

## بررسی رابطه بین میزان فعالیت در فضای مجازی و بیگانگی اجتماعی دانشجویان دانشگاه‌های مرد

جعفر عباسی سلطانی<sup>۱</sup>

محمود علمی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۴/۲۳

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۸/۳/۹

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان احساس بیگانگی اجتماعی دانشجویان دانشگاه‌های مرد صورت گرفته است. روش مورد استفاده در این پژوهش طرح تحقیق پیمایش مقطعی با هدف تبیین و توصیف داده‌ها می‌باشد. برای سنجش متغیر وابسته یعنی احساس بیگانگی اجتماعی از شاخص‌های استاندارد سنجش بیگانگی اجتماعی ملوین سیمن استفاده شده است. جامعه آماری مورد نظر در انجام تحقیق دانشجویان مشغول به تحصیل در دانشگاه‌های شهرستان مرد در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ بود که توسط فرمول کوکران تعداد حجم نمونه از کل جامعه آماری، ۳۸۶ نمونه برآورد شد و پرسشنامه بین نمونه‌های آماری بر اساس نوع دانشگاه، دانشکده و مقطع تحصیلی توزیع گردید، سپس داده‌های جمع‌آوری شده با نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. اصلی‌ترین و عمده‌ترین نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان می‌دهد که بین میزان فعالیت در دنیای مجازی و میزان احساس بیگانگی اجتماعی دانشجویان همبستگی مثبت وجود دارد. یعنی با افزایش مدت استفاده از دنیای مجازی میزان احساس بیگانگی اجتماعی نیز افزایش می‌یابد. بین میزان استفاده از دنیای مجازی و چند مولفه بیگانگی اجتماعی هم‌چون: میزان انزواطلبی، احساس بی‌معنایی و احساس بی‌هنجاری در بین دانشجویان همبستگی مثبت مشاهده می‌شود. هم‌چنین میزان احساس بیگانگی اجتماعی بر حسب جنسیت دانشجویان تفاوتی نداشته ولی میزان احساس بیگانگی اجتماعی بر حسب وضعیت تاهل دانشجویان متفاوت می‌باشد، و میزان احساس بیگانگی اجتماعی دانشجویان متأهل بیشتر از دانشجویان مجرد می‌باشد.

**واژگان کلیدی:** فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، اینترنت، بیگانگی اجتماعی.

۱. کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی؛ تبریز- ایران.

۲. استادیار گروه علوم اجتماعی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی؛ تبریز- ایران (نویسنده مسئول).

## مقدمه

انسان در تعامل و تقابل با دیگران، نیازهای خود را بر طرف ساخته و گذران امور می‌کند. اثرات این کنش‌ها، متقابل و نقش آن‌ها تا حدی است که حذف آن، زندگی را غیر ممکن می‌سازد. اما در این میان دانشمندان علوم اجتماعی با نگرشی کنجکاوانه در جوامع، به شناسایی این کنش‌ها پرداخته و به مجموعه عواملی پی برده‌اند که این نوع کنش‌ها و اهداف مدنظر آن را تهدید نموده و تأثیرات منفی بر انسجام اجتماعی می‌گذارد که یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در این زمینه مبحث بیگانگی آن هم از نوع اجتماعی آن یعنی بیگانگی اجتماعی می‌باشد.

بیگانگی به مفهوم عام آن، که برخی از جامعه‌شناسان و روان‌شناسان اجتماعی از آن به گونه‌ای گسترده برای تبیین برخی از اشکال کنش‌ها و واکنش‌ها به جریان‌های اجتماعی و واقعیت‌های پیرامونی، فشارهای روانی و تحمیلات بیرونی و نیز توضیح انفصال فرد از نظام ارزش‌ها، باورها، هنجارها، اهداف فرهنگی و همچنین جهت اشاره به انفعال، بی‌علاقگی و عدم مشارکت اجتماعی-سیاسی و صور آسیب‌شناختی مشارکت استفاده کرده‌اند، از مفاهیمی است که در تاریخ تفکر اجتماعی قدمت و سابقه طولانی دارد و ریشه‌های آن به نخستین دوره‌های تاریخ منظوم بر می‌گردد، آثار اولیه آن در بخش‌هایی از تاریخ فلسفی، مذهبی، اسطوره‌ای و ادبیات کهن مشهود است.

هگل<sup>۱</sup> را شاید بتوان نخستین اندیشمندی به شمار آورد که به بحثی فلسفی و گسترده در باب مفهوم بیگانگی پرداخته است. تحلیل هگل از بیگانگی جنبه‌ای (سیستماتیک) و در عین حال، خصلتی ذهن‌گرایانه<sup>۲</sup> دارد. کارل مارکس، در مقام یکی از هگلی‌های چپ، برای نخستین بار با کاربرد این مفهوم در مباحث جامعه‌شناختی خود، کوشیده است تا کانون توجه خود را از دنیای اذهان و افکار به جهان واقعی و عینی متمایل سازد.

