

بررسی نقش شبکه‌های سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه اصفهان سال تحصیلی

۱۳۹۰-۹۱

نگین برات دستجردی، استادیار گروه علوم تربیتی دانشگاه اصفهان*

چکیده

رشد سریع شبکه‌های سایبری دانشجویان را با اطلاعات و برنامه‌های متنوعی روبه‌رو ساخته و تغییرات گوناگونی در عرصه‌های مختلف زندگی آنان ایجاد کرده است که بدون تردید یکی از حوزه‌های تأثیر پذیر آن، هویت و فرهنگ است. لذا هدف اصلی از انجام پژوهش، بررسی نقش شبکه‌های سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان است. روش تحقیق از نوع پیمایشی می‌باشد و جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان دانشگاه اصفهان مشغول به تحصیل در سال ۱۳۹۰-۹۱ بود که از میان آنها ۲۰۰ نفر به صورت خوشه‌ای تصادفی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. اطلاعات لازم از طریق پرسشنامه محقق ساخته که دارای سؤال‌هایی مربوط به متغیرهای تحقیق بود و روایی و پایایی آن تأیید شد، به دست آمد. اطلاعات مندرج در پرسشنامه از طریق آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم‌افزار Spss تجزیه و تحلیل شد. نتایج به دست آمده نشان داد که بین میزان، انگیزش و اهداف استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد. مهمترین اهداف استفاده از شبکه‌های سایبری اهداف اجتماعی، ارتباطی، فردی و فرهنگی بوده است. همچنین، بین استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی بر اساس متغیرهای جنس، مقطع تحصیلی و سن دانشجویان رابطه معناداری وجود داشت.

واژه‌های کلیدی: شبکه‌های سایبری، هویت، فرهنگ، دانشجویان

مقدمه

امروزه در عصری زندگی می‌کنیم که با پیدایش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی (نظیر شبکه‌های اینترنتی، ماهواره، موبایل) تغییرات عظیمی را در عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شاهد هستیم. شبکه‌های اطلاعاتی در فضاهای سایبری به تحول و شدت میزان ارتباط انسان‌ها در اقصی نقاط جهان منجر شده و تحولی کیفی در نحوه ارتباط انسان‌ها با یکدیگر ایجاد کرده است؛ بدین صورت که با حضور در فضای مجازی امکان بهره‌گیری از انبوهی اطلاعات در کمترین زمان ممکن و برقراری ارتباط گفتاری- نوشتاری- دیداری با هزینه نسبتاً کم فراهم آمده است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۳۴)

از لحاظ لغوی در فرهنگ‌های مختلف، سایبر^۱ به معنی مجازی و غیر ملموس است. فضای سایبری یک محیط مجازی در فضای شبکه‌های بین‌المللی است که در این محیط تمام اطلاعات درباره روابط افراد، فرهنگ‌ها، ملل و به طور کلی، هر آنچه در کره خاکی به صورت فیزیکی وجود دارد، در یک فضای مجازی به شکل دیجیتال ارائه شده و از طریق رایانه، اجزای آن و شبکه اینترنت به هم مرتبط هستند. این فضا عبارت است از محیط الکترونیکی واقعی که ارتباطات انسانی به شیوه‌ای سریع فراتر از مرزهای جغرافیایی و با ابزار خاص خود به صورت مستقیم و زنده روی می‌دهد. چنین فضایی، قلمروی وسیع و بدیع است که برای ساکنان خود امکانات، آزادی‌ها، فرصت‌ها، آسیب‌ها و محدودیت‌های نوینی را به همراه دارد و در جنبه‌های مختلف زندگی افراد تأثیرگذار است. یکی از جنبه‌های مهمی که از این فضا تأثیر می‌پذیرد، هویت افراد بویژه هویت فرهنگی افراد است (ساحا، ۲۰۰۹: ۴۵). هویت فرهنگی را می‌توان مجموعه یا نظامی از باورها، ارزش‌ها، رسوم و رفتاری دانست که اعضای جامعه به کار می‌بندند تا خود را با جهان خود و نیز با یکدیگر سازگار کنند. در این جریان یکی از مسائلی که به هویت فرهنگی برمی‌گردد، پاسخ به این پرسش است که ما کیستیم و

چگونه ما شدیم. هر گروه اجتماعی دارای تاریخ، ضوابط خویشاوندی، شیوه اقتصادی، مقررات، مناسک اعتقادی، زبان، ادبیات و هنر مختص به خود است که این خصوصیات، فرهنگ یک جامعه را از جوامع دیگر متمایز ساخته و معرف شناسنامه فرهنگی آن جامعه است (لیون، ۱۳۷۸: ۲۱). هویت فرهنگی احساس تعلق و همبستگی به جامعه و فرهنگ آن است؛ به گونه‌ای که در رفتار افراد تأثیر گذارد و این رفتار در مقابل هنجارها و ارزش‌های جامعه احساس تعهد و تکلیف کند و در امور مختلف آن مشارکت جوید. انتظارات جامعه را از خود پاسخ دهد و در مواقع بحرانی سرنوشت جامعه و غلبه بر بحران برای فرد مهم باشد. هویت فرهنگی حاکی از موجودیت معنوی جامعه و پویایی آن است و کوشش برای حفظ هویت فرهنگی، سعی در نگهداری و انتقال میراثی است که هر نسل از آن به عنوان سکوی پرش استفاده می‌کند (جوادی و یگانه، ۱۳۸۷: ۱۸۶)

در پژوهش حاضر هویت فرهنگی به عنوان پدیده‌ای جهان شمول برای همه عناصر اجتماعی، اقوام و ملل در نظر گرفته شده و تحت تأثیر فضای سایبری امروز بررسی می‌شود. این متغیر در قالب عواملی چون میزان علاقه و پایبندی به سنن و رسوم ملی، گرایش‌های و اعتقادات مذهبی، احساس تعلق خاطر به زبان، میراث فرهنگی و گذراندن اوقات فراغت مطابق با فرهنگ جامعه دسته‌بندی شده است که اکثر این عوامل را می‌توان در ظرف مصرف (چه مادی و چه معنوی) جای داد و آنها را می‌توان با توجه به فرایند جهانی شدن و گسترش فضاهای مجازی و تأثیر آنها را بررسی کرد. فضای سایبر در مقایسه با تعامل رو در رو فرصت‌های بسیاری را برای تعبیر، تفسیر، پندار و پنداشت‌های دو طرف تعامل فراهم می‌کند. شرکت در اجتماعات مجازی از فشارهای ناشی از وفق دادن خود با انتظارات گروهی در دنیای واقعی می‌کاهد و آزادی بیشتری را در جهت تحقق خود ایده‌آل و تعامل با دیگران به فرد می‌دهد (گودین، ۲۰۰۴: ۱۰۷). همچنین، می‌تواند به پایداری یا تغییر ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی کمک کند.

