

## نقش فناوری‌های نوین ارتباطی در ازخودبیگانگی فرهنگی؛ پژوهشی میان دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی و دانشگاه تهران سال ۱۳۹۹

رامین محرابیان<sup>۱</sup>، سید رضا نقیب السادات<sup>۲</sup>، سپیده پالیزدار<sup>۳</sup>

دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۰۸، پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۰۱

Doi: 10.22034/rcc.2024.2008120.1068

### چکیده

امروزه توسعه فناوری‌های نوین ارتباطی و توجه کاربران به استفاده از این فناوری‌ها به دلیل طبیعت غیر بومی بودن این تکنولوژی‌های جدید، نوعی رسوخ فرهنگ‌های بیگانه را که در برخی موارد تضاد ماهوی با فرهنگ بومی کاربران دارد را شاهد هستیم. این رویارویی فرهنگ به‌مرورزمان در کاربران فعال در این فضا نوعی تغییر در نگرش و در ادامه در رفتار آنان ایجاد می‌کند و به نوعی از فرهنگ بومی خود فاصله می‌گیرند، ازخودبیگانگی فرهنگی زمینه‌ساز پذیرش عناصر فرهنگ بیگانه و نادیده انگاشتن عناصر فرهنگ بومی است؛ لذا در پژوهش حاضر به موضوع «نقش فناوری‌های نوین ارتباطی در ازخودبیگانگی فرهنگی دانشجویان» پرداخته شده است. این پژوهش با روش پیمایشی و تکنیک پرسشنامه اجرا شده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان دانشکده‌های ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی (ره) و تهران در سال ۱۳۹۹ است. با توجه به بالا بودن جامعه آماری بر اساس فرمول کوکران تعداد ۲۶۹ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. جهت سنجش پایایی ابزار پژوهش از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده که مقدار محاسبه شده ۰/۹۱ است. فرضیه اصلی تحقیق شامل نقش داشتن آشنایی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی در ازخودبیگانگی فرهنگی دانشجویان است؛ نتایج به‌دست‌آمده فرضیه اصلی را تأیید می‌کند و حاکی از آن است که بین آشنایی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی در ازخودبیگانگی فرهنگی دانشجویان رابطه وجود دارد. در فرضیه اصلی همبستگی بین متغیر مستقل و متغیر وابسته برابر با ۱۳۷/۰ است. ضریب تعیین ۱/۸۷ درصد به دست آمده و این مقدار نشان می‌دهد که ۱/۸۷ درصد تغییرات ازخودبیگانگی فرهنگی دانشجویان به آشنایی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی مربوط می‌شود چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که

۱. کارشناس ارشد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)  
Email: Mehrabian\_ramin@yahoo.com

۲. دانشیار دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.  
Email: naghibsadat@yahoo.com

۳. کارشناس ارشد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.  
Email: Palizdar\_sepide@yahoo.com

آن‌هم در این آزمون برابر ۱/۸ درصد است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود در سطح ۹۵٪ رابطه معناداری بین آشنایی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی در ازخودبیگانگی فرهنگی دانشجویان وجود دارد. همچنین سایر نتایج نشان داد بین نقش‌های خبری، آموزشی، هدایت و راهنمایی، تفریحی و سرگرمی، تبلیغی، همبستگی اجتماعی و نظارت اجتماعی محتوای انتشار یافته در ازخودبیگانگی فرهنگی دانشجویان رابطه وجود دارد.

واژگان کلیدی: فناوری‌های نوین ارتباطی - ازخودبیگانگی فرهنگی - رسانه‌های نوین.

### مقدمه و بیان مسئله

ارتباط قبل از اینکه نیازی اجتماعی باشد، نیازی زیستی و طبیعی است، چراکه اولین گام و مرحله ارتباط درونی است و از خود شروع می‌شود، انسان ابتدا با خود ارتباط برقرار می‌کند و سپس چون نیازمند حل مشکلات زیستی است، می‌بایست با دیگران بده بستان و انتقال اطلاعات داشته باشد و با غیر خود ارتباط برقرار کند. رفع نیازهای اجتماعی موجب تعلق به گروه و برقراری ارتباط با دیگران به صورت چهره‌به‌چهره و از طریق کلام و یا غیر کلام می‌شود. در مراحل بعدی، فرد با تعداد زیادی از انسان‌های دیگر ارتباط برقرار می‌کند که به آنها اصطلاحاً ارتباط جمعی می‌گویند و هدف از این‌گونه ارتباط، انتقال اطلاعات و یا متقاعدسازی دیگران است. ارتباط جمعی ممکن است بی‌واسطه یا با واسطه مثلاً از طریق مجراهای گوناگون و به‌ویژه با استفاده از رسانه‌ها و وسایل نوین ارتباط جمعی (چندرسانه‌ای) انجام شود. جهان با ظهور رسانه‌های جدید ارتباطی مانند فکس، تلویزیون‌های ماهواره‌ای، تلفن‌های هوشمند و اینترنت وارد عصر جدید رسانه‌ای به نام «عصر دوم رسانه‌ها» شده است که کاملاً با «عصر اول رسانه‌ها» متفاوت و متمایز است. از جمله ویژگی‌های عصر اول رسانه‌ها که می‌توان با آن آشنا شد و مدنظر قرار داد، این مسئله است که انسان‌ها، انسان‌های عاقل، خود بسنده، با ثبات، و متمرکز اند و تولیدکنندگان اندک برای مصرف‌کنندگان بسیار، پیام‌ها را تولید و ارسال می‌کنند. (بهرام پور، ۱۳۸۱: ۴۲)

در واقع این فناوری‌ها با عنوان رسانه‌های نوظهور و گستردگی بالا سعی در جذب مخاطب و بازیکنان بسیاری

دارد و با توجه به ویژگی‌های تعاملی بودن، می‌تواند تأثیر زیادی به همراه خود داشته باشد. فناوری‌های نوین تجربه یک نوع زیست غیر واقعی را برای مخاطب ایجاد کرده و به مخاطب هدف این امکان را می‌دهد در محیطی غیر محیط زندگی شخصی درکی کاملاً متمایز با واقعیت خود را درک کند و این عامل در شکل‌گیری فکر، سلیقه، رفتارها و کنش‌های افراد تأثیر دارد و می‌تواند تبلوری از معانی فرهنگی یک جامعه باشد که مخاطب در آن زندگی و در آن مجازی تجربه می‌کند (خانیک، ۱۳۹۱).

با ورود به نسل جدید دنیای رسانه‌ای که از جمله ویژگی‌های آن همه‌گیر شدن این ابزارهای ساخت بشر که با غلبه به زمان و مکان صورت می‌گیرد، به ناگزیر این ابزارها وارد زندگی روزمره افراد و حریم خصوصی افراد در جامعه می‌شوند. این‌گونه به نظر می‌رسد که تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، صرفاً ابزارهای ارتباط و انتقال پیام هستند و نمی‌توانند به شکل‌گیری فرهنگ و سبک زندگی خاصی منجر شوند. یعنی در تولید محتوا و پیام نقشی ندارند. اما تحقیقات نشان‌دهنده این است که محتوای این تکنولوژی‌ها از عوامل مهم فرهنگ‌ساز هستند و نوع فرهنگی که توسط این ابزارها ساخته، ترویج و نهادینه می‌شود، بستگی به نوع فرهنگ و مدیریت حاکم بر این‌گونه وسایل ارتباط جمعی است و سبک و منش جدیدی از روابط فردی و اجتماعی را برای خانواده‌ها به ارمغان آورده که منجر به کارکردها و پیامدها و تأثیراتی بر کنش روزمره و سبک زندگی آنان شده است (بختیاری، ۱۴۰۰: ۶)

با تفاسیر صورت گرفته می‌توان گفت فناوری‌های نوین ارتباطی با ورود به زندگی افراد کارکردها و اثرات مثبت و منفی را برای جوامع به وجود آورده است. مسئله اصلی این مقاله بررسی تأثیر فناوری‌های نوین ارتباطی بر ازخودبیگانگی فرهنگی دانشجویان رشته علوم ارتباطات دو دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران و علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی است.