با این حال، در چند اصل و زمینه نظر جامعه‌شناسان در باب بیگانگی مشترک است: اول این که، اهالی حوزه‌های جامعه‌شناسی ریشه‌های بیگانگی و علل آن را نه در درون فرد بلکه در بیرون او و در واقعیت‌های اجتماعی، نهادها، ساختارها، روابط اجتماعی و نظایر آن جستجو می‌کنند. دوم، این که نقطه عزیمت آن‌ها از جامعه و ساخت اجتماعی است.

سوم، احساسات افراد را در قبال جامعه می‌سنجند.

چهارم، واحد تحلیل آن‌ها جمع است نه فرد.

پنجم، بیگانگی را امری تحمیلی و مسئله‌ای ناخواسته به شمار می‌آورند که از سوی نظام اجتماعی بر فرد تحمیل گردیده است (محسنی تبریزی، ۱۳۷۰: ۳۰-۴۵).

در نزد دورکهایم، بیگانگی که مترادف با کلمه آنومی دانسته شده است، به نوعی حالت فکری اطلاق

<sup>۱</sup> Hegel

<sup>۲</sup> Subjective

می‌شود که در آن فرد به واسطه اختلالات اجتماعی، به نوعی سردرگمی در انتخاب هنجارها، تبعیت از قواعد رفتاری و احساس فتور و پوچی دچار است. امیل دورکهایم به انتقال جامعه از حالت انسجام مکانیکی به انسجام ارگانیکی اشاره دارد و اثرات آن را به صورت بروز بی‌هنجاری و اختلال و نابسامانی در روابط، قواعد و ارزش‌های اجتماعی بررسی می‌کند (محسنی تبریزی، ۱۳۷۰: ۳۳).

از سوی دیگر روان‌شناسان بیگانگی را در سطح فردی مطالعه می‌کنند و عمدتاً متوجه آنومی روانی هستند. در آنومی روانی معمولاً احساسات فرد در قبال خود سنجیده می‌شود. از این رو، از خود بیگانگی و عوامل بیگانه‌زا موضوع بحث روان‌شناسان است. آنان با فرض علل روان‌شناختی بر بیگانگی و ربط آن به شخصیت، مزاج یا نیروهای سرکش درونی، سرکوب‌های روانی و سرکوب‌های غرایز درونی انسان توسط جامعه را مطرح می‌سازند و به چگونگی پرورش و رشد شخصیت عامل رفتار، گرایش‌ها و خلیات پدر و مادر، چگونگی اجتماعی شدن انگیزه‌ها، سرخوردگی‌های دوران کودکی، تجارب نخستین ایام طفولیت، زمینه‌های طبقاتی و چگونگی بازبینی و کنترل در تبیین بیگانگی روانی توجه می‌کنند (همان: ۳۵-۳۰).

اریکسون، گودمن و فردینبرگ نیز به بحران هویت اشاره کرده‌اند. به نظر این روان‌شناسان، فرد از یک سو از طریق سیستم فرهنگی، مفهوم و ارزش استقلال و اراده را فرا می‌گیرد و از سوی دیگر، به محض ابراز کوچک‌ترین تکروی و استقلال رأی و رفتار، تویخ و تنبیه می‌گردد. از طرفی، فرد خصوصاً در دوران جامعه‌پذیری چون با انواع و اقسام تقاضاها و خواسته‌ها از سوی دیگران (جامعه، خانواده، مدرسه و ...) روبروست، این تقاضاها از هر سو بر او می‌بارند. او می‌باید با این تقاضاهای متعدد برخوردی معقول و پسندیده داشته باشد، یعنی به خود بقبولاند که تأمین و برآوردن تقاضای دیگران و اجابت انتظارات آنان اولین کامیابی در زندگی اجتماعی است. از طرفی، فرد می‌باید اهدافی را که دیگران بر او مقرر کرده‌اند و راه‌هایی را که دیگران فرا روی او در نیل به این اهداف تعیین نموده‌اند با جان و دل پذیرا باشد. در چنین وضعیتی فرد دیگر خود نیست، چون او فرصت و امکانات قلیلی برای شناخت و توسعه هویت خود دارد (همان: ۳۵). هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی رابطه بین میزان فعالیت در فضای مجازی و بیگانگی اجتماعی دانشجویان دانشگاه‌های مرنده می‌باشد و سوال اصلی پژوهش این است که چه رابطه‌ای بین میزان فعالیت در فضای مجازی و بیگانگی اجتماعی دانشجویان دانشگاه‌های مرنده وجود دارد؟

## اهداف تحقیق

### هدف اصلی

- تعیین رابطه بین میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان بیگانگی اجتماعی دانشجویان دانشگاه‌های مرنده.

