روی آوردن جوانان به روابط سیال دارد؟

روش‌شناسی مطالعه ارتباطات مجازی و روابط دوستی اینترنتی

برای انجام این پژوهش از طراحی پرسشنامه‌ای با استفاده از طیف لیکرت استفاده می‌کنیم. از مزایای طیف لیکرت می‌توان به عدم نیاز به سنجش اعتبار پرسشنامه با استفاده از داوران، هم‌وزن تلقی شدن گویه‌ها، سادگی و انعطاف پذیر بودن این طیف اشاره کرد (رفیع پور، ۱۳۵۸). در مجموع این پرسشنامه هفت دسته سوالات را مورد آزمون قرار می‌دهد. گروهی از گویه‌های آن، نگاه به روابط پیش از ازدواج در میان جوانان ایرانی را ارزیابی می‌کنند. گروه بعدی گویه‌ها میزان رواج پدیده عشق سیال در میان جوانان ایران را می‌آزمایند و دسته سوم ساز و کارهایی که جوانان ایران را به سمت روابط مجازی می‌کشاند، مطالعه می‌کنند. دسته چهارم گویه‌ها به تاثیر این دوستی‌ها بر روابط در جهان واقعی می‌پردازند و دسته پنجم گویه‌ها تاثیر گرایش به فرهنگ دیگری بر رواج پدیده عشق سیال را مورد آزمون قرار می‌دهند. دسته ششم جهان‌نگری کاربران و تاثیر آن بر گرایش به سمت دوستی‌های مجازی را می‌آزمایند و در نهایت دسته هفتم گویه‌ها تاثیر توانایی برقرار کردن ارتباط با فرهنگ‌های دیگر، در رواج پدیده عشق سیال را مطالعه می‌کنند. متغیرهای جمعیتی هم در این پرسشنامه لحاظ شده است.

ابتدا در سایت اینترنت کوی دانشگاه تهران از این پرسشنامه پیش آزمون گرفته شد. ۶۹ نفر در این مرحله مشارکت کردند و داده‌های به دست آمده توسط نرم افزار SPSS تحلیل شد. در نهایت، از ۲۴ گویه، ۴ گویه به این دلیل که ضریب آلفای کرونباخ را به زیر ۰.۷ می‌کاستند، حذف شدند و ۶ گویه جدید برای پرسشنامه طراحی شد و بدین ترتیب، تعداد گویه‌ها به ۲۶ رسید. بعد از آن، این پرسشنامه به مدت دو هفته آنلاین

شد که در این مدت حدود ۵۵۰ نفر به این پرسشنامه پاسخ دادند. پاسخها با استفاده از نرم افزار SPSS تحلیل شدند. در ادامه مقاله، نتایج حاصل از این پژوهش توضیح داده می‌شوند. ابتدا ویژگی‌های جمعیتی پاسخگویان را شرح می‌دهیم.

توصیف داده‌های هویتی پاسخگویان

این توصیف شامل ارزیابی مشخصات سنی، جنسی و میزان تحصیلات پاسخگویان به شرح زیر است.

متغیر سن

فراوانی مربوط به سن پاسخگویان و شاخص‌های آماری آن از جمله مواردی است که در تحلیل‌ها استفاده می‌شود. در این پژوهش، گروه‌های سنی مبنای توصیف فراوانی توزیع سنی است (جدول ۱).

جدول ۱. فراوانی سن پاسخگویان

گروه سنی	فراوانی	درصد فراوانی
۹-۲۰	۲۸	۵/۷
۲۰-۳۰	۳۳۸	۶۸/۶
۳۰-۴۰	۸۸	۱۷/۸
۴۰-۵۰	۱۳	۲/۶
۵۰-۶۰	۵	۱
جمع	۴۷۲	۹۵/۷
بی پاسخ	۲۱	۴/۳
جمع کل	۴۹۳	۱۰۰

شاخص‌های آماری متغیر سن

داده‌ها نشان می‌دهند که میانگین سنی برابر با ۹ / ۲۷ سال، میانه سنی برابر با ۲۷ سال، نمای سن برابر با ۲۶ سال، پراکندگی سنی برابر با ۲ / ۳۹، انحراف معیار معادل ۲ / ۶، و سرانجام، حداقل سن ۹ و حداکثر ۶۰ بوده است. واحدهای مشاهده در این تحقیق شامل پاسخگویانی است که در رده سنی ۱۶ الی ۳۲ سال قرار دارند. با توجه به این نکته جدول فراوانی سن پاسخگویان به شرح زیر است (جدول ۲).

جدول ۲. فراوانی سن بر اساس طبقه‌ی سنی ۱۶ الی ۳۲ سال

رده سنی	فراوانی	درصد فراوانی
زیر ۱۶ سال	۷	۱/۵
۱۶-۲۰	۹	۱/۹

۲۲/۲	۱۰۵	۲۰-۲۴
۳۹	۱۸۴	۲۴-۲۸
۱۶/۳	۷۷	۲۸-۳۲
۱۹/۱	۹۰	بالای ۳۲ سال
۹۵/۷	۴۷۲	جمع
۴/۳	۲۱	بی پاسخ
۱۰۰	۴۹۳	جمع کل

متغیر جنس

توزیع فراوانی و شاخص‌های آماری مربوط به متغیر جنس در میان نمونه‌های پاسخگویان در زیر آمده است (جدول ۳).