این پژوهش تأکید بر متغیرهای زیر است:

ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان، انواع فناوری‌های نوین ارتباطی، میزان بهره‌برداری از انواع فناوری‌های نوین ارتباطی، نقش و انواع آن، مؤلفه‌های ازخودبیگانگی، ابعاد ازخودبیگانگی، میزان اعتماد به فناوری‌ها، میزان اعتبار فناوری‌های نوین در نزد دانشجویان،

اندازه‌گیری روش زاویه‌بندی، تجزیه و تحلیل اطلاعات در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شده است. آنچه در نتایج این مطالعه می‌تواند مورد توجه قرار گیرد، تحت الشعاع قرار گرفتن هویت خانواده ایرانی در مواجهه با ورود فناوری‌های نوین ارتباطی است که این امر به معنای سیال بودن هویت خانواده ایرانی در اثر متغیرهای مداخله‌گری هم چون ورود فناوری‌های نوین ارتباطی است. به روایت آنتونی گیدنز، هویت انسان معاصر خصلت «بازاندیشانه یا بازتابی» دارد. بازتابندگی هویت به معنای سیال بودن هویت و تغییر آن در نتیجه تغییر شرایط فرهنگی و اجتماعی و ظهور دانش‌ها، دانستنی‌ها و به‌خصوص تکنولوژی‌های ارتباطی و رسانه‌ای جدید است. به تعبیر دیگر، هویت خانواده ایرانی رنگ‌های مختلفی به خود گرفته و می‌گیرد و متناسب با شرایط تازه، اشکال تازه‌ای از آن ظهور و بروز می‌یابد؛ و خانواده هر روز در معرض آگاهی‌ها و شناخته‌ای تازه‌ای در زمینه‌های مختلف تغذیه، بهداشت، تربیت فرزند، اشتغال، پوشش و لباس، موضوعات جنسیتی و جنسی، آموزش و پرورش قرار می‌گیرد؛ و این فرایند تدریجاً باعث تغییر «سبک زندگی» در خانواده و تغییر عادات و روحیات افراد و اعضای خانواده می‌شود. به عبارتی، نه تنها سبک زندگی خانواده ایرانی به سبک دیجیتال در حال تغییر است، بلکه لایه‌های عمیق‌تری از فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی در معرض دیجیتالی شدن قرار می‌گیرد. لازم به ذکر است مفهوم تغییرات فرهنگی و سیال بودن فرهنگ که در پژوهش فوق مورد تأکید بوده است قرابت و نزدیکی با مفهوم ازخودبیگانگی فرهنگی در پژوهش حاضر دارد، زیرا ازخودبیگانگی فرهنگی بر اثر استفاده زیاد از فناوری‌های نوین ارتباطی جزئی از زندگی روزمره است و از دل سبک زندگی بیرون می‌آید، بنابراین مفهوم سبک زندگی نیز مفهوم قابل توجهی در پژوهش فوق است.

در تحقیقی دیگر با عنوان «تحلیلی بر رابطه هویت جنسیتی جوانان با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط مرضیه امیربیک و همکاران در سال (۱۴۰۱) صورت گرفت. این پژوهش با رویکرد کمی و از نوع پیمایش صورت گرفت و نشان داد که رابطه معنادار و مثبت میان بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی در شبکه اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی وجود دارد. به گونه‌ای که مردان به نسبت زنان کمتر تحت تأثیر فضای مجازی قرار می‌گیرند. به عبارتی

دلایل بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی توسط دانشجویان

### پیشینه پژوهشی

در این قسمت از پژوهش به شرح و توضیح پژوهش‌های داخلی و خارجی که مرتبط با موضوع تحقیق است به‌طور خلاصه پرداخته می‌شود و توضیح مختصری از شیوه و نتیجه تحقیق‌های مرتبط آورده می‌شود.

پژوهش خارجی: تحقیقی با عنوان «فناوری‌های ارتباطی و تأثیر آنها بر همگونی فرهنگی، اجماع و انتشار ایده‌های جدید» در سال ۱۹۹۵ انجام شده است. موضوع اصلی این پژوهش تأثیراتی است که انتشار فناوری‌های نوین ارتباطی بر فرهنگ یک جامعه می‌تواند داشته باشد. این پژوهش در سنت پژوهش‌های نظری جای دارد و برای بررسی و تحلیل تأثیر فناوری‌ها از مدل ساختاری استفاده می‌کند در قسمت جامعه آماری، جوامعی که قابل توصیف هستند به عنوان جوامع تک گروه یعنی جوامعی که هیچ اشکالی در ارتباطاتشان وجود ندارد و روابط تعیین‌شده‌ای دارند به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته می‌شوند. در این پژوهش محقق با بررسی و تحلیل داده‌ها به این نتیجه رسیده است که با تغییر فناوری‌های ارتباطی موجود، نقش چشم‌انداز فرهنگی - اجتماعی در تأثیر تغییرات اجتماعی متفاوت است. به‌طور متناقض، این تحقیق نشان می‌دهد که فناوری‌های ارتباط جمعی که رقابت بیشتری را در بین پیام‌ها و پیچیدگی پیام بیشتر ایجاد می‌کنند، انتشار اطلاعات سریع‌تر از فناوری‌هایی که مانع از رقابت و پیچیدگی پیام هستند فراهم می‌کنند (کاتهلان، ۱۹۹۵).

پژوهش‌های داخلی: بختیاری و همکارانش در سال ۱۴۰۰ پژوهشی با عنوان ارائه مدل مطلوب و چشم‌انداز آتی تغییرات سبک زندگی خانواده با ورود فناوری‌های نوین ارتباطی در شهر تهران از دیدگاه خبرگان انجام دادند. این پژوهش با هدف ارائه مدل مطلوب و چشم‌انداز آتی تغییرات سبک زندگی خانواده با ورود فناوری‌های نوین ارتباطی در شهر تهران (از دیدگاه خبرگان) انجام گرفت. روش تحقیق کیفی (سناریونویسی)، و جامعه آماری ۲۹ نفر از اساتید متخصص در زمینه موضوع پژوهش با نمونه‌گیری غیر احتمالی از نوع هدفمند و ابزار گردآوری اطلاعات از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و پرسشنامه است. روایی ابزار

و برآمده از بستر فرهنگی تولید و همچنین الزامات خود بازی به مثابه فناوری رایانه‌ای است. دو بازی از یک ژانر با بستر تولید متفاوت - بازی رایانه‌ای ایرانی نجات بندر و بازی رایانه‌ای آمریکایی جنگ‌های صلیبی که هر دو در ژانر راهبردی هستند - را به این دلیل در کنار یکدیگر تحت تحلیل درآورده شده که با مطالعه هر بعد از بازی رایانه‌ای و مقایسه آن با همان بعد در جایگزین خارجی‌اش، مباحث را به شیوه‌ای مستدل‌تر ارائه نماید. او در پایان به این نتیجه می‌رسد که زمینه فرهنگی تولید به دلیل موقعیت خود فناوری رایانه‌ای در مورد بازی‌های رایانه‌ای اثرگذار و موقعیت پیچیده‌ای به خود می‌گیرد.

لازم به ذکر است این پژوهش به نوعی جزئی‌تر از پژوهش حاضر است، در واقع بازنمایی فرهنگی مفهوم فرهنگ را به صورت کلی‌تر و عمومی‌تر بررسی می‌کند که می‌توان گفت از خود بیگانگی فرهنگی در قسمت‌هایی با این مفهوم اشتراک دارد و به همین دلیل داده‌های پژوهش فوق می‌تواند در روند انجام پژوهش حاضر کمک‌کننده باشد.

- حق‌وردی طاقانکی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «بازی‌های رایانه‌ای و هویت فرهنگی» درصدد رسیدن به این سؤال بود که آیا هویت فرهنگی نوجوانانی که با آن رسانه آشنا و از آن استفاده می‌کنند نسبت به نوجوانانی که چنین تجربه‌ای ندارند متفاوت است؟ به همین منظور این پژوهشی توصیفی - تحلیلی در شهرکرد با نمونه‌ای شامل ۳۴۲ دانش‌آموز پسر انجام گرفت و نتیجه گرفتند که بین هویت دینی، ملی و جهانی دانش‌آموزان کاربر و غیر کاربر بازی‌های دیجیتال تفاوت معناداری وجود دارد. به عبارتی آنها میان استفاده از بازی‌های دیجیتال و هویت فرهنگی دانش‌آموزان رابطه معناداری مشاهده کردند. لازم به ذکر است داده‌های پژوهش فوق از جهت اینکه مفهوم هویت فرهنگی را به صورت متغیر وابسته بر هویت نوجوانان در نظر گرفته است می‌تواند با پژوهش حاضر همخوانی داشته باشد زیرا بحث اصلی این پژوهش مشکلات و تأثیرات مخربی است که فناوری‌ها بر مفهوم هویت جوانان دارند.