### اهداف اختصاصی

- تعیین رابطه بین میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان انزوایابی دانشجویان
- تعیین رابطه میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان احساس بی‌قدرتی دانشجویان
- تعیین رابطه میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان بی‌هنجاری دانشجویان
- تعیین رابطه میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان احساس بی‌معنایی دانشجویان
- تعیین رابطه میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان احساس بیگانگی از خود دانشجویان
- تعیین تفاوت میزان احساس بیگانگی اجتماعی دانشجویان بر حسب جنسیت آن‌ها
- تعیین تفاوت میزان احساس بیگانگی اجتماعی دانشجویان بر حسب وضعیت تاهل آن‌ها.

### پیشینه تجربی

در تحقیقی که به بررسی میزان و نوع استفاده از اینترنت و تاثیر استفاده از اینترنت بر روی رفتار اجتماعی، روابط اجتماعی و حالات روان‌شناختی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی مشهد معطوف است. به عوامل موثر بر میزان استفاده از اینترنت از سوی دانشجویان نیز شده است و از آن‌ها در مورد پیامدهای مثبت و منفی استفاده از اینترنت سوال شده است. فرضیات اصلی تحقیق به ارتباط میان جنسیت، سن، مقطع تحصیلی و موافقت خانواده با میزان و نوع استفاده از اینترنت و همچنین به تاثیر میزان استفاده از اینترنت بر رفتارهای اجتماعی و روانی مانند: افزایش یا کاهش روابط اجتماعی، وابستگی و اعتیاد به اینترنت، انزوا و افسردگی، عصبانیت و پرخاشگری، بی‌توجهی به خانواده و دوستان، خلل در انجام کارهای روزانه و افزایش اطلاعات و آگاهی‌های علمی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و ورزشی بر می‌گردد. تحقیق حاضر از نوع پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق را تمامی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد که مشغول به تحصیل می‌باشند، تشکیل می‌دهند. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده مبتنی بر دو طبقه دختر و پسر و براساس فرمول کوکران تعداد ۳۷۸ نفر به عنوان حجم نمونه مکفی به دست آمد که برای اعتبار بیشتر داده‌ها از ۴۰۰ نفر از دانشجویان (۲۰۰ دختر و ۲۰۰ پسر) پرسشگری و مصاحبه به عمل آمد. نتایج نشان می‌دهد که بین تحصیلات، سن، میزان موافقت والدین در استفاده از اینترنت، میزان ترس و اضطراب در برقراری ارتباط با متغیر وابسته رابطه و همبستگی معناداری وجود دارد. استفاده از اینترنت باعث کاهش ارتباطات اجتماعی شده و میزان آگاهی‌های تحصیلی، علمی و اجتماعی را در افراد افزایش می‌دهد (نوابخش و رحمانی، ۱۳۹۳).

در پژوهشی با موضوع اینترنت و هویت اجتماعی با این فرض که اینترنت بر تمام ابعاد هویتی جوانان تأثیرگذار است، سعی در بررسی و شناخت این موضوع شده است. روش تحقیق پیمایش و ابزار استفاده شده پرسشنامه بوده که جهت مطالعه جوانان پسر بین ۱۵ تا ۲۹ سال شهر خلخال، به وسیله فرمول کوکران حجم نمونه‌ای به میزان ۳۶۴ نفر با توجه به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شده است. فرضیه

اصلی پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنی دار بین استفاده از اینترنت و هویت فردی است. یافته‌های این پژوهش حاکی است که اختلاف معنی‌داری در میانگین هویت فردی جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند و آنانی که استفاده نمی‌کنند، وجود دارد و میانگین رتبه هویت فردی در جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند، بیشتر از جوانانی است که از اینترنت استفاده نمی‌کنند. نتایج به دست آمده از بعد هویت گروهی حاکی از آن است که بین استفاده از اینترنت و هویت گروهی جوانان رابطه وجود دارد. یافته‌های این پژوهش نشان داد که اختلاف معناداری در میانگین رتبه هویت گروهی جوانان وجود دارد و میانگین رتبه هویت گروهی جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند کمتر از جوانانی است که از اینترنت استفاده نمی‌کنند. آنان روحیه جمع‌گرایی و همبستگی اجتماعی ضعیفی دارند و معمولاً فردگرا بوده، نسبت به جامعه تعهد کمتری دارند، حس مشارکت ضعیفی دارند و نسبت به جامعه احساس تعلق کمتری می‌کنند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که اختلاف معنی‌داری در میانگین رتبه هویت خانوادگی جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند و آنانی که استفاده نمی‌کنند وجود دارد و میانگین رتبه هویت خانوادگی در جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند کمتر از جوانانی است که از اینترنت استفاده نمی‌کنند.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که اختلاف معنی‌داری در میانگین هویت ملی جوانان وجود دارد و میانگین رتبه هویت ملی در جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند کمتر از جوانانی است که از اینترنت استفاده نمی‌کنند. به عبارتی دیگر هویت ملی جوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند ضعیف‌تر است.