جدول ۳. توزیع فراوانی جنسی پاسخگویان

جنس	فراوانی	درصد فراوانی
مرد	۳۰۸	۶۲/۵
زن	۱۶۵	۳۳/۵
جمع	۴۷۳	۹۵/۹
بی پاسخ	۲۰	۴/۱
جمع کل	۴۹۳	۱۰۰

داده‌ها نشان می‌دهند که ۶۲/۵ درصد پاسخگویان را مردان تشکیل می‌دادند که البته این امر در نتایج این مطالعه تاثیر معناداری ندارد.

متغیر میزان تحصیلات

جدول مربوط به توزیع فراوانی تحصیلات پاسخگویان همراه با شاخص‌های این متغیر در زیر آمده است (جدول ۴).

جدول ۴. توزیع فراوانی تحصیلات پاسخگویان

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
دیپلم و پایین تر	۲۲	۴/۵
فوق دیپلم	۴۷	۹/۵
لیسانس	۱۸۷	۳۷/۹
فوق لیسانس	۱۸۵	۳۷/۵
دکتری	۳۸	۷/۷
جمع	۴۷۹	۹۷/۲
بی پاسخ	۱۴	۲/۸

جمع کل	۴۹۳	۱۰۰
--------	-----	-----

تحلیل یافته‌های حاصل از پژوهش

در این بخش از مقاله متغیرهایی نظیر «نگاه کلی نسل جوان کاربر اینترنت به دوستی با جنس مخالف»، «میزان روی آوری جوانان به دوستی‌های مجازی»، «میزان محدودیتی که کاربران جوان در دوستی‌های دگر جنس خواهانه خود احساس می‌کنند»، «میزان و کیفیت روابط کاربران با خانواده، اطرافیان و دوستان در جهان واقعی»، «میزان گرایش کاربران اینترنت به فرهنگ «دیگر»»، «میزان جهان‌نگری کاربران ایرانی اینترنت» و «توانایی برقراری ارتباط با فرهنگ‌های دیگر» مورد مطالعه و بحث قرار می‌گیرند. در ادامه‌ی بحث نیز روابط بین این متغیرها مطالعه و تحلیل خواهد شد و مدل تحلیل مسیر ارائه می‌شود.

تحلیل یافته‌های دومتغیره: روابط بین متغیرهای زمینه‌ای و متغیر روی آوردن به دوستی‌های مجازی

رابطه بین سن و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

در زیر (جدول ۵) جدول تقاطعی گروه سنی پاسخگو و روی آوری فرد به دوستی‌های مجازی آورده شده است.

جدول ۵: جدول تقاطعی سن و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

جمع	طبقات سنی				میزان مخالفت
	۲۸-۳۲	۲۴-۲۸	۲۰-۲۴	۱۶-۲۰	
۵۱	۶	۳۱	۱۲	۲	کاملاً مخالف
۱۵۳	۳۲	۷۷	۴۲	۲	مخالف
۱۲۴	۲۷	۵۸	۳۷	۲	بی نظر
۳۶	۱۱	۱۲	۱۱	۲	موافق
۶	۱	۲	۳	۰	کاملاً موافق
۳۷۰	۷۷	۱۸۰	۱۰۵	۸	جمع

همچنین جدول ۶ میزان همبستگی دو متغیر مورد مطالعه را نشان می‌دهد.

جدول ۶: آزمون ضریب همبستگی دو متغیر سن و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

مقدار I پیرسون	تعداد	سطح معنی‌داری
-.۰/۰۰۸	۳۷۰	۰/۸۷۳

همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، سطح معنی‌داری همبستگی بین دو متغیر بیشتر از ۰/۰۵ است. بر این اساس، همبستگی این دو متغیر معنی‌دار نیست و نمی‌توان این همبستگی را به جامعه آماری تعمیم داد.

رابطه بین جنس و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

در جدول تقاطعی زیر، جنس پاسخگو و روی آوردن به دوستی‌های مجازی (جدول ۷) و آزمون همبستگی این دو متغیر (جدول ۸) آورده شده‌اند.

جدول ۷: جدول تقاطعی جنس و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

میزان متغیر	جنس		جمع
	مرد	زن	
کاملاً مخالف	۴۳	۲۳	۶۶
مخالف	۱۱۲	۷۲	۱۸۴
بی نظر	۱۰۷	۴۶	۱۵۳
موافق	۳۳	۲۰	۵۳
کاملاً موافق	۵	۲	۷
جمع	۳۰۰	۱۶۳	۴۶۳

جدول ۸: آزمون رابطه بین جنس و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
۰/۶۶۷	۴۶۱	۰/۵۰۵

جدول ۸ نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری t بیشتر از ۰/۰۵ است. بنابراین تفاوت بین نمرات زنان و مردان در متغیر روی آوردن به دوستی‌های مجازی معنی‌دار نیست.

رابطه بین تحصیلات و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

در زیر جدول تقاطعی تحصیلات پاسخگویان و روی آوردن به دوستی‌های مجازی (جدول ۹) و آزمون همبستگی این دو متغیر (جدول ۱۰) آورده شده است.