### اهداف و پرسش‌ها

#### هدف اصلی

شناخت نقش فناوری‌های نوین به عنوان یک ابزار ارتباطی در از خود بیگانگی فرهنگی (ابعاد و جهات آن) دانشجویان

رسانه‌های جدید به عنوان فناوری نوین فرصت حضور برای زنان فراهم ساخت تا بتوان استعدادها، مهارت و دیدگاه‌های زنان به جامعه عرضه شود و تصور جدید از هویت جنسیتی زنان بروز نماید. (امیریک و همکاران)

- آمنه بختیاری (۱۳۹۴) در سال ۱۳۹۴ پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر فناوری‌های نوین ارتباطی بر جوانان (اینترنت) انجام داده است. موضوع اصلی این مقاله پرداختن به معضلات فردی و اجتماعی پیامدهای استفاده نادرست از اینترنت بر جوانان است. مسئله اساسی این پژوهش آسیب‌شناسی اینترنت و معضلات و پیامدهای امنیتی و اجتماعی در خانواده و جوانان، راهکارهای اصلاح و بازنگری آن است. بر این اساس سه سؤال پژوهشی در مورد ویژگی‌های رسانه‌ای اینترنت، معضلات امنیتی، پیامدهای نامناسب اجتماعی در خانواده و راهکارهای اصلاح و بازنگری آن طرح و مورد بررسی واقع شده است. روش انجام پژوهش پیمایشی - توصیفی بوده و ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته که شامل ۱۳ سؤال پژوهشی که با روش نمونه‌گیری تصادفی انجام گردید. به منظور گردآوری داده‌های لازم برای پاسخگویی به سؤالات پژوهش، اسناد و مدارک موجود و مرتبط با استفاده از فرم گردآوری داده، جمع‌آوری و به شیوه کیفی تحلیل شدند. این پژوهش درباره بررسی داده‌ها به این نتیجه رسیده است که با توجه با داده‌ها از نظر پاسخگویان از جمله بارزترین آسیب‌های اجتماعی ناشی از استفاده از اینترنت، مخدوش شدن مرز میان واقعیت مجازی و واقعیت واقعی با ۳۶/۵۰ درصد و کمترین فراوانی مربوط به کسب هویت‌های جدید با ۳۱/۵۰ درصد است. داده‌های این پژوهش از جنبه پرداختن به موضوع تأثیرات فناوری‌های نوین ارتباطی و جنبه‌های مختلف فناوری‌های نوین با موضوع پژوهش حاضر همخوانی دارد و قابل استفاده است و لازم به ذکر است پژوهش حاضر علاوه بر موارد مورد بررسی در مقاله فوق بر مفهوم از خود بیگانگی فرهنگی تکیه بیشتری داشته و در واقع می‌توان گفت تکیه اصلی مباحث اصلی طرح شده در این پژوهش در نهایت به مفهوم از خود بیگانگی فرهنگی ختم می‌شود.

- محسنی آهویی (۱۳۸۷) پژوهشی با عنوان «بازنمایی فرهنگی در بازی‌های رایانه‌ای» را ارائه کرد. این پژوهش، درصدد است بازی‌های رایانه‌ای را به عنوان رسانه‌ای مورد بررسی قرار دهد که در کار بازنمایی معانی فرهنگی خاص

که تأثیرات و نقش رسانه‌ها در تأثیرگذاری می‌توان موضوع مهمی بشمار آید.

مک لوهان در معروف‌ترین نظریه خود اشاره می‌کند «رسانه همان پیام است». با توجه به این موضوع که هر رسانه‌ای خود نوعی پیام است یا اصولاً هر رسانه‌ای پیامی را از خود به همراه دارد؛ می‌توان اشاره نمود که پیام نیز به همین تعبیر یا خود فرهنگ است یا به نوعی برای انتقال فرهنگ انتشار یافته است؛ یا به تعبیر دقیق‌تر هر رسانه‌ای خود حامل پیام و فرهنگ خاصی است؛ از این‌رو رسانه‌های جدید خود به نوعی حامل پیام و فرهنگ خاصی هستند که با گسترش آنها، آن پیام‌دها و فرهنگ نیز انتشار پیدا می‌کند.

با ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی ما شاهد این موضوع هستیم که صاحبان رسانه‌های جدید نوع جدیدی از شیوه اطلاع‌رسانی را در دستور کار خود قرار داده‌اند که عمدتاً تأثیرات گوناگون فرهنگی را ایجاد می‌کند. در این موضوع دیگر ما شاهد این مسئله نیستیم که اطلاعات به صورت خنثی در اختیار مخاطبین قرار بگیرد بلکه دقیقاً برعکس، تغییر شکل دادن داده‌ها و اطلاعات و ترویج تأویل چندلایه‌ای آنها از ویژگی‌های بارز در این شیوه اطلاع‌رسانی است.

پیامدهای اصلی و شگرف رسانه‌های جدید را باید در ظهور نوع جدید از هویت جست‌وجو کرد. بدین معنی کاربرد اصلی فناوری‌های نوین ارتباطی را باید در شکل‌دهی ذهنیت جدید دانست. این ذهنیت خود هویت جدید می‌سازد. با توجه به حیات فعلی دنیای رسانه‌ای و توضیحاتی که داده شد، امروزه هویت‌سازی به صورت فراملیتی ظهور و بروز پیدا کرده و می‌کند.

نفوذ سریع و گسترده فناوری‌های نوین ارتباطی از جمله شبکه‌های اجتماعی در کشور و همچنین تفاوت‌های فرهنگی سبب شده تغییر هویت نزد جوانان و مخصوصاً در بین دانشجویان زودتر و با سرعت بیشتری حادث شود. و از فرهنگ غالب خود جدا شده و به فرهنگ غرب نزدیک‌تر شوند؛ پژوهش‌ها در این زمینه نیز مؤید همین نکته است؛ برای مثال در پژوهشی که توسط رونقی (۱۴۰۱) در زمینه تأثیرات شبکه‌های اجتماعی انجام شده می‌بینیم که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارتباطات نامتعارف و شیوه گذراندن اوقات فراغت افراد تأثیر زیادی دارد، در واقع استفاده از این شبکه‌ها می‌تواند موجب کاهش ارتباطات

رشته علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی و دانشگاه تهران.

#### اهداف فرعی

- شناخت ویژگی‌های فردی و اجتماعی بهره‌برداران از فناوری‌های نوین ارتباطی  
- شناخت رابطه میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی غیربومی و از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان بهره‌بردار پرسش اصلی پژوهشگر در این تحقیق این است که آیا فناوری‌های نوین ارتباطی به عنوان یک ابزار ارتباطی نوین چقدر دانشجویان بهره‌بردار از این فناوری‌ها را در معرض پذیرش فرهنگ مسلط در این رسانه‌های نوین و فاصله گرفتن از فرهنگ و ارزش‌های جامعه می‌کند؟

#### ادبیات پژوهش

برای پی بردن به اثرات مثبت و منفی فناوری‌های نوین ارتباطی و تبیین هرچه بیشتر این اثرات و تنوری فراگیری که از پس آنها ظاهر می‌شود، با گروه‌های مختلفی که در این زمینه نظریه‌هایی را مطرح نموده‌اند آشنا می‌شویم.

گروهی عصر جدید را سرآغاز کنترل بی‌رحمانه شهروندان معرفی می‌کنند و درعین حال که به هیچ‌وجه اهمیت کلیدی اطلاعات را در دنیای جدید انکار نمی‌کنند و حتی پذیرش جامعه اطلاعاتی برای عصر رسانه‌های ارتباطی جدید بیمی به خود راه نمی‌دهند، اما بر استمرار مناسبات حاکم بر جامعه و ثبات آن از گذشته تاکنون اصرار می‌ورزند.

گروه دیگر عصر حاضر را طلیعه جامعه‌ای سرشار از تخصص و مراقبت مطلوب از همه‌چیز می‌دانند و مدعی‌اند، نوع جدیدی از جامعه ظهور کرده است که با گذشته کاملاً متفاوت است. از نظر این گروه، در این جوامع حاکمیت اصلی با رسانه‌های الکترونیک است.

فناوری‌های نوین ارتباطی پیامدهای گوناگونی را دارند که به نظر می‌رسد مهم‌ترین آنها در حوزه فرهنگ تجلی پیدا می‌کند. با توجه به این مسئله که ما در حوزه مطالعات ارتباطی و همچنین تأثیرات رسانه‌ای بر جوامع بشری که در پی آن می‌آید با اندیشمندان مختلفی در این حوزه آشنا می‌شویم و از جمله نظریه‌پردازان و اندیشمندانی که در حوزه تأثیرات رسانه بر جوامع بشری بیانات مفصلی را مطرح نموده است مارشال مک لوهان است، می‌توان به این موضوع رسید