نتایج به دست آمده از هویت دینی جوانان حاکی از آن بود که بین استفاده از اینترنت و هویت دینی رابطه وجود ندارد و آزمون تی‌تست نشان می‌دهد که اختلاف معنی‌داری در هویت دینی جوانان وجود ندارد. به عبارتی استفاده از اینترنت بر هویت دینی جوانان تأثیر ندارد. و این نشان دهنده این است که علی‌رغم تبلیغ گسترده تکثرگرایی دینی و سکولاریسم جوانان به هویت دینی خود علاقه دارند و به طور کلی نتایج نشان دادند که میزان استفاده از اینترنت بر ابعاد هویتی (هویت فردی، هویت گروهی، هویت ملی و هویت خانوادگی) اثر می‌گذارد و تنها اثر معنی‌داری بر هویت دینی ندارد. همچنین پایگاه اجتماعی و اقتصادی استفاده‌کنندگان از اینترنت بر هویت فردی، هویت خانوادگی اثر می‌گذارد و بالا رفتن پایگاه موجب بالارفتن حس تعلقات فردی و خانوادگی می‌شود و بالعکس بالا رفتن پایگاه موجب پایین آمدن تعلقات دینی و جنسیتی می‌شود. نتایج کلی این تحقیق نشان می‌دهد استفاده از اینترنت تعلقات فردی (هویت فردی) جوانان را تقویت می‌کند و در مقابل تعلقات جمعی (هویت خانوادگی، گروهی و ملی) را تضعیف می‌کند و این امر به منزله یک مسأله اجتماعی است که زمینه‌ساز بحران هویتی جوانان می‌شود (نوابخش و دیگران، ۱۳۹۲).

در پژوهشی با موضوع آسیب‌شناسی فضای مجازی، بررسی تأثیر استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی دانشجویان عنوان گردیده: فرضیه رابطه بین استفاده اجتماعی از اینترنت، وضعیت استفاده از اینترنت (میزان ساعات استفاده از اینترنت در روز) و متغیر زمینه‌ای (وضع اشتغال) با انزوای اجتماعی که متغیر

وابسته در این تحقیق است، معنادار شد و این فرضیات تأیید شده‌اند. بر اساس نتایج به دست آمده، بررسی جهت تأثیر متغیرهای مستقل و تحلیل رگرسیون چند متغیره نشان می‌دهد که استفاده اجتماعی از اینترنت ۰/۲۳۷ روی متغیر وابسته انزوای اجتماعی تأثیر دارد. کسانی که با اینترنت از طریق ایمیل، چت و سایت‌های دوست‌یابی کار می‌کنند، انزوای بیشتری نسبت به سایرین دارند. بر طبق نظریه دریفوس: افراد هرچه بیشتر از شبکه استفاده کنند، گرایش بیشتری به خزیدن در دنیای غیر واقعی و تنهایی دارند، چراکه استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنت درگیری فرد در دنیای فیزیکی و اجتماعی را کاهش می‌دهد. ساعات استفاده از اینترنت با ضریب مسیر ۰/۱۶- همبستگی معکوسی با انزوای اجتماعی دارد. میان زمان استفاده از اینترنت در طول شبانه روز و انزوای اجتماعی رابطه‌ای معنادار و معکوس وجود دارد. متغیر زمینه‌ای وضعیت اشتغال با ضریب مسیر ۰/۱۵- دارای همبستگی معکوس با متغیر انزوای اجتماعی است. این تحقیق نیز مانند بسیاری از تحقیقات دیگر نشان می‌دهد: بین متغیرهای زمینه‌ای (در این جا وضعیت اشتغال) و انزوای اجتماعی رابطه وجود دارد (ربعی و محمدزاده، ۱۳۹۱).