جدول ۹: جدول تقاطعی تحصیلات پاسخگویان و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

میزان متغیر	تحصیلات				
	دیپلم و زیردیپلم	فوق دیپلم	لیسانس	فوق لیسانس	دکتری
کاملاً مخالف	۲	۶	۲۶	۲۶	۶
جمع	۶۶	۶	۲۶	۲۶	۶

مخالف	۳	۱۷	۷۰	۷۶	۲۰	۱۸۶
بی نظر	۱۲	۱۱	۶۳	۶۱	۹	۱۵۶
موافق	۳	۱۰	۲۱	۱۸	۱	۵۳
کاملاً موافق	۱	۲	۲	۱	۱	۷
جمع	۲۱	۴۶	۱۸۲	۱۸۲	۳۷	۴۶۸

جدول ۱۰: آزمون رابطه بین تحصیلات و میزان تاثیر دوستی‌های پیش از ازدواج بر دوستی‌های مجازی

مقدار F	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
۲/۶۸	۴۶۷	۰/۰۳۱

جدول بالا نشان می‌دهد که تفاوت معنی‌داری بین میزان تحصیلات و میزان تاثیر دوستی‌های پیش از ازدواج بر دوستی‌های مجازی وجود دارد. آزمون مقایسات میانگین نشان می‌دهد که بین افراد با تحصیلات دیپلم و زیر دیپلم با لیسانس، فوق لیسانس و دکتری و همچنین بین فوق دیپلم و دکتری تفاوت معنی‌داری وجود دارد. با بالا رفتن تحصیلات، روی آوردن به دوستی‌های مجازی کم می‌شود.

تحلیل روابط بین متغیرهای مورد مطالعه: رابطه بین متغیر نگاه کلی نسل جوان کاربر اینترنت به دوستی‌های پیش از ازدواج و متغیر روی آوردن به دوستی‌های مجازی در زیر جدول تقاطعی متغیر نگاه کلی نسل جوان کاربر اینترنت به دوستی‌های پیش از ازدواج و متغیر روی آوردن به دوستی‌های مجازی (جدول ۱۱) و آزمون همبستگی این دو متغیر (جدول ۱۲) آورده شده است.

جدول ۱۱. همبستگی بین متغیر نگاه نسل جوان به دوستی‌های پیش از ازدواج و تمایل به دوستی‌های مجازی

میزان	کاملاً مخالف	مخالف	بی نظر	موافق	کاملاً موافق	جمع
کاملاً مخالف	۷	۱۱	۱۶	۲۰	۱۳	۶۷
مخالف	۴	۱۶	۳۱	۱۰۱	۳۷	۱۸۹
بی نظر	۱	۱۰	۱۶	۶۸	۶۱	۱۵۶
موافق	۰	۶	۶	۱۸	۲۴	۵۴
کاملاً موافق	۰	۰	۰	۲	۵	۷
جمع	۱۲	۴۳	۶۹	۲۰۹	۱۴۰	۴۷۳

جدول ۱۲. آزمون همبستگی متغیر نگاه نسل جوان به دوستی‌های پیش از ازدواج و تمایل به دوستی‌های مجازی

مقدار I پیرسون	تعداد	سطح معنی‌داری
۰/۳۳۵	۴۷۳	۰/۰۰۰

آزمون ضریب همبستگی نشان می‌دهد که بین این دو متغیر همبستگی نسبتاً ضعیفی وجود دارد ولی این همبستگی از نظر آماری معنی‌دار است. یعنی اینکه کسانی که به دوستی‌های پیش از ازدواج معتقدند بیشتر به سمت دوستی‌های مجازی گرایش دارند.

رابطه بین متغیر محدودیت در دوستی‌های دگر جنس خواهانه در جهان واقعی و متغیر روی آوردن به دوستی‌های مجازی

در جدول تقاطعی شماره ۱۳ متغیر محدودیت در دوستی‌های دگر جنس خواهانه در جهان واقعی و متغیر روی آوردن به دوستی‌های مجازی و آزمون همبستگی این دو متغیر در جدول ۱۴ آورده شده‌اند.

جدول ۱۳. سنجش محدودیت در دوستی‌های دگر جنس خواهانه در جهان واقعی و تمایل به دوستی‌های مجازی

میزان	کاملاً مخالف	مخالف	بی نظر	موافق	کاملاً موافق	جمع
کاملاً مخالف	۱۱	۹	۱۱	۶	۱	۳۸
مخالف	۱۲	۲۳	۳۱	۱۹	۸	۹۳
بی نظر	۱۳	۱۲	۳۴	۳۴	۴	۹۷
موافق	۹	۳	۹	۱۲	۰	۳۳
کاملاً موافق	۱	۲	۲	۰	۱	۶
جمع	۴۶	۴۰	۸۷	۷۱	۱۴	۲۶۷

جدول ۱۴. آزمون ضریب همبستگی دو متغیر محدودیت در دوستی‌های دگر جنس خواهانه در جهان واقعی و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

مقدار r پیرسون	تعداد	سطح معنی‌داری
۰/۱۵۹	۲۶۷	۰/۰۰۹

آزمون ضریب همبستگی نشان می‌دهد که بین این دو متغیر، همبستگی ضعیفی وجود دارد ولی این همبستگی از نظر آماری معنی‌دار است، به این معنا که پاسخگویانی که در دوستی‌های خود با جنس مخالف در جهان واقعی محدود می‌شوند، بیشتر به سمت دوستی‌های مجازی روی می‌آورند.

مطالعه رابطه بین متغیر میزان گوشه‌گیری در جهان واقعی و روی آوردن به دوستی‌های مجازی جدول تقاطعی متغیر میزان گوشه‌گیری در جهان واقعی و متغیر روی آوردن به دوستی‌های مجازی (جدول ۱۵) و آزمون همبستگی این دو متغیر (جدول ۱۶) در زیر آمده‌اند.