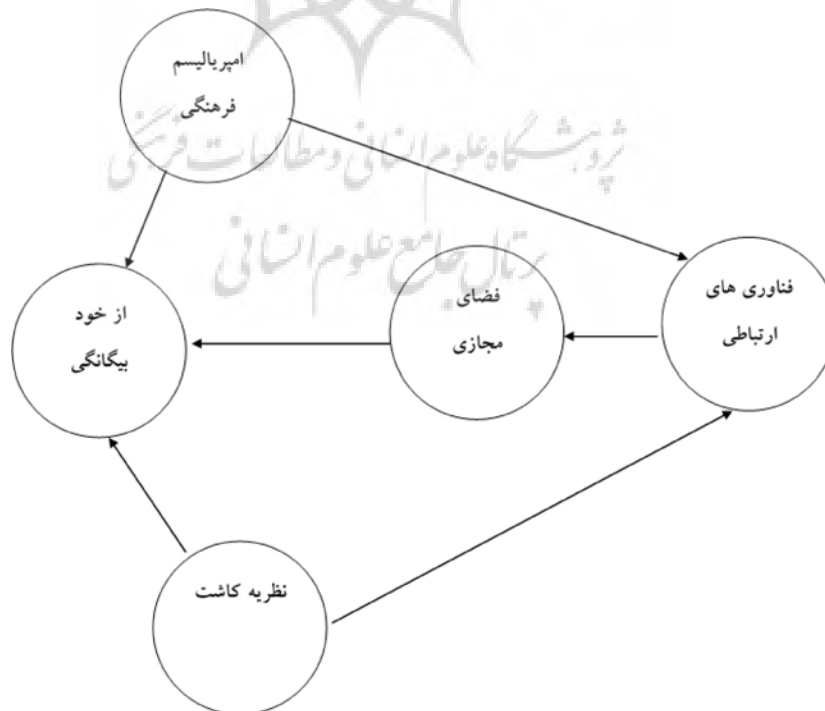
بر روی ارزش‌ها و آرزوها و انتخاب‌ها و نهایتاً بر اعمال مخاطبان جوان خود تأثیر بسزایی بگذارد. متأسفانه این فناوری‌ها و عمدتاً غیر بومی در کشور، استفاده فراوانی دارد. این فناوری‌ها بر بنیان‌های ایدئولوژیک غرب بنا شده‌اند. استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و غوطه‌ور شدن در آن می‌تواند مخاطب را نسبت به عناصر فرهنگی غیر بومی سوق دهد و فرد را نسبت به المان‌های جامعه غربی همانند زبان، شخصیت‌ها پوشش، فردگرایی، عقاید و باورها و... پذیرا سازد. در نتیجه فرد را در نوعی ازخودبیگانگی فرهنگی و بی‌اعتنایی به عناصر فرهنگی بومی قرار می‌دهد. از همین جهت لزوم پرداختن به ابعاد آسیب‌شناختی استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی در میان جوانان و مخصوصاً دانشجویان به عنوان جامعه پذیران فرهنگی جامعه دوجندان می‌شود.

موضوع اصلی این پژوهش نیز که در همین راستا است، پرداختن به معضلات و مشکلاتی است که فناوری‌های نوین ارتباطی با توجه به بستر غیر بومی بودن این ابزارها، برای دانشجویان و نسل جوان که جامعه هدف پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهد، است. دغدغه و انگیزه اصلی از پرداختن به این موضوع نیز مشاهده تأثیرات فناوری‌های نوین بر سبک

رودررو و فیزیکی افراد شود؛ از سوی دیگر هرچقدر میزان و مدت‌زمان سیر کردن در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر باشد، احتمال اینکه پیوند اجتماعی افراد ضعیف شود افزایش می‌یابد. به این معنا که انزوای اجتماعی بیشتر می‌شود و طبق نتایج پژوهش، ۱۵ درصد از مقدار انزوای اجتماعی ارتباط مستقیم با استفاده از فضای مجازی دارد (رونقی، ۴۹).

بنابراین این فناوری‌ها با عنوان رسانه‌های نوظهور و گستردگی بالا سعی در جذب مخاطب و بازیکنان بسیاری دارد و با توجه به ویژگی‌های تعاملی بودن، می‌تواند تأثیر زیادی به همراه خود داشته باشد. فناوری‌های نوین تجربه یک نوع زیست‌غیرواقعی را برای مخاطب ایجاد کرده و به مخاطب هدف این امکان را می‌دهد در محیطی غیر محیط زندگی شخصی درکی کاملاً متمایز با واقعیت خود را درک کند و این عامل در شکل‌گیری فکر، سلیق، رفتارها و کنش‌های افراد تأثیر دارد و می‌تواند تبلوری از معانی فرهنگی یک جامعه باشد که مخاطب در آن زندگی و در آن مجازی تجربه می‌کند (خانیک، ۱۳۹۱).

رسانه‌های جدید یا به تعبیری فناوری‌های نوین ارتباطی با ارائه محتوای متنوع و روایت‌های گوناگون می‌تواند،



شکل ۱. مدل مفهومی.

از آن به عنوان فشرده‌گی زمان و فضا یاد می‌نماید (افتخار معنوی و سمیعی زفرقندی، ۱۳۹۷: ۱۶۲).

### چارچوب نظری

این پژوهش بر اساس نظریات کاشت و امپریالیسم فرهنگی به بررسی موضوع اصلی خواهد پرداخت و بر اساس پرسشنامه‌ها و تحلیل آن به آزمون نظریه‌ها اقدام می‌کند. بر طبق بررسی‌های صورت گرفته در این پژوهش به نظر می‌رسد که فضای مجازی نقش بسزایی بر شکل‌گیری از خودبیگانگی دارد. این تأثیر از طریق اهرم‌های اجرایی و تأثیرگذار فضای مجازی بر ذهن مخاطب صورت می‌گیرد. بر این اساس مدل مفهومی این پژوهش به صورت زیر است: نظریه کاشت: نظریه کاشت بر آثار تدریجی و درازمدت رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون بر شکل‌گیری تصویر ذهنی مخاطبان از دنیای اطراف و مفهوم‌سازی آنان از واقعیت اجتماعی تأکید می‌کند. جرج گربرنر واضع نظریه کاشت، در دهه ۱۹۶۰ تحقیقاتی را به عنوان «شاخص‌های فرهنگی» شروع کرد تا تأثیر تماشای تلویزیون بر باورها و دیدگاه‌های بینندگان درباره جهان واقعی را بررسی کند. بنابراین، پژوهش مربوط به کاشت در درون سنت تأثیر قرار می‌گیرد، اما پژوهش‌های سنتی اثرات، از اهداف اصلی تلویزیون یعنی مستحیل کردن جریان‌های گوناگون در درون یک جریان اصلی ثابت و مشترک غفلت می‌کردند (مظفری و اکبری، ۱۳۹۴: ۱۲).

نظریه کاشت بر فرایند انباشتنی و تراکمی اشاره می‌کند که به وسیله آن، تلویزیون اعتقادات و باورها را درباره واقعیت اجتماعی پرورش می‌دهد (جونز، ۲۰۲۰: ۶). کاشت بخشی از یک فراگرد دائمی، پویا و پیش‌رونده تعامل میان پیام‌ها و زمینه‌های قبلی است (دونا یوسکایا، ۲۰۱۸: ۵۶). نظریه امپریالیسم فرهنگی: امپریالیسم فرهنگی، ظریف‌ترین نوع سیاست امپریالیستی به شمار می‌آید که هدف آن، تصرف ارضی یا کنترل حیات اقتصادی نیست بلکه می‌کوشد تا در ذهن انسان نفوذ کرده، آن را به کنترل درآورد. امپریالیسم فرهنگی را می‌توان شکل حساب‌شده تلاش غرب برای تسخیر فضای فکری و فرهنگی سایر ملت‌ها و به‌ویژه ملت‌های مسلمان ارزیابی کرد. به‌واقع امپریالیسم فرهنگی، ظریف‌ترین نوع سیاست امپریالیستی به شمار می‌آید که هدف آن، تصرف ارضی یا کنترل حیات اقتصادی نیست

زندگی و فرهنگ دانشجویان بوده است؛ لذا این مسئله در ذهن پژوهشگر شکل گرفته است که تأثیرات این فناوری‌ها را بر از خودبیگانگی (شخصیت و فرهنگ) مورد بررسی قرار دهد؛ بنابراین در این پژوهش نقش فناوری‌های نوین ارتباطی متغیر مستقل و از خودبیگانگی دانشجویان متغیر وابسته خواهد بود.

ابزارهای نوین ارتباطی ترکیبی از چندین تکنولوژی شامل وسایل ارتباط جمعی، انفورماتیک و ارتباطات دور است. این مثلث فناوری انسان‌ها را در ضبط، ذخیره‌سازی، پردازش، بازیابی، انتقال و دریافت اطلاعات در هر زمان و مکانی یاری می‌نماید. فناوری‌های نوین ارتباطی تکمیل‌کننده امکاناتی است که وسایل ارتباطی گذشته ارائه کرده‌اند. این فناوری ویژگی‌هایی منحصر به فردی دارند که آنان را از وسایل ارتباطی قدیمی متمایز می‌سازد.

شیوه زندگی امروز ما چنان با فناوری‌ها و تکنولوژی‌های مختلف درآمیخته که لحظه‌ای نبود آنها را نمی‌توان متصور شد (کوثری، ۱۳۹۶: ۱۱)

برای ریشه‌یابی مفهوم بیگانگی با بررسی مطالعات مختلف می‌توان گفت مارکس (۱۹۷۵) نخستین پژوهشگری بود که مفهوم بیگانگی را به‌طور علمی مطرح کرد. هرچند تأکید او بر کارگران و شغل آنان بود. وی این‌گونه استدلال می‌کند که کارگران قبلاً به‌طور سنتی برای طراحی، خرید مواد و تولید، به واسطه مهارت خود آزاد بودند و محصولات تولید خود را می‌فروختند (حسنوند، ۱۳۹۹: ۲۶۴). بنابراین، محصول به هدف و نتیجه اراده فرد تبدیل شد. به این ترتیب، احساس آگاهی، هویت و عزت نفس آغاز شد. بعدها، تکنیک‌های مدرن تولید و مدیریت توسعه یافتند (مرادی و صفاریان، ۱۳۹۷: ۳۹۱).