در تحقیقی با موضوع بررسی رابطه دین‌داری و بیگانگی اجتماعی مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس، فرض بر بالا بودن میزان بیگانگی اجتماعی در میان دانشجویان تحصیلات تکمیلی است. یافته‌های این پژوهش نشانگر این مطلب هستند که چنین مفروضی رواست و بخش قابل توجهی از جمعیت مورد بحث از میزان بیگانگی اجتماعی (در تمامی اشکال و صور آن) برخوردار است. بر این اساس در تمامی ابعاد، افراد در حد زیاد و خیلی زیادی احساس بیگانگی اجتماعی کرده و تنها تعداد بسیار کمی از افراد هستند که نسبت به ارزش‌ها، هنجارها و معانی مستقر نظام اجتماعی احساس تعلق می‌کنند. شواهد نشان می‌دهد که پس از جمع ابعاد بیگانگی اجتماعی و شاخص‌بندی مفهوم، تقریباً ۸۰ درصد افراد نمونه از بیگانگی اجتماعی زیاد و بسیار زیاد و حدود ۲۰ درصد از بیگانگی اجتماعی متوسطی برخوردارند. در عین حال حدود سه پنجم از پاسخگویان دارای دین‌داری زیاد و بسیار زیادی بوده و تنها یک پنجم آن‌ها از دین‌داری ضعیفی برخوردارند. این امر نشان می‌دهد که به طور کلی جمعیت مورد تحقیق در دو متغیر دین‌داری و بیگانگی اجتماعی از میانگین بالایی برخوردار است و در ظاهر بر خلاف فرض اصلی این پژوهش هر چه بر میزان دین‌داری افزوده شود، بر میزان بیگانگی اجتماعی افزوده خواهد شد. بر خلاف شواهد موجود، علی‌رغم وجود سطح بالای دین‌داری در جامعه مورد بررسی، بیگانگی اجتماعی افراد نیز بیانگر وضعیت هشدار دهنده‌ای است. با تکیه بر یافته‌های حاصل از این پژوهش می‌توان ادعان کرد که دین‌داری عامل کاهش بیگانگی اجتماعی قلمداد می‌شود (سراج و دیگران، ۱۳۹۱).

در رساله دکتری با عنوان تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی ایرانیان بر اساس موقعیت ساختاری آنان مطالعه موردی شهر تهران، نتایج مدل نهایی نشان داد ۶۴ درصد از تغییرات (تقویت یا تضعیف) متغیر هویت ملی در نزد شهروندان تهرانی همزمان تحت تأثیر ۱۳ متغیر قرار دارد که در بین متغیرهای

مذکور، متغیرهای میزان واقعیت‌پنداری محتوای فضای مجازی با ضریب استاندارد ( $\beta=0/78$ ) و مهارت شناختی مخاطبان از فضای مجازی و انگیزه استفاده از فضای مجازی به ترتیب با مقادیر ضریب استاندارد ( $\beta=0/18$ ) و ( $\beta=0/15$ ) بیشترین اثر تقویتی و در مقابل متغیرهای میزان اعتماد کنندگی به فضای مجازی ( $\beta=-0/27$ ) و خصوصیات زمینه‌ای (۲۰٪) سبب تضعیف هویت ملی می‌گردند. مثلاً به ازای هر واحد افزایش یا تقویت میزان اعتماد کنندگی و ضریب خصوصیات شخصی، به اندازه ۲۷ واحد و ۲۰ واحد کاهش در گرایش به هویت ملی به وجود می‌آید (میرمحمدی و دیگری، ۱۳۹۱).

تحقیق دیگری در این زمینه به بررسی آسیب‌های فضای مجازی در بین دانش‌آموزان دختر می‌باشد که نتایج آن نشان داد استفاده از فضای مجازی در ابعاد خانوادگی، تحصیلی، سازگاری، اعتقادی-عبادی و روانی دانش‌آموزان تاثیر منفی دارد و بین وسایل، «تلفن همراه» بیشترین و بازی‌های رایانه‌ای کمترین آسیب را بر دانش‌آموزان داشته است. دانش‌آموزان در اولویت‌بندی راهکارهای مقابله با آسیب‌های فضای مجازی، تقویت ارتباطات منطقی و عاطفی در خانواده و جایگزین کردن تفریح‌های سالم، درگیر کردن افراد در فعالیت‌ها و برنامه‌های مثبت را مهم‌ترین و افزایش نظارت حوزه‌های سیاسی امنیتی و فیلترینگ را کم‌اهمیت‌ترین راهکار برای کاهش آسیب‌های فضای مجازی دانسته‌اند (زندوانیان و دیگران، ۱۳۹۲).