^۱ Cyber

آورده، هویت را در وضعیت تازه‌ای قرار می‌دهد که بسیار با گذشته متفاوت و حتی گاهی مغایر است. هویت در اجتماعات سایبری در مسیر فراملیتی شدن حرکت می‌کند. جامعه اطلاعاتی جدید مبین هویت بی‌ثبات، تغییرپذیر و منعطف انسان است. در این فضا دیگر نزدیک بودن افراد از لحاظ مکانی نشان‌دهنده صمیمیت آنها نیست و افراد در کشورهای مختلف می‌توانند با هم ارتباط داشته و احساس نزدیک بودن و هویت یکسان داشته باشند. در چنین فضاهایی معمولاً افراد حداقل در یک چیز اشتراک دارند و آن علائق و منافع است که آنها را دور هم جمع می‌کند. این منافع که همان دسترسی به اطلاعات است، هویت آنها را می‌سازد. هویتی که مدام در حال تغییر و ناپایدار است. هویت افراد در فضاهای سایبری "هویتی دیجیتال" است و سرزمین، زبان بومی و ملی، کشور، فرهنگ ملی و نژاد هویت افراد را در این اجتماعات تعیین نمی‌کند، بلکه منافع مقطعی، محدود و در حوزه موضوعات مختلف افراد را دور هم جمع کرده، هویت آنها را می‌سازد. لذا در چنین اجتماعات مجازی هویت فرهنگی و ملی افراد به شدت تهدید شده و همچنین، موجبات از هم پاشیدگی شبکه‌های سنتی روابط شده و هویت‌های جدا از جهان واقعی برای افراد ایجاد می‌کند (نوابخش و همکاران، ۱۳۸۴: ۱۴۶).

در جامعه امروز ایران شبکه‌های سایبری وضعیت جدیدی را برای کاربران فراهم کرده و مرزهای تازه‌ای را در شکل‌گیری خرده فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و هویت جوانان پدید آورده‌اند. گمنامی، سرعت ارتباطات و سیال بودن شبکه‌ها، پیامدهای گسترده‌ای را برای الگوهای ارتباطی جوانان داشته است. ارتباطات در فضای سایبری ضمن آنکه روابط غیر وابسته به زمان و مکان را تقویت کرده، به محملی برای جستجو و ارضای کنجکاوی‌های جوانان نیز تبدیل شده است (ذکایی، ۱۳۸۳: ۲-۳). دانشجویان در زمره بزرگترین طیف مخاطبان و فعالان در فضای سایبری به شمار می‌آیند. آنها در فضای دانشگاه به علت وجود امکانات برای استفاده از

لذا فضای سایبری و ابزارهای آن نمود بارز از دستاوردهای جهانی شدن هستند و تأثیر غیر قابل انکاری بر افکار، هویت و هنجارها و فرهنگ نسل جوان دارند که در پژوهش حاضر در قالب هویت فرهنگی به عنوان متغیر وابسته بررسی قرار می‌شوند.

بیان مسأله

ظهور شبکه‌های سایبری دگرگونی بنیادی را در ارتباطات انسانی ایجاد کرده است. کاستلز معتقد است از آنجا که انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباطات صورت می‌گیرد، حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود با ظهور تکنولوژی‌های جدید و رسانه‌های نو ظهور، دچار دگرگونی بنیادین می‌گردد (کاستلز ۱۳۸۰: ۳۴). بل معتقد است جهان مجازی و امکان برقراری ارتباطات همزمان و پیشمار، منشأ ظهور فرهنگ‌های آنی و به دنبال آن هویت‌های خلق‌الساعه شده است که در دوره محدودی شکل گرفته و با ظهور هویت‌های جدید به سرعت از بین می‌روند (صبوری خسروشاهی و آذرگون، ۱۳۹۲: ۳۵). ویژگی ارتباطات الکترونیکی در فضای سایبری شرایطی متفاوت با روابط رو در رو را برای کاربران فراهم می‌سازد. سرعت عمل، ناشناس بودن و .. فضای یکسان و مشابهی را فارغ از الزاماتی چون: جنسیت، طبقه، قوم، نژاد و مکان فراهم می‌کند که تجارب متفاوتی را برای کاربران ایجاد کرده است. تعاملاتی که در این فضا رخ می‌دهد، برای افراد ذهنیت و گرایش‌های جدیدی را ایجاد کرده که می‌تواند در رفتار و تعاملات آنها در دنیای حقیقی، تغییراتی هر چند جزئی ایجاد کند. ارتباطات سایبری می‌تواند انگیزه بیشتری را برای کاربران در بازی با هویت، رفتارهای آزمایشی و ارائه تصویری غیر واقعی فراهم سازد (نورمحمدی، ۱۳۸۸: ۲۳). مارک پاستر معتقد است در دوره جدید که اینترنت و شبکه‌های مجازی در جامعه سیطره دارد، داده‌ها و اطلاعات و اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می‌سازند؛ چرا که این رسانه‌ها تغییراتی را در برداشت‌های فرد به وجود

ارزش‌های خانوادگی-دینی و اجتماعی جوانان نشان داد. عباسی قادی (۱۳۸۶) به بررسی رابطه استفاده از اینترنت و هویت دینی کاربران پرداخته است. نتایج رابطه معناداری بین مدت استفاده کاربران از اینترنت، میزان استفاده، انگیزه و هدف کاربران، میزان مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از اینترنت، واقعی تلقی کردن محتوای سایت‌های اینترنتی و ویژگی‌های فردی، اجتماعی کاربران با هویت دینی نشان داد، ولی بین نوع استفاده کاربران از اینترنت و هویت دینی آنها رابطه معناداری مشاهده نشد.