پیدایش سیستم‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی با ویژگی‌هایی چون قلمرو جهانی، یکپارچه‌سازی همه رسانه‌های ارتباطی و تعامل بالقوه، در حال تغییر بسیاری از مؤلفه‌های اساسی مرتبط با زندگی فردی و اجتماعی از جمله تغییر در میزان کمیت و کیفیت جرائم اند. این تغییرات تا حد زیادی به تحولات ساختاری در جوامع بشری که به‌طور عمده ناشی از آنچه تحت عنوان عصر اطلاعات، جامعه مجازی و جهانی شدن است، مربوط می‌باشند. جهانی شدن فرایندی است که مکان را کوچک و زمان را کوتاه کرده است. گیدنز از این تحول به عنوان جدایی زمان از فضا و هاروی

هنگام بررسی عقاید و آرای عمومی بکار گرفته می‌شود. در انجام این پژوهش برای گردآوری اطلاعات، در روش پیمایش از تکنیک پرسشنامه استفاده شده است. تکنیک پرسشنامه ابزار اصلی در روش پیمایشی، برای جمع‌آوری اطلاعات است (نقیب‌السادات، ۱۳۹۱: ۶۲) پس از انجام پیش‌آزمایش و رفع کاستی‌ها زیر نظر اساتید پرسشنامه نهایی شده و در نمونه مورد بررسی تدوین شدند.

جامعه آماری، همان جامعه اصلی است، که از آن نمونه‌ای به دست آمده باشد. به دلیل فراوانی زیاد دانشجویان دانشکده‌های ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی و دانشگاه تهران و نیز به دلیل اینکه بررسی کلیه دانشجویان بسیار وقت‌گیر و نیز مستلزم صرف هزینه زیاد بود، امکان پرسش از کل دانشجویان برای پژوهشگر وجود نداشت. همچنین برای تکمیل پرسشنامه به دلیل شرایط حاکم به خاطر بیماری کرونا پرسشنامه به صورت مجازی از نفرات مورد پیمایش تکمیل گردیده است.

با توجه به اینکه امکان بررسی همه عناصر جامعه آماری برای ما فراهم نیست به نمونه‌گیری نیاز داریم. برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده می‌کنیم. فرمول کوکران یکی از پرکاربردترین روش‌ها برای محاسبه حجم نمونه است. طبق فرمول زیر اگر پژوهشگر بخواهد حجم نمونه را با شکاف جمعیتی ۰/۵ یعنی نیمی از جمعیت حائز صفتی معین باشند و نیم دیگر نباشند، بررسی کند، معمولاً  $p$  و  $q$ ، ۰/۵ در نظر گرفته می‌شود. مقدار  $z$  معمولاً ۱/۹۶ است.  $d$  می‌تواند ۰/۱۰ یا ۰/۰۵ باشد. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران با ۰/۵ درصد خطا و ۰/۹۵ درصد اطمینان برآورد می‌شود. بنابراین نباید از ۲۶۹ نفر کمتر باشد. در نتیجه حجم نمونه این پژوهش ۲۶۹ نفر از دانشجویان رشته علوم ارتباطات اجتماعی دانشکده‌های ارتباطات علامه طباطبایی و تهران در تمام مقاطع تحصیلی به صورت تقریباً مساوی از هر دانشگاه حضور داشته‌اند.

$$n = \frac{\frac{Z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left( \frac{Z^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

بلکه می‌کوشد تا در ذهن انسان نفوذ کرده، آن را به کنترل درآورد. یکی از ابزارهای مهم غرب برای رسیدن به این‌گونه از امپریالیسم، فضای مجازی است (وگو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷: ۱۰۱).

واژه امپریالیسم فرهنگی، نشان‌دهنده نوعی نفوذ اجتماعی است که کشوری از طریق آن، تصورات، ارزش‌ها، معلومات و هنجارهای رفتاری و نیز روش‌های زندگی خود را به کشورهای دیگر تحمیل می‌کند (جافه و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷: ۱۷).

هدف امپریالیسم فرهنگی، تصرف ارضی یا کنترل حیات اقتصادی نیست. امپریالیسم فرهنگی تلاش دارد تا بر ذهن انسان به عنوان ابزاری برای تغییر روابط قدرت میان دو یا چند دولت، غلبه و آن را کنترل کند. اگر بتوان تصور کرد که فرهنگ یا به‌طور خاص، ایدئولوژی سیاسی کشوری با همه اهداف امپریالیستی خود، ذهن شهروندان برخی دیگر کشورها را تسخیر نماید، در این شرایط، جهان غرب خواهد توانست به موفقیت کامل‌تری برسد و بیش از هر فاتح نظامی یا ارباب اقتصادی، زمینه‌ای با ثبات برای سیطره خویش فراهم کند. نقش امپریالیسم فرهنگی در دوران نوین، مکمل سایر روش‌هاست. بی‌شک می‌بایست یکی از مهم‌ترین اهداف امپریالیسم فرهنگی را ترویج عقاید اباحی‌گرایانه دانست (بیکر، ۲۰۱۷: ۲۰۱).

### فرضیه اصلی تحقیق

- به نظر می‌رسد که آشنایی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی در از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان نقش دارد.

### فرضیه‌های فرعی

- بین ویژگی‌های فردی و اجتماعی بهره‌برداران از فناوری‌های نوین ارتباطی و از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد.

- بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد.

### روش تحقیق

در این پژوهش با توجه به ماهیت موضوع و متغیرها و چگونگی انجام تحقیق، از روش پیمایشی استفاده شده است روش پیمایشی یکی از راه‌های ویژه‌ای است که به



جدول ۱. پایایی سازه‌های تحقیق.

شاخص CR	آلفای کرونباخ	پایایی کل
۰/۸۷۷	۰/۸۷۵	آشنایی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی
۰/۸۶۵	۰/۸۶۳	ازخودبیگانگی فرهنگی

جدول ۲. روایی سازه‌ها.

متوسط واریانس استخراج شده (AVE)	متغیر
۰/۸۱۲۹	آشنایی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی
۰/۵۹۸۹	ازخودبیگانگی فرهنگی

### یافته‌های پژوهش

این یافته‌ها بر اساس ویژگی‌های فردی پاسخ‌گویان است. در خصوص تحلیل توصیفی داده‌ها نتایج ذیل حاصل گردید:

۱. در رابطه با سن پاسخگویان، نتایج این است که از مجموع ۲۶۹ نفر بیشترین نسبت پاسخگویان یعنی ۵۶/۹ درصد معادل ۱۵۳ نفر بین ۲۰ تا ۲۲ سال داشتند و کمترین نسبت پاسخگویان یعنی ۷/۸ درصد معادل ۲۱ نفر بالای ۲۵ سال، سن داشتند.

۲. در رابطه با جنس افراد مورد مطالعه قابل ذکر است از مجموع ۲۶۹ نفر بیشترین نسبت پاسخگویان یعنی ۶۲/۱ درصد معادل ۱۶۷ نفر زن بودند و کمترین نسبت پاسخگویان یعنی ۳۷/۹ درصد معادل ۱۰۲ نفر مرد بودند.

۳. نتایج حاصل از وضعیت تحصیلی پاسخگویان بیانگر این است از ۲۶۹ فرد پاسخگو ۲۲۸ نفر (۸۴/۸) درصد از افراد دارای مدرک کارشناسی، ۳۶ نفر (۱۳/۴) درصد کارشناسی ارشد، ۵ نفر (۱/۹) درصد دکترا بوده‌اند.

۴. نتایج حاصل از وضعیت تحصیلی پدر، از ۲۶۹ فرد پاسخگو ۸۱ نفر (۳۰/۱) درصد زیر دیپلم و ۹۰ نفر (۳۳/۵) درصد دیپلم، ۸۳ نفر (۳۰/۹) درصد فوق دیپلم، ۱۵ نفر (۵/۶) درصد کارشناسی و بالاتر بودند.

۵. نتایج حاصل از وضعیت درآمد، از ۲۶۹ فرد پاسخگو ۱۱۶ نفر (۴۳/۱) درصد بین یک تا دو میلیون تومان و ۴۵ نفر (۱۶/۷) درصد بین دو تا سه میلیون تومان، ۱۷/۱ درصد بین ۳ تا ۴ میلیون تومان درآمد داشتند.