پژوهشی با عنوان بررسی عوامل مرتبط با بازنمایی هویت در فضای اینترنت در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز در سال تحصیلی ۹۱-۱۳۹۰ انجام یافته است. چارچوب نظری تحقیق را نظریه‌های کنش متقابل نمادین روزنبرگ، حوزه عمومی هابرماس و آنتونی گیدنز تشکیل می‌دهد. روش تحقیق پیمایشی بوده و جامعه آماری کلیه دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز که تعداد آن‌ها طبق آمار گزارش شده از سوی دانشگاه برابر با ۲۴۶۸۶ نفر می‌باشد و طبق فرمول نمونه‌گیری کوکران ۳۷۸ نمونه به شیوه نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری تحقیق پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد که در مقیاس طیف لیکرت ۵ درجه‌ای و همچنین سوال‌های بسته پاسخ در مورد متغیرهای زمینه‌ای طراحی گردیده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها نشان داد که بین گمنامی در اینترنت، مهارت، فضای آزاد اینترنتی و فشارهای اجتماعی با هویت بازنمایی شده در اینترنت همبستگی مستقیم داشتند. همچنین هویت بازنمایی شده در بین دانشجویان زن و مرد متفاوت بود. در نهایت طبق تحلیل رگرسیون چندمتغیره ۳۴٪ از تغییرات متغیر ملاک (هویت بازنمایی شده) توسط متغیرهای پیشین در تحقیق تبیین می‌شود (آراسته و دیگری، ۱۳۹۲).

تاثیر اینترنت بر زندگی اجتماعی کاربران (نمونه از ۱۳ کشور جهان)<sup>۱</sup> بررسی اثر استفاده از اینترنت بر تعاملات اجتماعی در حوزه زندگی جداگانه (به عنوان مثال با اعضای خانواده، دوستان، همکاران). تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد که استفاده از اینترنت در واقع می‌تواند عاملی برای افزایش میزان و تداوم زندگی اجتماعی کاربران باشد. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که ارتباط معنی‌داری بین استفاده از

<sup>1</sup> The impact of the Internet on the social lives of users: A representative sample from 13 countries (Yair Amichai-Zack Hayat).

اینترنت و افزایش تعاملات اجتماعی مورد بحث وجود دارد و استفاده از اینترنت تاثیر منفی بر زندگی اجتماعی کاربران ندارد و در برخی جنبه‌های آن حتی ممکن است تاثیرات مثبت داشته باشد که این یافته‌ها در تعارض با یافته‌های کرات و همکاران (۲۰۰۲)، می‌باشد (Amichai & Hayat, 2010).

در تحقیقی با عنوان تاثیر شبکه‌ها و انجمن‌های کامپیوتری در سرمایه اجتماعی و مشارکت اجتماعی<sup>۱</sup>: افزایش استفاده از اینترنت و حضور در شبکه‌های اجتماعی آن موجب تسهیل در ساخت و ایجاد سرمایه اجتماعی شده که با ایجاد این سرمایه اجتماعی و رشد و توسعه آن مشارکت اجتماعی و دلبستگی به جامعه افزایش یافته و کیفیت زندگی بهبود می‌یابد. اگر چه شرکت در گروه‌های اجتماعی در طول زمان کاهش می‌یابد، مشارکت اجتماعی و دلبستگی بدون تغییر باقی مانده است. رسانه‌ها از جمله اینترنت، به روند ارتباطات سیاسی کمک می‌نماید. شبکه‌های اجتماعی و اینترنت نقش بسزایی در فرآیند یادگیری از طریق ارتباطات و تشکیل سرمایه اجتماعی ایفا می‌نمایند (Kavanaugh, Patterson, 2001).

تحقیقی با عنوان عوامل اجتماعی مؤثر بر بیگانگی دانشجویان تایوان در سال ۲۰۰۱ انجام داده است تعداد نمونه آماری این تحقیق ۷۰۸ دانشجوی رشته‌های مختلف دانشگاه ملی تایوان می‌باشد. تحقیق از نوع پیمایشی است و ابزار اندازه‌گیری نیز پرسشنامه می‌باشد.

آلفرد رویی و همکاران تحقیقی با عنوان احساس بیگانگی در میان دانشجویان سال آخر در آمریکا (۲۰۰۵) انجام داده‌اند. نمونه آماری این تحقیق شامل ۴۶ نفر آفریقایی-آمریکایی، ۷۱ نفر هند و اروپایی و ۲ نفر اسپانیایی می‌باشد. نتیجه آزمون تحلیل واریانس چند متغیره نشان دهنده رابطه معنی‌دار بین قومیت و جنسیت با بیگانگی می‌باشد. آزمون‌های تعقیبی نیز بیانگر آن است که افراد آفریقایی-آمریکایی به طور کلی بیشتر از هند و اروپایی ناهنجار هستند (Rovai, 2005: 103).