جدول ۱۵. جدول تقاطعی میزان گوشه‌گیری در جهان واقعی و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

میزان	کاملاً مخالف	مخالف	بی نظر	موافق	کاملاً موافق	جمع
کاملاً مخالف	۱۸	۲۷	۹	۳	۴	۶۱

مخالف	۳۰	۸۳	۵۴	۱۶	۱	۱۸۴
بی نظر	۲۳	۵۱	۵۴	۲۴	۳	۱۵۵
موافق	۶	۱۵	۱۹	۱۱	۱	۵۲
کاملاً موافق	۰	۳	۱	۲	۱	۷
جمع	۷۷	۱۷۹	۱۳۷	۵۶	۱۰	۴۵۹

جدول ۱۶. آزمون همبستگی دو متغیر میزان گوشه‌گیری در جهان واقعی و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

مقدار I پیرسون	تعداد	سطح معنی‌داری
۰/۱۵۹	۴۵۹	۰/۰۰۱

آزمون ضریب همبستگی نشان می‌دهد که بین این دو متغیر، همبستگی ضعیفی وجود دارد ولی این همبستگی از نظر آماری معنی‌دار است، به این معنا که بین روی آوردن به دوستی‌های مجازی و گوشه‌گیری در جهان واقعی همبستگی وجود دارد.

رابطه بین متغیر گرایش به فرهنگ دیگری و متغیر روی آوردن به دوستی‌های مجازی

در زیر جدول تقاطعی متغیر گرایش به فرهنگ دیگری و متغیر روی آوردن به دوستی‌های مجازی (جدول ۱۷) و آزمون همبستگی این دو متغیر (جدول ۱۸) آورده شده‌اند.

جدول ۱۷. جدول تقاطعی گرایش به فرهنگ دیگری و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

میزان	کاملاً مخالف	مخالف	بی نظر	موافق	کاملاً موافق	جمع
کاملاً مخالف	۴۲	۱۳	۷	۳	۱	۶۶
مخالف	۵۴	۵۷	۵۹	۱۲	۴	۱۸۶
بی نظر	۲۷	۴۵	۵۰	۱۵	۱۴	۱۵۱
موافق	۱۰	۹	۲۱	۱۱	۴	۵۵
کاملاً موافق	۰	۱	۰	۵	۰	۶
جمع	۱۳۳	۱۲۵	۱۳۷	۴۶	۲۳	۴۶۴

جدول ۱۸. آزمون ضریب همبستگی دو متغیر گرایش به فرهنگ دیگری و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

مقدار I پیرسون	تعداد	سطح معنی‌داری
۰/۳۸۳	۴۶۴	۰/۰۰۰

آزمون ضریب همبستگی نشان می‌دهد که بین این دو متغیر همبستگی نسبتاً ضعیفی وجود دارد و این همبستگی از نظر آماری معنی‌دار است، به این معنا که کاربران جوانی که بیشتر نسبت به فرهنگ غرب خوشبین هستند، بیشتر به سمت دوستی‌های اینترنتی روی می‌آورند.

رابطه بین متغیر جهان‌نگری و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

جدول تقاطعی متغیر جهان‌نگری و متغیر روی آوردن به دوستی‌های مجازی (جدول ۱۹) و آزمون همبستگی این دو متغیر (جدول ۲۰) در زیر، آورده شده‌اند.

جدول ۱۹. جدول تقاطع جهان‌نگری و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

میزان	کاملاً مخالف	مخالف	بی نظر	موافق	کاملاً موافق	جمع
کاملاً مخالف	۲	۰	۷	۱۷	۳۹	۶۵
مخالف	۱	۲	۶	۶۱	۱۰۹	۱۷۹
بی نظر	۰	۲	۱۰	۲۷	۱۱۴	۱۵۳
موافق	۰	۱	۴	۱۷	۳۱	۵۳
کاملاً موافق	۰	۰	۰	۳	۴	۷
جمع	۳	۵	۲۷	۱۲۵	۲۹۷	۴۵۷

جدول ۲۰. آزمون ضریب همبستگی دو متغیر جهان‌نگری و روی آوردن به دوستی‌های مجازی

مقدار I پیرسون	تعداد	سطح معنی‌داری
۰/۰۶۸	۴۵۷	۰/۱۴۷

چون سطح معنی‌داری ضریب همبستگی این دو متغیر بیشتر از $0/05$ است بنابراین بین این دو متغیر همبستگی معنی‌داری وجود ندارد.

رابطه بین متغیر توانایی برقراری ارتباط با فرهنگ‌های دیگر و روی آوردن به دوستی‌های مجازی جدول تقاطعی تاثیر متغیر توانایی برقراری ارتباط با فرهنگ‌های دیگر بر متغیر روی آوردن به دوستی‌های مجازی (جدول ۲۱) و آزمون همبستگی این دو متغیر (جدول ۲۲) در زیر مشاهده می‌شود.