رفعت‌جاه و شکوری (۱۳۸۷) تأثیر اینترنت بر برخی از ابعاد هویت، از جمله هویت دینی، قومی، خانوادگی و شخصی را در دو گروه از دختران در شهر سنندج بررسی کردند. نتایج نشان داد هویت دینی، قومی، خانوادگی و شخصی افرادی که از اینترنت استفاده می‌کردند، نسبت به کسانی که از اینترنت استفاده نمی‌کردند، از قوت کمتری برخوردار است و استفاده از اینترنت بر ابعاد مختلف هویت افرادی که از اینترنت استفاده کرده بودند، تأثیر داشته است. لانگ و همکاران (۲۰۰۷) در بررسی خود با عنوان «تأثیر اینترنت بر رشد خود هویتی جوانان» به تأثیرات اینترنت در شکل‌گیری هویت فردی نوجوانان چینی پرداخته‌اند. نتایج نشان داده است که کاربرد اینترنت نه تنها بر چهار بعد از رشد هویت تأثیر گذاشته، بلکه شیوه‌های جدیدی از درک صورت‌بندی شده هویت نیز در میان آنان مشاهده شده است. جلیلی فیروزآبادی (۱۳۸۵) به بررسی بازنمایی هویت دینی در فضای مجازی پرداخته است. نتایج نشان داده است که ضعف یا قوت عملکرد نهادهای دینی در فضای واقعی، در میزان گرایش جوانان به استفاده از فضای مجازی تأثیرگذار است. از آنجا که در فضای مجازی ساخت ارتباطات دینی بیشتر اقناعی و الگوی ارتباطی‌گزینشی است، حذف حضور فیزیکی سبب می‌شود ارتباط دینی از ارتباطی عمودی به ارتباطی افقی تبدیل شود و بدین ترتیب، ساخت ارتباطات سنتی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. گدازگر و موسوی‌پور (۱۳۸۳) نیز تأثیرات

اینترنت با فضای سایبری آشنا شده، این فضا جهت‌گیری‌های شناختی، عاطفی، فرهنگی و عملی آنها را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد که نتیجه و پیامد آن تأثیر روی تمام جوانب زندگی از جمله هویت افراد است. چنین فضایی موجب شده است تا در اوضاع کنونی پرداختن به موضوع هویت فرهنگی دانشجویان کاربر فضاهای سایبری به موضوعی در خور توجه مبدل شود. در ارتباط با نقش شبکه‌های سایبری در حوزه‌های گوناگون، از جمله فرهنگ تحقیقات بسیار اندکی انجام شده است. با مرور تحقیقات انجام شده با استفاده از ابزارهای جستجوی دیجیتال و منابع چاپی، مشخص شد که در حیطه نقش شبکه‌های سایبری بر هویت فرهنگی تحقیقات منسجم و کاربردی تا کنون انجام نشده است و از این جهت، پژوهش حاضر کاری نو و تازه است، ولی در برخی از پژوهش‌ها به بررسی تأثیر و نقش رسانه‌های نوظهور در فضاهای مجازی بر جنبه‌های مختلف زندگی پرداخته شده است. تأثیر تجربه فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی در سه سطح خانواده، گروهی همسالان و جامعه توسط بهزاد دوران (۱۳۸۲) بررسی شده است. نتایج این پژوهش رابطه معناداری میان فضای سایبرنتیک و هر یک از سه سطح هویت اجتماعی (هویت خانوادگی، همسالان و هویت ملی) پاسخگویان را مشخص ساخت و نشان داد که استفاده از فضای سایبری بر هویت اجتماعی پاسخ‌دهندگان تأثیری نداشته است. آذین و پیرمحمدی (۱۳۸۸) نقش رسانه‌های نوین با تأکید بر ماهواره و اینترنت بر هویت فرهنگی دانشجویان را بررسی کرده‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد که رابطه معناداری بین هویت فرهنگی و استفاده از رسانه‌های نوین با متغیرهای جنس، وضعیت اجتماعی، اقتصادی، انگیزه استفاده از رسانه و میزان پایبندی به موازین اسلامی وجود دارد. نوابخش، هاشم‌زاده و ثم‌پور (۱۳۸۰) در پژوهشی به بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان ۱۵-۲۹ ساله استان مازندران انجام دادند. نتایج رابطه معناداری را بین گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر هویت فردی-گروهی و تغییر

بین انگیزه استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی دانشجویان رابطه وجود دارد.

بین اهداف استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی دانشجویان رابطه وجود دارد.

بین متغیرهای (سن، جنس، مقطع تحصیلی) استفاده‌کنندگان شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی دانشجویان رابطه وجود دارد.

چارچوب نظری پژوهش

نظریات متعددی در رابطه با آثار و نقش رسانه‌ها و پیامدهای فردی و اجتماعی آنها بیان شده است. در یک جمع‌بندی می‌توان این نظریات را بر مبنای تأثیری که فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، خصوصاً شبکه‌های سایبری بر افراد جامعه می‌گذارند، به دو دسته نظریات تقسیم کرد. رویکردهای تکنولوژیک که نقش فناوری‌ها را در روابط و تبعات اجتماعی آن تعیین‌کننده می‌دانند و آنها را شکل‌دهنده روابط اجتماعی و صورت‌های تحول آن می‌دانند و نظریه‌های تعاملی و ارتباطی که انسان را به عنوان عامل فعالی در فرایند ارتباطی ارزیابی کرده، جایگاه خاصی برای آن قائل می‌شوند (آذین، ۱۳۸۷: ۱۵۶). در زمره این نظریات می‌توان به نظریه دهکده جهانی اشاره کرد که بیان‌کننده این نکته است که در پرتو فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، انسان‌ها به یکدیگر نزدیک شده، در قالب یک اجتماع جهانی موجودیت یافته و مسأله فاصله‌ها و مساحت‌ها از بین می‌رود و باعث از دست رفتن هویت فرهنگی جوامع می‌شود. در توصیف این نظریه مک‌لوهان معتقد است در پرتو مسایل ارتباطی الکترونیکی جهت کار و زندگی اجتماعی دگرگون می‌شوند، جوامع و ملت‌ها به هم نزدیک می‌گردند و در نهایت دهکده‌ای به پهنای کره زمین پدید می‌آید. او در تحولات آینده زندگی بشری برای وسایل الکترونیک در زمینه‌های مختلف صنعتی، آموزشی و فرهنگی نقش تعیین‌کننده‌ای قائل است. او بحران‌های دانشگاهی موجود جهان را ناشی از عدم