در سال ۲۰۰۳ تحقیقی با عنوان «مصرف رسانه‌های جمعی در میان نوجوانان» توسط جمعی از پژوهشگران اسپانیایی جهت توصیف مصرف رسانه‌های جمعی (تلویزیون، تلفن‌های همراه، کامپیوتر، اینترنت و بازی‌های ویدئویی) در میان نوجوانان و تجزیه و تحلیل تأثیرات آن بر روی سلامتی و پیشرفت آن‌ها صورت پذیرفته است. در این تحقیق که به روش پیمایشی صورت گرفته است، از نمونه‌ای آماری شامل ۸۸۴ نوجوان ساکن شش شهر ایلات کانتابریای اسپانیا که بین ۱۴ تا ۱۸ سال سن داشتند و در مقاطع سوم و چهارم دبیرستان مشغول تحصیل بوده‌اند، استفاده شده است. یافته‌ها نشانگر این هستند که نوجوانان در طول ایام هفته به طور میانگین ۳ ساعت در روز و در روزهای تعطیل آخر هفته نیز به طور میانگین ۳/۲ ساعت در روز را به تماشای تلویزیون می‌پرداختند. استفاده آن‌ها از کنسول‌های بازی نیز به طور میانگین ۰/۶۹ در روز (۴۱ دقیقه) در طول هفته و ۱/۰۹ ساعت در روز (۶۵ دقیقه) در تعطیلات

<sup>1</sup> The Impact of Community Computer Networks on Social Capital and Community Involvement (ANDREA L. KAVANAUGH-Virginia Polytechnic Institute and State University--SCOTT J. PATTERSON San Francisco State University, 2001).

آخر هفته را شامل می‌شود. این افراد از اینترنت نیز به میزان ۰/۸۳ ساعت (۴۹ دقیقه) در روز در طول ایام هفته و ۱/۱۵ ساعت در روز (۶۹ دقیقه) در تعطیلات آخر هفته استفاده می‌کنند. ۸۷/۲ درصد نوجوانان دارای تلفن همراه هستند (این آمار در برگیرنده ۹۱/۶ درصد دختران ۸۲/۴ درصد پسران می‌باشد). نوجوانان به طور میانگین در سن ۱۳ سالگی اولین تجربه کار با تلفن همراه را کسب کرده‌اند. هزینه ماهانه تلفن همراه برای دختران بالغ بر ۱۵ واحد پولی و برای پسران بالغ بر ۱۰ واحد پولی می‌شود و همچنین از تلفن‌های همراه نیز غالباً برای ارسال پیامک بهره گرفته می‌شود. تقریباً نیمی از نوجوانان (۴۶/۴ درصد) تلفن همراه خود را با خود به دبیرستان می‌برند و آمارها نشان می‌دهند که به طور میانگین در میان اعضای خانواده‌های آن‌ها حداقل سه تلفن همراه وجود دارد. اکثر آن‌ها (۸۲/۱ درصد) علاقمند به گشت و گذار در اینترنت می‌باشند اما در این میان پسران ترجیح می‌دهند که بیشتر به گشت و گذار و دانلود بازی بپردازند و دختران علاقه بیشتری به چت و ارسال ایمیل از خود نشان می‌دهند. ۶۲ درصد نوجوانان به کافینت رفته‌اند و ۴۰/۸ درصد آن‌ها، به ویژه پسران (۳۳ درصد از پسران در مقابل ۷/۷ درصد از دختران)، نیز از وب سایت‌های پرونوگرافی بازدید کرده‌اند. در حدود دو سوم از نوجوانان (۷۱/۵ درصد)، به ویژه پسران (۸۷ درصد از پسران در مقابل ۵۷ درصد دختران)، از کنسول بازی‌های ویدئویی برخوردار بوده‌اند. علاوه بر این آن‌ها به طور میانگین از سن ۸/۸ سالگی بازی با این وسایل را آغاز کردند. در این خصوص پسران بیشتر ترجیح می‌دهند که بازی‌های تیراندازی، مبارزه‌ای، ورزشی و اتومبیل‌رانی را انجام دهند. در مقابل این امر دختران به بازی‌های ماجراجویانه علاقمند هستند. تقریباً یک چهارم این نوجوانان (۲۲/۲ درصد) پول خود را صرف بازی‌های ویدئویی و کافینت‌ها می‌کنند. (پسران به طور میانگین ۲۷/۰۶ درصد واحد پولی در ماه و دختران ۱۶/۸۱ واحد در ماه). محققان این پژوهش معتقدند که به طور کلی متخصصان امور اجتماعی و به خصوص متخصصان امور بهداشت و سلامت می‌بایست که آموزش‌های بهداشتی در مورد مصرف رسانه‌های جمعی را از طریق تشویق و تعلیم نوجوانان در مورد استفاده معقولانه از این وسایل افزایش دهند. آن‌ها در ادامه می‌افزایند که والدین باید محدودیت استفاده کمتر از دو ساعت را برای استفاده از رسانه‌های جمعی برای نوجوانان خود اعمال کرده و از این که این وسایل در اتاق خواب آن‌ها وجود داشته باشد ممانعت به عمل آورند. همچنین معتقدند که والدین می‌بایست که نوجوانان خود را در مورد بازی‌های ویدئویی دسترسی به اینترنت و کاربرد ایمیل آموزش داده و بر آن نظارت کنند (Sanz, Figuero et al, 2003).