جدول ۲۱. تاثیر متغیر توانایی برقراری ارتباط با فرهنگ‌های دیگر، بر متغیر روی آوردن به دوستی‌های مجازی

میزان	کاملاً مخالف	مخالف	بی نظر	موافق	کاملاً موافق	جمع
کاملاً مخالف	۲	۱۱	۱۵	۳۱	۸	۶۷
مخالف	۴	۳۴	۳۳	۹۱	۲۴	۱۸۶
بی نظر	۶	۱۵	۴۵	۵۴	۳۴	۱۵۴
موافق	۱	۱۱	۱۰	۲۲	۱۰	۵۴
کاملاً موافق	۱	۱	۳	۱	۱	۷
جمع	۱۴	۷۲	۱۰۶	۱۹۹	۷۷	۴۶۸

جدول ۲۲. آزمون همبستگی دو متغیر توانایی برقراری ارتباط با سایر فرهنگ‌ها و اقبال به دوستی‌های مجازی

مقدار r پیرسون	تعداد	سطح معنی‌داری
۰/۰۳۹	۴۶۸	۰/۳۹۴

چون سطح معنی‌داری ضریب همبستگی این دو متغیر بیشتر از ۰/۰۵ است، بنابراین بین این دو متغیر همبستگی معنی‌داری وجود ندارد.

یافته‌های چندمتغیره

تحلیل همبستگی رگرسیونی نشان می‌دهد که بین سه متغیر نگاه کلی نسل جوان کاربر اینترنت به دوستی‌های پیش از ازدواج، محدودیت در دوستی‌های دگر جنس خواهانه در جهان واقعی و گرایش به فرهنگ دیگری، و متغیر وابسته تحقیق یعنی روی آوردن جوانان به دوستی‌های مجازی، همبستگی مستقیمی وجود دارد. این همبستگی عدد ۰/۵۱۶ را نشان می‌دهد، که از نظر شدت، یک همبستگی متوسط محسوب می‌شود. ضریب تعیین مدل و ضریب تعیین تعدیل شده که همان ضریب تعیین یا (R^2) است، در مدل رگرسیونی مورد تعدیل قرار گرفته‌اند. عدد حاصل، ۰/۲۶۶ است و بیانگر این است که متغیرهای وارد شده در مدل رگرسیونی در مجموع توانسته‌اند حدود ۲۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند.

اما علاوه بر این اطلاعات، تحلیل همبستگی رگرسیونی، میزان تأثیر استاندارد شده هر کدام از متغیرها را به‌طور جداگانه نیز بر روی متغیر وابسته نشان می‌دهد. میزان دقیق این تأثیرات در جدول شماره ۲۳ آمده است.

جدول ۲۳. ضرایب متغیرهای وارد شده

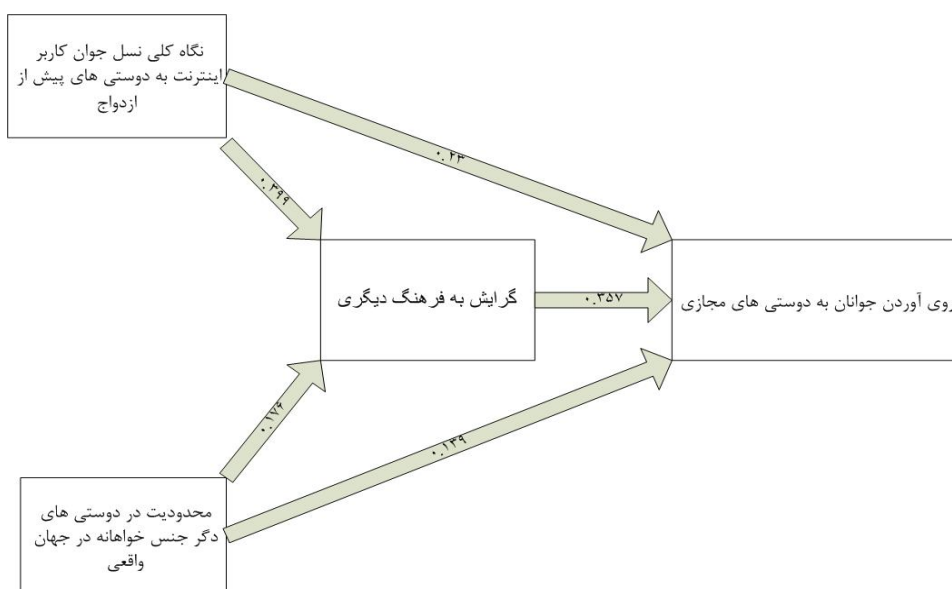
متغیرهای وارد شده	ضرایب استاندارد شده (بتا)	مقدار t	سطح معنی‌داری
نگاه کلی نسل جوان کاربر اینترنت به دوستی‌های پیش از ازدواج	۰/۲۳	۳/۸۱	۰/۰۰۰
روی آوردن جوانان به دوستی‌های مجازی	۰/۱۳۹	۲/۴۶۵	۰/۰۱۴
گرایش به فرهنگ دیگری	۰/۳۵۷	۵/۹۱۳	۰/۰۰۰

ارقام جدول ۲۳ میزان دقیق تأثیر استاندارد شده هر کدام از متغیرها را بر روی متغیر وابسته نشان می‌دهد. ستون دوم این جدول که با نام ضرایب استاندارد شده یا بتا مشخص شده است، در مطالعه روابط میان متغیرهای وارد شده و متغیر وابسته از اهمیت بالایی برخوردار است. علامت ضریب بتا جهت رابطه و قدر مطلق عددی آن، شدت رابطه میان آن متغیر و متغیر وابسته (در حالی که اثر سایر متغیرها کنترل شده باشد) را نشان می‌دهد. ستون آخر جدول نیز سطح معنی‌داری این ضرایب را نشان می‌دهد. همچنین اطلاعات جدول نشان می‌دهد که از نظر شدت، متغیر تأثیر گرایش به فرهنگ دیگری دارای بالاترین ضریب بتا (۰/۳۵۷) و متغیر محدودیت در دوستی‌های دگر جنس خواهانه در جهان واقعی دارای پایین‌ترین ضریب

بتا (۰/۱۳۹) می‌باشد. از نظر معنی‌داری باید گفت که هر سه متغیری که در تحلیل همبستگی رگرسیونی وارد شده‌اند، رابطه معنی‌داری با متغیر روی آوردن جوانان به دوستی‌های مجازی دارند. به عبارت دیگر، این رابطه قابل تعمیم به جامعه آماری تحقیق است.