### روش نمونه‌گیری و واحد تحلیل و اعتبارسنجی

در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تلفیقی و ترکیبی با دو تکنیک چندمرحله‌ای و سهمیه‌ای استفاده شده است. نمونه‌گیری در تحقیق حاضر این‌گونه است که ابتدا از میان دانشگاه‌ها، دانشگاه‌های علامه طباطبایی و دانشگاه تهران انتخاب گردید. سپس در مرحله دوم از میان دانشکده‌های موجود دانشکده ارتباطات اجتماعی انتخاب شدند. حجم نمونه که بر اساس فرمول کوکران ۲۶۹ نفر انتخاب شده است را به صورت سهمیه‌های متناسب با تعداد دانشجویان میان این دو دانشکده تقسیم کرده، پرسشنامه به صورت تصادفی میان دانشجویان هر دانشکده توزیع گردید. با توجه به اینکه موضوع پژوهش حاضر «نقش فناوری‌های نوین ارتباطی در ازخودبیگانگی فرهنگی دانشجویان» است، واحد تحلیل در این پژوهش دانشجویان حاضر در دانشکده‌های ارتباطات علامه طباطبایی و تهران است.

### پایایی

ضریب سنتی برای بررسی پایایی سازه‌ها، ضریب آلفای کرونباخ است که مقدار قابل قبول برای این ضریب حداقل ۰/۷ است. همان‌طورکه در «جدول ۱» مشخص است مقادیر آلفای کرونباخ و شاخص CR برای تمامی سازه‌ها بالاتر از ۰/۸۶۳ است که به معنی پایایی مناسب سازه‌ها است.

همان‌طورکه در جداول قابل مشاهده است، بالاتر از مقدار حداقلی ۰/۶ بیشتر هستند که بیانگر پایایی مناسب معرف‌ها است.

### روایی

از متوسط واریانس استخراج شده (AVE) برای محاسبه روایی سازه‌ها استفاده می‌شود. مقدار حداقلی برای روایی مناسب برای هر سازه ۰/۵ است نتایج بررسی این آزمون در «جدول ۲» قابل مشاهده است.

همان‌گونه که در «جدول ۲» مشاهده می‌کنید مقدار متوسط واریانس استخراج شده برای متغیرهای این تحقیق بین ۰/۵۹۸۹ و ۰/۸۱۲۹ است که از مقدار حداقلی ۰/۵ بیشتر است که نشان‌دهنده روایی همگرایی مناسب سازه‌ها است.

### جمع‌بندی تحلیل داده‌ها

در این مطالعه بعد از جمع‌آوری داده‌ها، اطلاعات مربوط به آن‌ها در نرم‌افزار SPSS وارد و مورد تجزیه تحلیل قرار گرفته شد، که خلاصه نتایج آن به شرح «جدول ۳» است.

یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد که همبستگی بین متغیر مستقل و متغیر وابسته برابر با ۱۳۷/۰ است. ضریب تعیین ۱/۸۷ درصد به دست آمده و این مقدار نشان می‌دهد که ۱/۸۷ درصد تغییرات از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان به آشنایی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی مربوط می‌شود چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که آن‌هم در این آزمون برابر ۱/۸ درصد است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود در سطح ۹۵٪ رابطه معناداری بین آشنایی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی در از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان وجود دارد. با توجه به «جدول ۵» سطح معناداری محاسبه شده برای این آماره برابر ۰/۰۰۰ بوده و نشان از معنادار بودن رگرسیون در سطح ۹۵ درصد دارد. بنابراین فرضیه اصلی مبنی بر آشنایی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی به علت داشتن سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ مورد تأیید است.

- فرضیه فرعی اول تحقیق: به نظر می‌رسد که ویژگی‌های فردی و اجتماعی بهره‌برداران از فناوری‌های نوین ارتباطی در از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان نقش دارد.

همان‌گونه که مشاهده می‌شود (جدول ۴) در سطح ۹۵٪ رابطه معناداری بین ویژگی‌های فردی و اجتماعی بهره‌برداران از فناوری‌های نوین ارتباطی در از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان وجود دارد. همبستگی بین متغیر مستقل و متغیر وابسته برابر با ۰۶۳/۰ است. ضریب تعیین چهارهزارم درصد به دست آمده و این مقدار نشان می‌دهد که چهارهزارم درصد تغییرات از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان به ویژگی‌های فردی و اجتماعی بهره‌برداران از فناوری‌های نوین ارتباطی مربوط می‌شود چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که آن‌هم در این آزمون برابر صفر درصد است. با توجه به جدول سطح معناداری (جدول ۵) محاسبه شده برای این آماره برابر ۰۱۰/۰ بوده و نشان از معنادار بودن رگرسیون در سطح ۹۵ درصد دارد.

جدول ۳. فرضیه اصلی و فرضیه‌های فرعی پژوهش.

ردیف	فرضیه	شدت	سطح معناداری	نتایج
	به نظر می‌رسد که آشنایی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی در از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان نقش دارد.	۰/۱۳۷	۰/۰۰۰	تأیید
۱	به نظر می‌رسد که میان ویژگی‌های فردی و اجتماعی بهره‌برداران از فناوری‌های نوین ارتباطی در از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان نقش دارد.	۰/۰۶۳	۰/۰۱۰	تأیید
۲	به نظر می‌رسد که میان میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد.	۰/۱۳۰	۰/۰۳۰	تأیید

جدول ۴. همبستگی بین متغیرها (شاخص‌های کفایت رگرسیون).

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطا
۰/۰۶۳	۰/۰۰۴	۰/۰۰۰	۰/۱۸۵۰

جدول ۵. معنادار بودن ضرایب رگرسیونی ویژگی‌های فردی و اجتماعی بهره‌برداران از فناوری‌های نوین ارتباطی در از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان. متغیر وابسته: از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان.

سطح معناداری	T	ضرایب استاندارد نشده			متغیر
		Beta	Std. Error	B	
۰/۰۰۰	۱۲/۷۷۲		۰/۲۱۹	۲/۷۹۹	مقدار ثابت
۰/۰۱۰	۱/۰۳۱	۰/۰۶۳	۰/۱۱۹	۰/۱۲۳	ویژگی‌های فردی و اجتماعی بهره‌برداران از فناوری‌های نوین ارتباطی

متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون است که در جدول فوق آمده است. معادله رگرسیونی را می‌توان با استفاده از ستون ضرایب استاندارد نشده به شرح زیر محاسبه کرد:  $Y=2.799+0.123x1$

جدول ۶. همبستگی بین متغیرها (شاخص‌های کفایت رگرسیون).

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطا
۰/۱۳۰	۰/۰۱۷	۰/۰۱۳	۰/۸۱۳۱۲

متغیر	ضرایب استاندارد نشده		T	سطح معناداری
	B	Std. Error		
مقدار ثابت	۲/۷۲۹	۰/۱۴۴	۱۸/۹۷۵	۰/۰۰۰
میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی	۰/۰۹۹	۰/۰۴۶	۲/۱۴۹	۰/۰۳۳

فرهنگی دانشجویان ۱/۲۹۷ افزایش پیدا خواهد کرد. رابطه بین این دو متغیر مثبت و معنادار است بنابراین با افزایش متغیر میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی در از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان افزایش می‌یابد؛ بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود.

#### نتیجه‌گیری

طبق نتایج، عمده افراد دسترسی بالایی به اینترنت، تلفن همراه هوشمند، و امکانات اتصال به آن را دارند. از طرف دیگر بیشتر افراد بین ۲ تا ۴ ساعت از زمان خود را به استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی اختصاص می‌دهند. با توجه به یافته‌های پژوهش، افراد تأثیرپذیری زیادی از فناوری‌های ارتباطی دارند که در نتیجه منجر به از خودبیگانگی افراد در عام و در خاص دانشجویان می‌شود که این نتایج حاکی از اهمیت روزافزون فناوری‌های نوین ارتباطی در زندگی روزمره جامعه امروزی است.

طبق یافته‌های حاصل از پژوهش فرضیه اصلی مبتنی بر رابطه آشنایی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی در از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان، مورد تأیید قرار گرفت؛ همبستگی بین متغیر مستقل و متغیر وابسته در فرضیه اصلی

از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان  $Y =$

ویژگی‌های فردی و اجتماعی بهره‌برداران از فناوری‌های

نوین ارتباطی  $X =$

می‌توان گفت با ارتقای یک واحد از هر متغیر مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته افزایش پیدا خواهد کرد. یا به عبارتی با ارتقای یک واحد ویژگی‌های فردی و اجتماعی بهره‌برداران از فناوری‌های نوین ارتباطی به مقدار ۱۲۳/۰ از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان ۲/۷۹۹ افزایش پیدا خواهد کرد. رابطه بین این دو متغیر مثبت و معنادار است بنابراین؛ با افزایش متغیر ویژگی‌های فردی و اجتماعی بهره‌برداران از فناوری‌های نوین ارتباطی در از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان افزایش می‌یابد. بنابراین این فرضیه تأیید می‌شود.

- فرضیه فرعی دوم تحقیق: به نظر می‌رسد که میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی در از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان نقش دارد.