اینترنت بر نسبی‌نگری هنجاری و جهان‌نگری دانشجویان دانشگاه تبریز را بررسی کردند. نتایج نشان داد که بین کاربران اینترنتی و غیراینترنتی اختلاف معناداری در مورد نسبی‌نگری هنجاری تفاوت وجود دارد و کاربران اینترنتی نسبی‌نگرتر بودند. در پژوهش احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹) تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان بررسی شده است. نتایج نشان داد که هویت دینی کاربران در تعامل با فضای سایبر تضعیف می‌شود و با افزایش میزان مصرف و دسترسی به اینترنت از برجستگی هویت دینی دانشجویان کاسته می‌شود. ابراهیم‌آبادی (۱۳۸۸) به بررسی الگوی استفاده از اینترنت و محیط یادگیری، بافت فرهنگی و اجتماعی پرداخته است. نتایج پژوهش وی نشان داد که استفاده بیش از اندازه و غیرمعمول از اینترنت با یادگیری و پیشرفت تحصیلی رابطه معکوس دارد. همچنین، کاهش زمان استفاده فراغتی و افزایش استفاده علمی از شبکه‌های اینترنتی، بیش از آنکه به علاقه یا بی‌علاقگی افراد مرتبط باشد، با جو و زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی زندگی، نحوه و میزان حضور یادگیرندگان در شبکه و محتوا و کیفیت یادگیری فضای مجازی ارتباط دارد.

لذا با توجه به نتایج تحقیقات انجام شده و نقش محوری شبکه‌های سایبری در ایجاد تغییرات هویتی، بویژه هویت فرهنگی در جوانان، مسأله اصلی در پژوهش حاضر آن است که به بررسی رابطه بین استفاده از فضای سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه اصفهان پردازد. همچنین، رابطه بین انگیزه‌ها و اهداف استفاده از شبکه‌های سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان نیز بررسی می‌شود.

فرضیات تحقیق

پژوهش حاضر در تلاش برای پاسخگویی به فرضیات زیر است:

بین میزان استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی دانشجویان رابطه وجود دارد.

این اساس، تعامل مردم با رسانه‌ها اغلب می‌تواند از راه کاربرد و استفاده‌هایی که از رسانه‌ها می‌برند یا خشنودی و لذتی که به دست می‌آورند، توضیح داده شود. بر اساس این نظریه، شبکه‌های اجتماعی سایبری نیازهای متنوع جوانان را مرتفع ساخته و کاربران بر اساس نیاز خود به عضویت یکی از شبکه در آمده، فعالانه از آن بهره می‌گیرند. از این رو، رویکرد استفاده-التذاذ می‌تواند تبیین‌کننده کنش‌های کاربران در بستر تعاملات شبکه‌ای باشد و با رفع محدودیت‌های زمانی و مکانی، افراد را در اقصی نقاط جهان به یکدیگر نزدیک کرده و با کمرنگ ساختن وابستگی‌های قومی، نژادی بین آنها، مفهوم دهکده جهانی را متحقق ساخته است. لذا با توجه به ماهیت این دو نظریه که به بررسی آثار رسانه‌ها بر جنبه‌های مختلف جامعه، از جمله ابعاد هویت خصوصاً هویت فرهنگی می‌پردازند، در پژوهش حاضر از نظریه استفاده-التذاذ و دهکده جهانی به عنوان چارچوب نظری استفاده شد.

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق در این پژوهش توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری کلیه دانشجویان دانشگاه اصفهان مشغول به تحصیل در سال ۹۱-۹۰ بودند که از بین آن‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی تعداد ۲۰۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند؛ بدین ترتیب که ابتدا کل دانشجویان دانشگاه اصفهان در سه دانشکده مهندسی، علوم انسانی و پایه تقسیم شده و از بین هر کدام از دانشکده‌ها به صورت تصادفی افرادی برای پاسخگویی به سؤال‌های پرسشنامه انتخاب شدند. در مجموع ۲۰۰ نفر از بین سه دانشکده به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند.

ابزار پژوهش استفاده از پرسشنامه محقق ساخته مشتمل بر سه بخش بود که بخش اول اطلاعات دموگرافیک، بخش دوم مربوط به انگیزه، اهداف و میزان استفاده از شبکه‌های سایبری و بخش سوم سؤال‌هایی در خصوص هویت فرهنگی بوده است که در بین دانشجویان سه دانشکده ذکر شده، به

انطباق نظام آموزشی با شرایط ارتباط الکترونیکی می‌داند و در این زمینه توصیه می‌کند که برای تأمین نیازمندی‌های جوامع کنونی، لازم است در روش‌ها و برنامه‌های آموزشی تجدید نظر گردد (دادگران، ۱۳۷۷: ۹۶-۹۷).

همچنین، نظریه استفاده-التذاذ آثار فردی رسانه‌ها را مد نظر قرار می‌دهد و بر میزان استفاده از آنها برای رفع نیازهایشان تأثیر می‌گذارد (روبین و پارکر، ۲۰۰۲). نظریه استفاده-التذاذ به بررسی چگونگی جذب مخاطب از طریق انواع رسانه و محتوایی که نیاز افراد را برآورده می‌سازد، می‌پردازد. این رویکرد مخاطبان را به جای افرادی منفعل و تحت تأثیر رسانه، افرادی فعال می‌داند که از مفهوم و محتوای رسانه استفاده می‌کنند و مخاطب تا حد زیادی مسؤول انتخاب رسانه برای رفع نیاز است، احتیاجاتش را می‌شناسد و می‌داند آنها را چگونه برآورده کند. رسانه‌ها تنها راه رفع نیازهای فردی محسوب می‌شوند و افراد ممکن است نیازهای خود را از طریق رسانه‌ها یا روش دیگری رفع کنند (آدین، ۱۳۸۷: ۱۵۹).