تحلیل مسیر

اکنون که آزمون تحلیل همبستگی رگرسیون انجام شده است، دیاگرام تحلیل مسیر یکسویه متغیرهای مستقل ارائه می‌شود. یادآوری می‌شود که برای یک تعداد متغیر ثابت، ترکیب‌های بسیار مختلفی می‌تواند وجود داشته باشد، ولی زمانی به یکی قائل می‌شویم که تحت پوشش ارجاعات نظری ما قرار گیرد. در تحلیل مسیر، ابتدا یک مدل علی طراحی می‌شود (یکسویه) و سپس ضرایب مسیر آن برآورده می‌شود. در انتها با مجموع ضرایب بتا که به متغیر وابسته نهایی وارد می‌شوند، یک اثر کلی^{۱۶} قابل محاسبه است که به آن مجذور ضریب همبستگی چندگانه نیز گفته می‌شود. پس از انجام محاسبات، مدل تحلیل مسیر زیر برای متغیرهای مذکور ارائه می‌شود.



تحلیل عاملی

یافته‌های حاصل از تحلیل عاملی در این تحقیق در جدول ۲۴ آورده می‌شود.

جدول ۲۴. میزان برازش گویه‌ها برای انجام تحلیل عاملی

سنجهی کفایت نمونه‌گیری کایزر مایر الکین	۰/۸۱	
آزمون بارتلت	خی دو تقریبی	۲۷۰۵/۴
	درجه آزادی	۳۲۵
	معناداری	۰۰۰/۰

با توجه به مقادیر جدول ۲۴، مقدار سنجهی کایزر مایر الکین برابر ۰/۸۱ شده است و بنابر نظر دواس این مقدار برای تشخیص عامل‌ها مناسب است (زیرا این مقدار از ۰/۷ که مقدار مناسب برای تحلیل عامل می‌باشد بیشتر است) و با توجه به سطح معناداری آزمون بارتلت که برابر ۰/۰۰۰ شده و در سطح ۰/۰۰۰ معنادار است، می‌توان انجام پذیری تحلیل عامل بر روی این گویه‌ها را تصدیق کرد.

در جدول اشتراکات ستون استخراج (جدول ۲۴) - که مجموع مربعات همبستگی هر گویه در عامل‌های استخراج شده را نشان می‌دهد - گویه «این یک حسن است که شما هر وقت بخواهید می‌توانید دوست اینترنتی خود را عوض کنید» کمترین مقدار را دارد و بیشترین مقدار مربوط به گویه «تا چه اندازه به وبسایت‌هایی سر می‌زنید که زبان آنها زبانی غیر از زبان اقوام ایرانی است؟» می‌باشد که نشان می‌دهد این ۲ گویه به ترتیب مناسب (مناسب بودن) کمتر و بیشتری در مقایسه با بقیه دارند.

همچنین برای این گویه‌ها ۷ عامل با روش تحلیل عامل پایه‌ای استخراج شد که در کل ۶۵/۸۶ درصد واریانس‌ها را تبیین می‌کنند. در واقع عامل‌ها از فرمولی به شکل زیر به دست می‌آیند و هر عاملی که مقدارش در فرمول بیشتر از بقیه محاسبه شود به عنوان عامل استخراج شده در نظر گرفته می‌شود.

$$Factor = a. + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + \dots$$

نتیجه‌گیری

بیشتر پاسخگویان شرکت‌کننده در این پژوهش را جوانان بین ۲۰ تا ۳۰ سال تشکیل می‌دهند. ۱.۵ درصد از پاسخگویان را افراد زیر ۱۶ سال و ۱۹.۱ درصد از پاسخگویان را افراد بالای ۳۲ سال تشکیل می‌دهند که در نتیجه می‌توان ادعا کرد حدود ۷۸ درصد از پاسخگویان به پرسشنامه‌ی این پژوهش را جوانان تشکیل می‌دهند که با توجه به ادبیاتی که در فصل اول ارائه شد، مساله‌ای قابل پیش بینی بود. تعداد مردان در این پژوهش هم کمی کمتر از دو برابر تعداد زنان است. حدود ۹۲ درصد از پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی هستند که این نتیجه هم با توجه به ادبیات ارائه شده در فصل اول قابل پیش بینی بود. بیشتر پاسخگویان در خانه خود از اینترنت استفاده می‌کنند و به لحاظ تعداد، محل کار و دانشگاه در رده‌های بعدی قرار دارند. هر کدام از پاسخگویان به‌طور میانگین روزانه ۴ ساعت از وقت خود را به اینترنت اختصاص می‌دهند که اکثر آنها از این زمان برای جستجوی اطلاعات استفاده می‌کنند. از میان سایر کاربردهای اینترنت، ایمیل در رده دوم و وبلاگ نویسی و گفت‌وگو در رده‌های بعدی قرار دارند.