همان‌گونه که مشاهده می‌شود در سطح ۹۵٪ رابطه معناداری بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی در از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان وجود دارد. همبستگی بین متغیر مستقل و متغیر وابسته برابر با ۱۳۰/۰ است. ضریب تعیین ۱/۷ درصد به دست آمده و این مقدار نشان می‌دهد که ۱/۷ درصد تغییرات از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان به میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی مربوط می‌شود؛ چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد؛ لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که آن هم در این آزمون برابر ۱/۳ درصد است. سطح معناداری محاسبه شده برای این آماره برابر ۰۳۳/۰ بوده و نشان از معنادار بودن رگرسیون در سطح ۹۵ درصد دارد. متغیر وارد شده در معادله رگرسیونی هسته اصلی تحلیل رگرسیون است که در «جدول ۷» آمده.

معادله رگرسیونی را می‌توان با استفاده از ستون ضرایب استاندارد نشده به شرح زیر محاسبه کرد:

$$Y = 2.729 + 0.099x1$$

از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان  $Y =$

میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی  $X =$

می‌توان گفت با ارتقا یک واحد از هر متغیر مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته افزایش پیدا خواهد کرد. یا به عبارتی با ارتقا یک واحد میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی به مقدار ۰۹۹/۰ از خودبیگانگی

محتواها را رفته‌رفته جزء نیازهای روزمره خود دانسته و نگرش و تفکرات خود را متناسب با آثار انتشار یافته تغییر داده و به‌نوعی فرهنگ کاربران را متناسب با اهداف مدنظر بانیان این ابزارآلات متزلزل می‌کنند، کاربران به مضامین پیام عمل می‌کنند و مضمون پیام را در زندگی خود به کار می‌گیرند و جزء دستورالعمل زندگی خود قرار می‌دهند که این عمل کردن باعث خودباختگی فرهنگی در کاربران فناوری‌های نوین ارتباطی می‌شوند. با توجه به موضوعات طرح شده حیات فرهنگی کشورهای جهان سوم با چالش بزرگ مواجه می‌شود. حال که دانشجویان از افراد به‌نوعی فرهیخته هر کشور شناخته می‌شوند در مقابل این آسیب‌ها زندگی پرچالشی را مقابل خود می‌بینند.

همچنین یافته‌های حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که دانشجویان بهره‌بردار از فناوری‌های نوین ارتباطی که در سطوح تحصیلی و گروه‌های سنی و پایگاه‌های متفاوت اجتماعی اقتصادی هستند، نقش‌پذیری متفاوتی را نیز به‌تبع بهره‌برداری داشته‌اند. از آنجاکه کارکردهای مختلف این فناوری‌ها نیز تغییرات مختلفی را در بهره‌برداران ایجاد کرده است؛ حاصل نشان می‌دهد که گروه‌های سنی پایین‌تر تغییرات بیشتری را به لحاظ فرهنگی داشته‌اند از خودبیگانگی فرهنگی، برجسته شدن جاذبه‌های فرهنگی بیگانه از سویی و بی‌توجهی به عناصر فرهنگ بومی و ارزش‌های آن از سوی دیگر است که در اینجا با آزمون‌های محاسبه‌شده تأیید شده است. محتوی در دسترس در کنار ویژگی‌های فردی و اجتماعی بهره‌برداران نشان می‌دهد که هر چه میزان آشنایی بهره‌برداران با محتوای فرهنگی غربی، سبک زندگی غربی و جاذبه‌های نمایش داده شده در این فناوری‌ها بالاتر بوده است، افراد تمایل بیشتری به این فرهنگ بیگانه داشته‌اند. این موضوع جایی که باورهای دینی افراد نیز ضعیف‌تر بوده است، از خودبیگانگی بیشتری را نیز نسبت به ارزش‌های فرهنگ بومی و عناصر آن به همراه داشته است. این موضوع با توجه به نظریه امپریالیسم فرهنگی که به دنبال نشر ارزش‌های فرهنگی ربی و سبک زندگی ایشان است. نیز قابل تأیید است که برجسته نمودن جاذبه‌های سبک زندگی غربی و نمایش آن از طریق فناوری‌های مدرن ارتباطی، گریز بهره‌برداران را از سبک زندگی بومی و ارزش‌های فرهنگی آن به دنبال دارد. فرهنگی غربی با نمایش مصرف‌گرایی، تنوع‌طلبی، خشونت‌گرایی، سکس، روابط آزاد دختر و پسر، تجمل‌گرایی و بسیاری از عناصر دیگر با استفاده از جاذبه‌های

برابر با ۱۳۷/۰ است. ضریب تعیین ۱/۸۷ درصد به دست آمده و این مقدار نشان می‌دهد که ۱/۸۷ درصد تغییرات از خودبیگانگی فرهنگی دانشجویان به آشنایی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی مربوط می‌شود چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که آن‌هم در این آزمون برابر ۱/۸ درصد است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود در سطح ۹۵٪ رابطه معناداری بین آشنایی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی در ازخودبیگانگی فرهنگی دانشجویان وجود دارد. با توجه به جدول سطح معناداری محاسبه شده برای این آماره برابر ۰۰/۰ بوده و نشان از معنادار بودن رگرسیون در سطح ۹۵ درصد دارد و این نتیجه حاکی از این موضوع است که فناوری‌های نوین ارتباطی باعث ازخودبیگانگی فرهنگی می‌شود و نقش کلیدی را در موضوع دارد.

همچنین در مقایسه نتایج به دست آمده و پژوهش‌های مرتبط با موضوع تحقیق که در قسمت پیشینه پژوهش به‌طور کامل‌تر بیان شده می‌توان گفت؛ میان نتایج این پژوهش و پژوهش‌های مشابه از نظر موضوعی همخوانی وجود دارد برای مثال در پژوهش حق وردی طاقانکی و همکاران (۱۳۹۴) با عنوان «بازی‌های رایانه‌ای و هویت فرهنگی» مشخص شد که بین هویت دینی، ملی و جهانی دانش‌آموزان کاربر و غیر کاربر بازی‌های دیجیتال تفاوت معناداری وجود دارد؛ از آنجایی که پژوهش حاضر فناوری‌های نوین را در سطح کلی‌تر و گسترده‌تر مورد بررسی قرار داده، بنابراین می‌توان گفت بازی‌های دیجیتال نیز جزئی از فناوری‌های نوین ارتباطی محسوب می‌شود که با توجه به پژوهش انجام شده بر هویت فرهنگی افراد تأثیر بسزایی داشته است. در زمینه پژوهش‌های مشابه دیگر نیز همین نتیجه صادق است و می‌توان گفت پژوهش‌های دیگر بیشتر به صورت جزئی یک بخش از فناوری‌های نوین ارتباطی برای مثال بازی‌های رایانه‌ای را مورد بررسی قرار دادند اما پژوهش حاضر فناوری‌های نوین ارتباطی را به صورت کلی‌تر و در مفهوم گسترده‌تری مورد بحث و تحلیل قرار داده است که به‌نوعی می‌توان گفت نتایج پژوهش‌های دیگر را نیز در دل خود به همراه دارد.

در بعد دیگر با توجه به نظریه امپریالیسم فرهنگی که در این پژوهش به ابعاد مختلف آن پرداخته شده است، می‌توان نتیجه گرفت کاربران وقتی با محتواهای انتشار یافته که اصولاً ذات غیربومی دارند مواجه می‌شوند این

### پیشنهادهای اجرایی راهبردی

- نتایج پژوهش نشان می‌دهد با توجه به این که محتوای تولیدی و بازنشر شده در بستر فناوری‌های نوین ارتباطی در بیشتر مواقع مغایرت با فرهنگی بومی کشور دارند و این موضوع در درازمدت چالش‌های بزرگی را در مقابل حوزه فرهنگی کشور قرار می‌دهد، راهبردهای زیر پیشنهاد می‌شود:

۱. تولید محتوا متناسب فرهنگ ملی و بومی: در حوزه تولید محتوا متناسب با فرهنگ جامعه فرصت‌ها مغتنم شمرده شود و بانیان و افراد صاحب‌نظر در این حوزه با جدیدت تمام تلاش خود را معطوف به شناساندن ابعاد مختلف فرهنگ بومی در بستر فناوری‌های نوین ارتباطی و مطالعات راهبردی ارتباطات نمایند.

۲. راهبرد مسئله‌شناسی: با توجه به این مهم که جامعه آماری این پژوهش قشر دانشجویان را در بر می‌گیرد، برای درک بهتر تأثیرات این فناوری‌ها و شناسایی بیشتر و گسترده‌تر اقبال آسیب‌پذیر، به دانشجویان و پژوهشگران پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی را با در نظر گرفتن این نکته با جامعه آماری گسترده‌تر برای ریشه‌یابی این مسئله انجام دهند.