این نظریه در خصوص انواع مختلف رسانه‌ها و محتواهای رسانه‌ای به کار گرفته شده و در سال‌های اخیر برای استفاده از اینترنت (گران، ۲۰۰۵؛ روبین، ۲۰۰۲؛ راگریو، ۲۰۰۰)، تلفن همراه (گران و دونا، ۲۰۰۷)، وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز استفاده شده است (هامیلتون، ۲۰۰۳؛ کیا، ۲۰۰۵). رابین (۲۰۰۰) معتقد است که ظهور رسانه‌های جدید، به خصوص اینترنت و فضاها مجازی به علت ماهیت تعاملی، نظریه استفاده-التذاذ را به روز کرده و جان تازه‌ای به آن بخشیده است (راگریو، ۲۰۰۰) بیان می‌کند در بستر اینترنت مفاهیمی مانند فعالیت و تعامل، ماهیت مخاطبان برخط و ناهمزمانی نیازمند بازشناسی است. به طور خاص شبکه‌های اجتماعی مجازی با ویژگی‌های خود شکل تازه‌ای از رسانه را بنا نهاده‌اند که قابل بررسی با استفاده از نظریه استفاده-التذاذ است. این رویکرد بر این فرضیه‌ها که افراد فعالانه در جست و جو و انتخاب رسانه‌اند، استفاده از رسانه‌ها هدف بوده و گستره متنوعی از نیازها را برطرف می‌سازد، استوار است. بر

spss آلفای کرونباخ کلی آن ۰/۸۹ محاسبه شد. داده‌های جمع‌آوری شده به وسیله نرم‌افزار spss 18 در دو سطح توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل شد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

جدول ۱- حجم نمونه به تفکیک سن، جنس، رشته تحصیلی

جنس	فراوانی	درصد
دختر	۱۰۰	۵۰٪
پسر	۱۰۰	۵۰٪
سن	فراوانی	درصد
۱۸-۲۳	۱۲۰	۶۰٪
۲۴-۲۹	۶۰	۳۰٪
۳۰ به بالا	۲۰	۱۰٪
رشته تحصیلی	فراوانی	درصد
علوم انسانی	۷۰	۳۵٪
فنی مهندسی	۶۵	۳۲/۵٪
پایه	۶۵	۳۲/۵٪

جدول ۱ اطلاعات دموگرافیک گروه نمونه (سن، جنس و رشته تحصیلی) را نشان می‌دهد.

جدول ۲- میزان استفاده از شبکه‌های سایبری توسط دانشجویان در هفته

میزان استفاده	فراوانی	درصد
کمتر از ۱ ساعت	۶۲	۳۱٪
بین ۱ تا ۲ ساعت	۶۷	۳۳/۵٪
بین ۲ تا ۴ ساعت	۳۷	۱۸/۵٪
بیشتر از ۴ ساعت	۳۴	۱۷٪

اطلاعات جدول ۲ نشان می‌دهد که بیشترین استفاده دانشجویان از شبکه‌های سایبری بین ۱ تا ۲ ساعت در هفته بوده است.

صورت تصادفی توزیع شد و توضیحاتی در مورد نحوه پاسخگویی به سؤال‌های پرسشنامه به صورت شفاهی به پاسخ‌دهندگان قبل از پاسخگویی داده شد.

سؤال‌های بخش دوم پرسشنامه که مربوط به استفاده از فضای سایبری در بین دانشجویان بود، با توجه به دو نظریه دهکده جهانی و استفاده - التداد به عنوان چارچوب نظری پژوهش و با پیروی از مطالعات تجربی میتوس و اسپرام (۲۰۰۳)، مراهان و اسپامچر (۲۰۰۳)، منتظرقائم (۱۳۷۸)، ذکایی و خطیبی (۱۳۸۵)، دوران (۱۳۸۰)، با مجموعه‌ای از شاخص‌ها و مؤلفه‌های مرتبط به هم در سه بعد اهداف، میزان و انگیزه استفاده از شبکه‌های سایبری عملیاتی و اندازه‌گیری شد. در مؤلفه میزان استفاده، شاخص‌هایی چون طول مدت استفاده از شبکه‌های مجازی در شبانه روز، سهولت دسترسی به اینترنت، سرعت اینترنت، میزان مهارت در استفاده از اینترنت، (۴ سؤال) در مؤلفه اهداف استفاده از شبکه‌های سایبری، شاخص‌هایی چون اهداف آموزشی - پژوهشی، ارتباطی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، فردی، روحی - روانی و ابزارهای مورد استفاده در جهت تحقق اهداف فوق (۱۵ سؤال) و در بعد انگیزه میزان نگرش افراد برای استفاده از شبکه‌های سایبری (۵ سؤال) و با طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (از خیلی موافق تا خیلی مخالف) استفاده شد. قسمت سوم پرسشنامه، شاخص‌هایی چون میزان علاقه و پایبندی به سنن و رسوم ملی، گرایش‌ها و اعتقادات مذهبی، احساس تعلق خاطر به زبان، میراث فرهنگی و گذراندن اوقات فراغت مطابق با فرهنگ جامعه که مربوط به ابعاد و مؤلفه‌های هویت فرهنگی است با ۱۵ سؤال طراحی شد. به منظور بررسی روایی پرسشنامه از روایی صوری محتوایی استفاده شد و پرسشنامه اولیه در اختیار ۱۰ نفر از اساتید متخصص در حیطه موضوع مورد پژوهش قرار گرفت و نظرات اصلاحی آنها اعمال شد.