تنها ۱۱ درصد از پاسخگویان جوان شرکت‌کننده در این پژوهش نسبت به دوستی‌های پیش از ازدواج نگرش مخالف یا کاملاً مخالف دارند، در حالی که ۱۴ درصد از آنها در این مورد نظری ابراز نکرده‌اند. اما حدود ۵۳ درصد از همین جوانان با دوستی‌های مجازی مخالف یا کاملاً مخالف‌اند. به لحاظ محدودیت در دوستی‌های دگر جنس خواهانه در جهان واقعی، تعداد تقریباً برابری از پاسخگویان خود را دارای محدودیت احساس می‌کنند یا معتقدند که اطرافیان‌شان آنها را از این دوستی‌ها بر حذر می‌دارند. حدود ۴۴ درصد از پاسخگویان اصلاً به این پرسش پاسخ نداده‌اند.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهند که با وجود تغییرات ارزشی رخ داده در میان جوانان ایرانی کاربر اینترنت، گرایش به فرهنگ دیگری چندان در میان این افراد قوی نیست و بیشتر پاسخگویان به هویت ایرانی خود

گرایش بیشتری دارند. در عین حال، این نتایج نشان می‌دهند که بیش از ۸۷ درصد از همین پاسخگویان گرایش‌های جهان‌نگرانه دارند. همچنین این جوانان توانایی‌های بالایی در برقراری ارتباط با فرهنگ‌های دیگر برای خود قائل هستند.

یافته‌های سنی در این پژوهش رابطه‌ای میان سن و روی آوردن به عشق سیال را نشان نمی‌دهند. به عبارت دیگر عشق سیال در میان این مشارکت‌کنندگان به سنین خاصی محدود نمی‌شود. همچنین این روابط ویژگی مردانه و زنانه ندارند و تفاوت میان زنان و مردان پاسخگو در این مورد معنادار نیست. با این وجود، جالب است که نتایج این پژوهش نشان می‌دهند که گرایش به عشق سیال با بالا رفتن سطح تحصیلات کاهش می‌یابد و بنابراین در واقع می‌توان اتاق‌های گفت‌وگو را مکان‌های کمتر علمی دانست. همچنین این نتایج نشان می‌دهند که کسانی که در دانشگاه از اینترنت استفاده می‌کنند کمتر از کاربرانی که در بقیه جاها از اینترنت استفاده می‌کنند به دوستی‌های مجازی گرایش دارند. نکته جالب این است که بر مبنای این نتایج، کسانی که بیشتر از اینترنت استفاده می‌کنند، الزاماً همان کسانی نیستند که بیشتر به سمت دوستی‌های مجازی روی می‌آورند. این پژوهش مشخص می‌کند افرادی که از اینترنت برای گفت‌وگو و همچنین سایر خدمات استفاده می‌کنند بیشتر از سایر افراد به دوستی‌های مجازی روی می‌آورند.

از دیگر نتایج این پژوهش این است که کسانی که به دوستی‌های پیش از ازدواج معتقدند بیشتر به سمت دوستی‌های مجازی گرایش دارند و پاسخگویانی که در دوستی‌های خود با جنس مخالف در جهان واقعی محدود می‌شوند، بیشتر به سمت دوستی‌های مجازی روی می‌آورند. همچنین در این پژوهش مشخص می‌شود که عشق سیال تأثیرات مخربی بر ارتباطات فرد در جهان واقعی می‌گذارد و وی را گوشه‌گیرتر و به لحاظ ارتباطی ناتوان‌تر می‌کند. البته نباید فراموش کرد که این دوستی‌ها توانایی‌های ارتباطی دیگری در فرد ایجاد می‌کنند. آن دسته از کاربران اینترنتی که گرایش بیشتری به فرهنگ غربی دارند، تمایل بیشتری هم به دوستی‌های مجازی دارند. با این وجود، این پژوهش نشان می‌دهد که جهان‌نگری تأثیری در گرایش جوانان مشارکت‌کننده به سمت دوستی‌های مجازی ندارد. نکته جالب این است که توانایی‌های ارتباطی برای برقرار کردن تماس با فرهنگ‌های دیگر هم تأثیری بر روی آوردن به سمت دوستی‌های اینترنتی ندارند.

منابع

منابع فارسی

تقوایی زحمتکش، محمد حسین (۱۳۸۴)، جوانان ایران به چه منظوری از اتاقهای گفت‌وگو (گفت‌وگو روم) استفاده می‌کنند، <http://www.yazdit.bigestblog.com/More-۹۷.ASPX>

سازمان ملی جوانان (۱۳۸۴). مطالعه شاخص‌های استفاده جوانان از اینترنت. تهران. معاونت مطالعات و برنامه ریزی سازمان ملی جوانان.

سازمان ملی جوانان (۱۳۸۶). سلسله گزارش‌های پژوهشی روابط دختران و پسران. تهران. معاونت مطالعات و تحقیقات سازمان ملی جوانان.

نیک بخش، مرسته (۱۳۸۳)، مطالعه شیوه رفتار افراد در محیط مجازی، شکل‌گیری روابط صمیمانه در اتاق‌های گپ زنی اینترنت، پایان‌نامه برای اخذ درجه کارشناسی ارشد، استاد راهنما علی‌رضا دهقان، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

منابع انگلیسی

Aviram, I., & Amichai-Hamburger, Y. (۲۰۰۵), "Online infidelity: Aspects of dyadic satisfaction, self-disclosure, and narcissism", In *Journal of Computer-Mediated Communication*, ۱۰(۳), article ۱.