۳. راهبرد ارتقاء سواد رسانه‌ای: از آنجاکه استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی به جزئی جدایی‌ناپذیر از زندگی مردم به‌خصوص دانشجویان تبدیل شده است، پیشنهاد می‌شود رسانه ملی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سایر سازمان‌های ذی‌ربط آموزش‌های لازم را در خصوص ابعاد تأثیرگذاری فناوری‌های نوین ارتباطی برای کاربران این فضا فراهم نموده و با طراحی پیام‌های متناسب و با استفاده از مطالعات راهبردی در زمینه فناوری‌های نوین ارتباطی و فرهنگ بومی از تأثیرپذیرفتن افراطی افراد به‌خصوص دانشجویان جلوگیری نمایند.

۴. راهبرد تقویت فرهنگ بومی: با توجه به تأثیر فناوری‌های نوین بر مقوله مهم فرهنگ پیشنهاد می‌شود با ترسیم جذابیت‌های فرهنگ بومی در قالب فناوری‌های نوین ارتباطی و ایجاد سرگرمی‌هایی مبنی بر فرهنگ بومی، زمینه جذب جوانان در فرهنگ بومی فراهم شود. همچنین با توجه به ظرفیت بالای حوزه فرهنگ پیشنهاد می‌شود از نخبگان و علاقه‌مندان بومی در جهت بهره‌برداری بهتر و مفیدتر از فرهنگ بومی و تولید محتوای مناسب در زمینه‌های مختلف در جهت جذب جوانان استفاده شود.

فناوری‌های نوین، نه تنها به دنبال رواج این نوع از ارزش‌ها در سراسر جهان هستند بلکه افراد را در مقابل ارزش‌های فرهنگی خود قرار داده‌آن را به چالش می‌کشند و بجای پایبندی ایشان، به آداب، رسوم و شعائر بومی خود، ایشان را در مقابل این سنت‌ها قرار داده و مروج سبک زندگی غربی و ارزش‌های آن می‌سازند. لازم به ذکر است که تصورات، تجربیات، احساسات و باورهایی که در ذهن بهره‌برداران از فناوری‌های نوین ارتباطی وجود دارد؛ ناشی از فرهنگ ایشان است و بی‌توجهی به این فرهنگ می‌تواند به‌طور بالقوه ارتباط را بسیار مشکل و در مواردی اساساً غیر ممکن سازد. در اصل این فرهنگ ما و ارزش‌های مرتبط با آن است که کمک می‌کند تا باورها، ارزش‌ها، جهان‌بینی‌ها، زبان، رفتار غیر گفتاری و طرز رابطه در ما شکل بگیرد.

همچنین با توجه به نظریه کاشت می‌توان چنین نتیجه گرفت که محتوای فناوری‌های نوین ارتباطی بر روی باورهای کاربران تأثیر گذاشته و کاربران این باورها را درونی کرده و سپس در زندگی روزمره خود از آن استفاده می‌کنند و در نتیجه سبک زندگی کاربران دچار تغییر می‌شود. با توجه به مطالب اشاره شده و ذات غیر بومی بودن این فناوری‌های نوین، خودباختگی فرهنگی را متناسب با یافته‌های پژوهش، برای کاربران خود به بار می‌آورد.

همچنین این نتایج در چارچوب نظریه کاشت که می‌گوید رسانه‌ها بر افکار و رفتار مصرف‌کنندگان خود تأثیر می‌گذارند و وجود تفاوت بین کم‌مصرف‌ها و پر مصرف‌های رسانه‌ای نمایانگر تأثیر رسانه‌هاست، به این صورت قابل تبیین است که با افزایش استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و محتوای انتشار آن‌ها، میزان کاشت محتوا افزایش می‌یابد و به عبارتی تأثیر رسانه‌ها در کسانی که بیشتر از آنها استفاده می‌کنند بیشتر است.

در پایان می‌توان گفت از آنجایی که در تحقیق حاضر اثبات شده است پیام‌های فناوری‌های نوین ارتباطی بر روی نگرش کاربران به سبک زندگی آنان تأثیر دارد؛ لذا مدیران و تصمیم‌گیرندگان و محققان ارتباطی باید توجه ویژه‌ای به نقش محتوای فناوری‌های نوین ارتباطی و ابعاد آن بنمایند و با شناسایی نوع و میزان تأثیر آن بر سلامت جسمانی، روحی و روانی، اجتماعی و معنوی از این پیام‌ها برای تأثیرگذاری بر نگرش کاربران و تغییر سبک زندگی آن‌ها به سبک زندگی سالم‌تر و دوری از فرهنگ‌های نامناسب غیر بومی استفاده نمایند.

## پی‌نوشت‌ها

1. Jones

2. Wogu

3. Jaffe

## منابع

- افتخار معنوی، سپیده؛ سمیعی زفرقندی، مرتضی (۱۳۹۷)، تأثیر فناوری اطلاعات بر رضایت ارتباطی و یادگیری سازمانی کارکنان در پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۰ (۵۲)، ۱۶۱-۱۷۸.
- امیرییک، مرضیه؛ بابایی، محمود (۱۴۰۲)، تحلیلی بر رابطه هویت جنسیتی جوانان با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، مطالعات راهبردی ارتباطات، سال سوم، شماره ۷، ص ۱۲-۷، DOI: 10.22034/RCC.2022.253925
- بختیاری، آمنه، (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر فناوری‌های نوین بر جوانان (اینترنت)، فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، ۱۰ (۲۹)، تابستان ۱۳۹۴
- بختیاری، آمنه؛ امیر مظاهری، سید امیر مسعود؛ نصیری، بهاره (۱۴۰۰)، ارائه مدل مطلوب و چشم‌انداز آتی تغییرات سبک زندگی خانواده با ورود فناوری‌های نوین ارتباطی در شهر تهران از دیدگاه خبرگان، فصلنامه پژوهشنامه زنان، سال، ۱۲ شماره، ۴ زمستان، ۱۴۰۰ - ۳۸
- بهرامپور، شعبانعلی (۱۳۸۱)، فناوری‌های نوین ارتباطی و چالش‌های فرهنگی در ایران، فصلنامه رسانه، شماره ۵۲، حسنوند، صحبت اله (۱۳۹۹)، عوامل بیگانگی اجتماعی میان امام علی (ع) و مردم زمانه در نهج البلاغه، مطالعات قرآن و حدیث، ۱۳ (۲)، ۲۱۹-۲۴۶.
- خانیک، هادی؛ کاووسی، لیدا (۱۳۹۱)، «تئاتر برای توسعه» به مثابه رسانه: فرایند شکل‌گیری و ویژگی‌های
- ارتباطی، فصلنامه علوم اجتماعی، ۱۹ (۵۹)، ۱۴۲-۱۷۳.
- دواس، دی ای (۱۳۹۱)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ ناییب، تهران: نشر نی.
- کوشی، مسعود (۱۳۹۶)، فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، تهران: سمت.
- مرادی، علی، صفاریان، محسن (۱۳۹۷)، مطالعه رابطه بین سرمایه اجتماعی و امید به آینده با بی‌تفاوتی جوانان (مورد مطالعه: شهر کرمانشاه)، مجله علمی مدیریت سرمایه اجتماعی، ۵ (۳)، ۳۸۵-۴۱۰.
- مظفری، محمدمهدی و اکبری، کاظم (۱۳۹۴)، تأثیر تلویزیون بر مدگرایی بر اساس نظریه کاشت مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ع)، اولین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه‌ریزی فرهنگی اجتماعی ایران، تهران.
- رونقی، مرضیه (۱۴۰۱)، بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارتباطات کاربران متاهل در خانواده، مطالعات راهبردی ارتباطات، دوره ۲، شماره ۲، مهر ۱۴۰۱، صفحه ۳۷-۵۱، doi: 10.22034/RCC.2022.254147
- نچمیاس، دیوید (۱۳۹۰)، روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی، ترجمه رضا فاضلی و باقر ساروخانی، تهران: نشر سروش.
- نقیب السادات، سیدرضا (۱۳۹۱)، روش تحقیق ارتباطات، تهران: نشر علم.

Bakker, J. I. (2017). Imperialism. The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Social Theory, 1-9.

- Dunayevskaya, R. (2018). The Theory of Alienation: Marx's Debt to Hegel. In Marx's Philosophy of Revolution in Permanence for Our Day (pp. 31-36). Brill.

- Jaffe, A. M., Thakkar, M. J., & Piron, P. (2017). Denial of ambivalence as a hallmark of parental alienation. Cogent Psychology, 4 (1), 1327144.

- Jones, C. S., & Nangah, Z. (2020). Higher educa-

tion students: barriers to engagement; psychological alienation theory, trauma and trust: a systematic review. Perspectives: Policy and Practice in Higher Education, 1-10

- Wogu, I. A. P., Olu-Owolabi, F. E., Assibong, P. A., Agoha, B. C., Sholarin, M., Elegbeleye, A., ... & Apeh, H. A. (2017, October). Artificial intelligence, alienation and ontological problems of other minds: A critical investigation into the future of man and machines. In 2017) 1-10).