به منظور بررسی پایایی، پرسشنامه بر روی نمونه ۳۰ نفری غیر از افراد گروه نمونه اجرا شد و با استفاده از نرم‌افزار

جدول ۳- اهداف استفاده از شبکه‌های سایبری توسط دانشجویان

اهداف	اجتماعی	فرهنگی	علمی-پژوهشی	سیاسی	مذهبی	ارتباطی	فردی	روحی- روانی
فراوانی	۴۶	۳۰	۱۰	۱۰	۱۵	۴۴	۳۵	۱۲
درصد	۰/۲۳	۰/۱۵	۰/۵	۰/۵	۰/۷۵	۰/۲۲	۰/۱۷۵	۰/۵

اطلاعات جدول ۳ نشان می‌دهد که بیشترین اهداف استفاده دانشجویان از شبکه‌های سایبری به ترتیب اهداف اجتماعی، ارتباطی، فردی و فرهنگی بوده است.

جدول ۴- آزمون معناداری استفاده از شبکه‌های سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان

متغیر	متغیر	ضریب همبستگی	سطح معناداری	تعداد
استفاده از شبکه‌های سایبری	هویت فرهنگی	۰/۱۲۵	۰/۰۸	۲۰۰

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که با توجه به سطح معنادار ۰/۰۸ بین استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی رابطه وجود دارد و استفاده از شبکه‌های سایبری با هویت فرهنگی دانشجویان رابطه معناداری دارد.

جدول ۵- آزمون معناداری انگیزه استفاده از شبکه‌های سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان

متغیر	متغیر	ضریب همبستگی	سطح معناداری	تعداد
انگیزه استفاده از شبکه‌های سایبری	هویت فرهنگی	۰/۱۲۸	۰/۰۰۰	۲۰۰

جدول ۵ نشان می‌دهد که با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ بین انگیزه استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۶- آزمون معناداری اهداف استفاده از شبکه‌های سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان

متغیر	متغیر	ضریب همبستگی	سطح معناداری	تعداد
اهداف استفاده از شبکه‌های سایبری	هویت فرهنگی	۰/۴۵۸	۰/۰۲	۲۰۰

جدول ۶ نشان می‌دهد که با توجه به سطح معناداری ۰/۰۲ تبیین اهداف استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد. اهداف مورد بررسی در پژوهش فوق اجتماعی، فرهنگی، علمی، پژوهشی، سیاسی، مذهبی، ارتباطی فردی و روحی- روانی بوده که اطلاعات آن در بخش اول آمده است.

جدول ۷- تحلیل واریانس چند راهه نمره‌های استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی براساس متغیرهای جنس، سن و مقطع تحصیلی

منبع	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
جنس	۰/۲۴۸	۱	۰/۲۴۸	۰/۴۵۱	۰/۰۰۲
مقطع تحصیلی	۱۲/۱۷۳	۲	۴/۰۵۸	۷/۳۸۳	۰/۰۰۱
سن	۱۰/۵۲۳	۲	۲/۱۰۵	۳/۸۲۹	۰/۰۰۲

است. آزمون‌های تعقیبی در جدول ۸ و ۹ متفاوت بین گروه‌ها را مشخص می‌کند.

نتایج مشاهده شده در جدول ۷ نشان می‌دهد که نمره‌های میزان استفاده دانشجویان از شبکه‌های سایبری بر حسب متغیرهای جنس، سن و مقطع تحصیلی معنی‌دار بوده

جدول ۸- آزمون زوجی استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی دانشجویان بر حسب مقطع تحصیلی

مقطع تحصیلی	مقطع	تفاوت میانگین	سطح معناداری
کارشناسی	(۲/۳۸۹)	-۰/۳۴	۰/۰۰۶
دکتری	۲/۷۲۹		
کارشناسی ارشد	۲/۳۳۷	-۰/۳۹۲	۰/۰۰۱
دکتری	(۲/۷۲۹)		

با دانشجویان دکتری و کارشناسی ارشد تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

نتایج جدول ۸ نشان می‌دهد که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت فرهنگی دانشجویان کارشناسی و دکتری

جدول ۹- آزمون زوجی استفاده میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت فرهنگی بر حسب سن

سن	سن	تفاوت میانگین	سطح معناداری
۱۸-۲۳	(۲۰/۴۹)	-۰/۴۶۵	۰/۰۰۴
۲۴-۲۹	(۲/۵۱۳)		
۸-۲۳	(۰/۴۶۸)	-۰/۷۸۴	۰/۰۰۱
۳۰ به بالا	(۲/۸۳۲)		

این شرایط که ابعاد هویت تحت تأثیر عوامل یاد شده، دستخوش تغییرات وسیع و سریع می‌شود، پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش استفاده از شبکه‌های سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان انجام گرفت. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل توصیفی نشان داد متوسط استفاده دانشجویان از فضاهای سایبری بین ۱ تا ۲ ساعت در هفته است. در بررسی هدف استفاده از شبکه‌های سایبری، اهداف اجتماعی، ارتباطی، فردی و فرهنگی از سوی دانشجویان بیشترین درصد را به خود اختصاص داده بود. در تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌ها مشخص شد که بین میزان استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد که با نتایج تحقیقات آذین و پیرمحمدی (۱۳۸۸) نوابخش هاشم‌زاده و زاده ثم‌پور (۱۳۸۰)، رفعت‌جاه و شکوری (۱۳۸۷)، عباسی

نتایج جدول ۹ نشان می‌دهد که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت فرهنگی دانشجویان با سن ۱۸-۲۳ سال و سنین ۳۰ به بالا تفاوت معنی‌داری وجود دارد و سن دانشجویان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت فرهنگی رابطه وجود دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از زمینه‌های تأثیرپذیر از فضاهای سایبری، تحول در معنا و مفهوم هویت از یک‌سو و هویت فرهنگی جوانان از سوی دیگر است؛ به گونه‌ای که در زمان حاضر هویت معنا و مفهوم گذشته خود را از دست داده است و دامنه تغییرات هویتی در نسل‌های جدید به اندازه‌ای است که در برخی موارد چالش‌ها و بحران‌های هویتی در نسل‌های جدید پدید آورده است. در

فیروزآبادی (۱۳۸۵) همسویی دارد. در رابطه استفاده از فضای سایبری و هویت فرهنگی با استفاده از متغیرهای دموگرافیک (سن، جنس و مقطع تحصیلی) نیز رابطه معناداری مشاهده شد که با نتایج تحقیق آذین و پیرمحمدی (۱۳۸۸) و عباسی قادی (۱۳۸۶) همسویی دارد.