Baertlein, L. (۲۰۰۴), **Demand for advice to Online lovelorn is booming**, BizReport, from <http://www.bizreport.com/news/۶۵۱۶/>.

Bauman, Z. (۲۰۰۳). **Liquid Love**. Cambridge. Polity Press.

Brym, R. J., & Lenton, R. L. (۲۰۰۱), **Love Online: A Report on Digital Dating in Canada**, from: <http://www.nelson.com/nelson/harcourt/sociology/newsociety/e/loveOnline.pdf>.

Cooper, A., & McLoughlin, I. P. (۲۰۰۱), "What Clinicians Need to Know About Internet Sexuality", In *British Association for Sexual and Relationship Therapy*, ۱۶, ۳۲۱-۳۲۷.

Cooper, A. (۲۰۰۴), "Online Sexual Activity in the New Millennium", In *Contemporary Sexuality*, ۳۸, ۱-۷.

Dew, B., Brubaker, M., & Hays, D. (۲۰۰۶), "From the Altar to the Internet: Married Men and Their Online Sexual Behavior", In *Sexual Addiction & Compulsivity*, ۱۳, ۱۹۵-۲۰۷.

Döring, N. (2000), “**Feminist Views of Cybersex: Victimization, Liberation and Empowerment**”, In *CyberPsychology and Behavior*, 3, 863-884.

Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006), “**Managing Impressions Online: Self-presentation Processes in the Online Dating Environment**”, In *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), article 2.

Fernandez, S. (2005), **Getting to Know You: Tell-all Sites Put Online Dater Profiles to Truth Test**, In *The Washington Post*. from http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2005/05/29/AR2005052901071_pf.html.

Fiore, A. T., & Donath, J. (2004), **Online Personals: an Overview**, Paper presented at the meeting of ACM Computer-Human Interaction 2004, Vienna, Austria.

Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006), **Self-presentation in Online Personals: The Role of Anticipated Future Interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating**”, In *Communication Research*, 33 (2), 1-26.

Huang, Y. (2006), **Identity and Intimacy Crises and Their Relationship to Internet Dependence Among College Students**”, In *CyberPsychology and Behavior*, 9, 571-576.

Lee, A. (2004), **Online Love May Come With Safety Warning**”, In *Detroit News*, pp. 1A - 2A.

Lia Avila Mileham , Beatriz (2004). **Online Infidelity in Internet Chat Rooms: an Ethnographic Exploration**. ELSEVIER.

Lia Avila Mileham, Beatriz (2007), “**Online Infidelity in Internet Chat Rooms: an Ethnographic Exploration**”, In *Computers in Human Behavior* 23, 11-21.

Millner, Vaughn S. (2008), “**Internet Infidelity: A Case of Intimacy With Detachment**”, In *The Family Journal*, 16; 78-82.

Nielsen, (2005), **The Nielsen/Net Ratings Online Dating Survey**, from <http://www.nielsen-netratings.com/>.

Parks, M. R., & Floyd, K. (1996), **Making Friends in Cyberspace**, In *Journal of Communication*, 46, 80-97.

Parks, M. R., & Roberts, L. D. (1998), **Making MOOsic: The Development of Personal Relationships On-line and a Comparison to Their Off-line Counterparts**, In *Journal of Social and Personal Relationships*, 15, 517-538.

Ross, M. (2005), **Typing, Doing, and Being: Sexuality and the Internet**, In *Journal of Sex Research*, 42, 342-352.

Schneider, J. (2002), **The New Elephant in the Living Room: Effects of Compulsive Cybersex Behaviors on the Spouse**, in A. Cooper (Ed.), *Sex and the Internet: A guidebook for clinicians* (pp. 169-186), New York: Brunner-Routledge.

Walther, J. B., & Parks, M. R. (۲۰۰۲), **Cues Filtered out, Cues Filtered**, in *Computer-mediated communication and relationships*, In M. L. Knapp & J. A. Daly (Eds.), *Handbook of Interpersonal Communication* (۳rd ed., pp. ۵۲۹-۵۶۳), Thousand Oaks, CA: Sage.

Whitty, M. (۲۰۰۴), **Cybercheating**, In *Counseling and Psychotherapy Journal*, ۱۵, ۳۸-۳۹.

Young, K. S., Griffin-Shelley, E., Cooper, A., O'Mara, J., & Buchanan, J (۲۰۰۰), **Online Infidelity: A New Dimension in Couple Relationships with Implications for Evaluation and Treatment**, in *Sexual Addiction & Compulsivity*, ۷, ۵۹-۷۴.

Yum, Y.-O., & Hara, K. (۲۰۰۵), **Computer-mediated Relationship Development: A Cross-cultural Comparison**, in *Journal of Computer-Mediated Communication*, ۱۱(۱), article ۷.

یادداشت‌ها و اشاره‌ها

- ^۱ Convenience,
- ^۲ Anonymity
- ^۳ Escape
- ^۴ Baertlein
- ^۵ True.com
- ^۶ Brubaker
- ^۷ Döring
- ^۸ Schneider
- ^۹ Infidelity Check

^{۱۰} نگاه کنید به <http://www.infidelitycheck.org>

- ^{۱۱} Peggy Vaughn
- ^{۱۲} Monogamy Myth
- ^{۱۳} Ellison
- ^{۱۴} Aviram
- ^{۱۵} Amichai-Hamburger
- ^{۱۶} Total Effect