با آمدن شبکه‌های سایبری، شکل جدیدی از زندگی در فضای مجازی شکل گرفت و روابط میان افراد با شکل سنتی آن تفاوت کرد و تأثیر غیرقابل انکاری بر روابط اجتماعی افراد برجای گذاشت. این شبکه‌ها یکی از پرطرفدارترین رسانه‌ها هستند که مخاطبان بسیاری به خصوص از قشر جوان دارند. ویژگی‌های تعاملی و ایجاد بستر برای ایجاد روابط اجتماعی از دلایل مورد استقبال واقع شدن شبکه‌های سایبری است. افراد در فضای سایبری می‌توانند هویتی کاملاً دلخواه داشته باشند و بر پایه همان هویت دلخواه، ارتباط مجازی خود را با دیگران گسترش دهند. امروزه تغییرات فرهنگی موجب شده که مردم ترجیح دهند در عین تنهایی، ارتباطات گسترده‌ای هم با جهان پیرامون خود داشته باشند که شبکه‌های اجتماعی این خواسته را فراهم کرده است (امیر بارانی، ۱۳۹۱).

ویژگی‌های ارتباطات الکترونیکی در فضای سایبری شرایطی متفاوت با روابط رو در رو را برای کاربران فراهم کرده است. سرعت عمل، ناشناس ماندن و... فضای یکسان و مشابهی را فارغ از الزاماتی، چون: جنسیت، طبقه، قوم، نژاد و مکان فراهم و تجارب متفاوتی را برای کاربران ایجاد کرده است. تعاملاتی که در این فضا اتفاق می‌افتد، کاربران را با ذهنیت و گرایش جدیدی مواجه کرده و می‌تواند رفتار و تعاملات آنها را در دنیای حقیقی تغییراتی هر چند جزئی بدهد. فضاهای سایبری می‌تواند انگیزه بیشتری را برای کاربران در بازی با هویت، رفتارهای آزمایشی و ارائه تصویری غیر واقعی فراهم سازد (مرتضی نورمحمدی، ۱۳۸۳). چنین فضایی در عین داشتن تهدیدها و محدودیت‌ها، فرصت‌ها و قابلیت‌های زیادی را به همراه دارد. لذا پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزان و مدیران نیازهای جوانان را به خوبی

قادی (۱۳۸۶) ابراهیم‌آبادی (۱۳۸۸)، احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹) و لانگ (۲۰۰۷) همسویی داشته، ولی با نتیجه تحقیق دوران (۱۳۸۲) همسویی نداشته است که این نتیجه را می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که امروزه با آمدن شبکه‌های سایبری، شکل جدیدی از زندگی در فضای مجازی پدید آمده و روابط میان افراد با شکل سنتی آن تفاوت کرده و تأثیر غیرقابل انکاری بر روابط اجتماعی افراد برجای گذاشته است. این شبکه‌ها یکی از پرطرفدارترین رسانه‌ها هستند که مخاطبان بسیاری به خصوص از قشر جوان دارند. ویژگی‌های تعاملی و ایجاد بستر برای ایجاد روابط اجتماعی از دلایل مورد استقبال واقع شدن شبکه‌های سایبری است. افراد در فضای سایبری می‌توانند هویتی کاملاً دلخواه داشته باشند و بر پایه همان هویت دلخواه ارتباط مجازی خود را با دیگران گسترش دهند. امروزه تغییرات فرهنگی موجب شده که مردم ترجیح دهند در عین تنهایی، ارتباطات گسترده‌ای هم با جهان پیرامون خود داشته باشند که شبکه‌های اجتماعی این خواسته را فراهم کرده است (امیر بارانی، ۱۳۹۱). یافته دیگر پژوهش نشان داد که بین اهداف استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی دانشجویان نیز رابطه معناداری وجود دارد که این نتیجه با تحقیقات آذین و پیرمحمدی (۱۳۸۸)، عباسی قادی (۱۳۸۶) همسویی داشت، ولی با نتایج تحقیق ابراهیم‌آبادی (۱۳۸۸) همسویی نداشت. همان‌طور که ذکر شد، شبکه‌های سایبری با سرویس‌ها و خدمات مختلفی که در اختیار کاربران خود قرار می‌دهند، موجب تأثیرگذاری بیشتر روی زندگی آنها و جامعه و رفتارهای اجتماعی می‌شوند؛ بدین معنی که امروزه با حضور در شبکه‌های سایبری امکان بهره‌گیری از اطلاعات در کمترین زمان ممکن، و با اهداف متعددی چون برقراری ارتباط گفتاری، نوشتاری و دیداری با هزینه‌ای نسبتاً کم فراهم آمده است (آذین، ۱۳۸۸: ۱۵۵). نتایج همچنین نشان داد که بین انگیزه استفاده از شبکه‌های سایبری و هویت فرهنگی نیز رابطه معناداری وجود دارد که با نتایج تحقیقات گدازگر و موسوی‌پور (۱۳۸۳)، ابراهیم‌آبادی (۱۳۸۸) و جلیلی

دوران، بهزاد. (۱۳۸۰). تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی، پایان‌نامه دکتری دانشگاه تربیت مدرس.

ذکایی، محمد سعید. (۱۳۸۳). «جوانان و فراغت مجازی»، فصلنامه مطالعات جوانان، ش ۶، ص ۱۸.

ذکایی، محمد سعید؛ فاخره، خطیبی. (۱۳۸۴). «رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی»، فصلنامه علوم اجتماعی، ش ۳۳، ص ۲۳-۲۵.

رفعت‌جاه، مریم؛ شکوری، علی. (۱۳۸۷). «اینترنت و هویت اجتماعی»، مجله جهانی رسانه، ش ۵، ص ۲۰.

صبوری خسروشاهی، حبیب؛ آذگون، نسرین. (۱۳۹۲). «فضای مجازی و هویت جهانی»، فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن، ش ۴، ص ۱-۲۸.

عباسی‌قادی، مجتبی. (۱۳۸۶). بررسی رابطه استفاده از اینترنت و هویت دینی کاربران، طرح پژوهش دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). جامعه شبکه‌ای و عصر اطلاعات، ترجمه: احد عقیلیان و افشین خاکباز، جلد اول، انتشارات طرح نو.

گدازگر، حسین؛ موسوی‌پور، علیمراد. (۱۳۸۳). «بررسی تأثیرات اینترنت بر نسبی‌نگری هنجاری و جهانی‌نگری دانشجویان دانشگاه تبریز»، مجله علوم تربیتی دانشگاه فردوسی مشهد، ش ۳، ص ۱.

گرگی، علی. (۱۳۸۵). «اینترنت و هویت»، فصلنامه مطالعات علمی، ش ۷، ص ۲۵.

منتظر قائم، مهدی؛ عبدالعزیز، تاتار. (۱۳۸۴). «اینترنت، سرمایه اجتماعی و گروه‌های خاموش»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ش ۱، ص ۸.

نوابخش، مهرداد؛ هاشم‌زاده، فاطمه؛ زادتم‌پور، وحید. (۱۳۸۴). «بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان (۱۵-۲۹) ساله استان مازندران»، مجله تخصصی جامعه‌شناسی، ش ۱، صص ۱۴۵-۱۷۰.

شناسایی کرده و با مدیریت مناسب این فضا و تولید محتوای مناسب و سالم در قالب‌های جذاب و متناسب با نیاز جوانان در شبکه‌های مجازی برآیند. همچنین، باید با ایجاد بستر فرهنگی مناسب زمینه‌های استفاده صحیح جوانان از شبکه‌های سایبری در جهت اهداف والاتری ایجاد شود.

منابع

ابراهیم آبادی، حسین. (۱۳۸۸). «الگوی استفاده از اینترنت، محیط یادگیری و بافت فرهنگی و اجتماعی»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ش ۵۵، ص ۲-۹.

احمدپور، مریم؛ قادرزاده، امید. (۱۳۸۹). «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان (تحلیلی درباره نتایج یک پیمایش در دانشگاه کردستان)»، فصلنامه علمی - تخصصی پژوهش - جوانان - فرهنگ و جامعه، ش ۵، ص ۷۵-۷۹.

آذین، احمد؛ پیرمحمدی، کبری. (۱۳۸۷). «بررسی نقش رسانه‌های نوین با تأکید بر ماهواره و اینترنت بر هویت فرهنگی دانشجویان»، پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، ش ۲، ص ۱۳۹-۱۵۷.

بارانی، امیر. (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی یا شبکه هویت‌های جعلی، ویلاگ جوخه اندیشه‌ها. [http:// www.jangandisheha.blogfa.com/post/35](http://www.jangandisheha.blogfa.com/post/35)

جلیلی فیروزآبادی، شقایق. (۱۳۸۵). بازنمایی هویت دینی در فضای مجازی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی علامه طباطبایی.

جوادی یگانه، محمدرضا؛ عزیزی، جلیل. (۱۳۸۷). «هویت فرهنگی و اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز با توجه به عامل رسانه»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ش ۱-۳، ص ۱۸۶.

خانیکی، هادی. (۱۳۸۱). «رسانه‌ها و هویت دستخوش تغییر جوانان»، فصلنامه رسانه، ش ۱۳، ص ۵.

دادگران، محمد. (۱۳۷۷). مبانی ارتباطات جمعی، تهران: نشر فیروزه.

نورمحمدی، مرتضی. (۱۳۸۳). چالش‌های فرهنگی و هویت در

فضای مجازی سایت راسخون

<http://www.rasekhoon.net/Article/Print49193.aspx>

- Berzonsky, M. D (2003) "Identity Style and Well-Being: Dose Commitment Matter? Identity". *An International Journal of Theory and Research*. 3 (1). 131 ° 142.
- Hekman, S. (1999) "Identity Crises. Identity Politician Beyond: Critical Review". *Interactional Social and Political Philosophy*, 2, (3)-26.
- Helsper, E. J. (2010) "Gendered Internet Use Across Generations and Life Stages". *Communication Research*, 37(3), PP. 352-374.
- Keya, B.K. (2005) "It s A Blog World: Users and Uses of Weblog". *Atlantic Journal of Communication*, 13(20), pp. 54-56.
- Irving, C. J. and English, L. M. (2010) "Community in Cyberspace: Gender, Social Movement Learning, and the Internet". *Adult Education Quarterly*, 2, (1), PP. 1-17
- Lyon, D. (1999) *Postmodernist*, Open University Press. pp.94-98.
- Grant, I.C. (2005) "Young People. Relationship with Online Marketing Practice: An Instruction too far?" *Journal of Marketing*, 21(5), p.56.
- Grant, I.C. O'Donohoe, Y. (2007) "Why Young Consumers Are Not Open to Mobile Marketing Communication", *International Journal of Advertising*, 26(2), pp.12-23.
- Hamilton, A. (2003) *Best of the War Blogs*, New York time 161,91.
- Long, et al. (2007) "Impact of Internet on Adolescent Self-Identity Development", *China Media Research*, 3(1), 45-47.
- Matthews, D. Schrum, I. (2003) "High-Speed Internet Use and Academic Gratifications in College Residence", *Internet and Higher Education Journal*, 6(3), p53.
- Morahan, J. Schumacher, P. (2003) "Loneliness and Social of the Internet", *Computers in Human Behavior*, USA 19, pp.64.
- Rubin, A. M. Parker, B. (2002) "The Uses and Gratifications perspective of Media Effect". *American Business Review*, 18(2), pp.23-26.
- Ruggiero, T.E. (2000) "Uses and Gratifications Theory in the 21 st Century". *Mass Communication and Society*, 3(1),pp32-37.
- Saha, T.K. (2009) "War on Word in Cyberspace Legal Constraints and Conflicts between Rights of Privacy and Freedom of Speech", *Journal of Intellectual Property Rights* .14(1)45.