### فرضیات تحقیق

#### فرضیه اصلی

- بین میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان احساس بیگانگی اجتماعی دانشجویان دانشگاه‌های مرن رابطه وجود دارد.

### فرضیه های اختصاصی

- بین میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان انزوایابی دانشجویان ارتباط وجود دارد.
- بین میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان احساس بی‌قدرتی دانشجویان ارتباط وجود دارد.
- بین میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان بی‌هنجاری دانشجویان ارتباط وجود دارد.
- بین میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان احساس بی‌معنایی دانشجویان ارتباط وجود دارد.
- بین میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان احساس بیگانگی از خود دانشجویان ارتباط وجود دارد.
- میزان احساس بیگانگی اجتماعی دانشجویان بر حسب جنسیت دانشجویان متفاوت است.
- میزان احساس بیگانگی اجتماعی دانشجویان بر حسب وضعیت تاهل دانشجویان متفاوت است.

### تعریف متغیرها

#### بیگانگی اجتماعی

بیگانگی اجتماعی حالتی است که در آن فرد خود را غریبه‌ای احساس می‌کند. حالتی است که فرد خود را دیگر مرکز عالم به حساب نمی‌آورد و خالق اعمال خود نیست، بلکه اعمال و نتایج آن حاکم بر وی هستند، از آن اطاعت می‌کند و یا حتی آن را ستایش می‌کند (فروم، ۱۳۶۰: ۱۴۷).

برای سنجش بیگانگی اجتماعی جامعه آماری از پنج شاخص ملوین سیمن استفاده شده است. سیمن پنج متغیر را به عنوان نتایج بیگانگی معرفی می‌نماید که عبارتند از:

۱. بی‌توانی یا ناتوانی، بی‌قدرتی
۲. بی‌هنجاری و یا ناهنجاری با بی‌روائی
۳. بیهودگی یا پوچی یا بی‌هدفی (احساس بی‌فعالیتی یا احساس بی‌محتوایی)
۴. احساس بیگانگی از جامعه یا احساس انزوای اجتماعی
۵. احساس بیگانگی از خود یا احساس تنفر از خویش (Seeman, 1975).

#### احساس بی‌قدرتی

«بی‌قدرتی یعنی این که در فرد این احتمال ذهنی وجود دارد که او یا امثال او از قدرت کافی برای مهار پیامد و رویدادهایی که در اطراف اتفاق می‌افتد برخوردار نیست». بی‌قدرتی امید ضعیف برای کنترل رویدادها، فقدان کنترل بر نظام سیاسی، اقتصادی، صنعتی تعریف شده است. احساس بی‌قدرتی نوعی از بیگانگی اجتماعی است که در آن فرد احساس می‌کند قادر به تعیین یا نظارت بر نتایج مورد انتظار نبوده و توانایی تقویت یا تحکیم اهداف مورد نظر خود را که در پی آن است ندارد. بی‌قدرتی را هگل، مارکس و وبر طی بحث‌هایی درباره دوری کارگران از تسلط واقعی بر سرنوشت اقتصادی خود، درماندگی آن‌ها و

بهره‌برداری از آنان برای مقاصدی به جز مقاصد واهداف خودشان مطرح نموده‌اند. وبر استدلال می‌نماید که در جامعه صنعتی دانشمند، کارکنان مدنی و استاد دانشگاه نیز از تسلط بر کار خود دور می‌شوند (Seemsn.1975 :95-96).

### *احساس بی‌هنجاری*

حالتی از بیگانگی است که طی آن فرد با سطح بالایی از انتظار، این فکر را بر خود متصور می‌داند که نزدیک شدن به اهداف دلخواه، تنها در محدوده اعمال و رفتارهایی است که از نظر اجتماعی مقبول و پسندیده نیست. فرد احساس می‌کند برای رسیدن به هدف‌های ارزنده خود نیاز به وسایل نامشروع دارد، یا کنش‌هایی او را به هدفش نزدیک‌تر می‌سازد که مورد تأیید جامعه نمی‌باشند (Seeman, 1959: 786). به عقیده سمین احساس بی‌هنجاری هم چون احساس بی‌قدرتی و بی‌معنایی، وضعیتی فکری و ذهنی است که در آن فرد این احتمال را به حد مفرطی بر خود مفروض و متصور می‌دارد که تنها کنش‌هایی را به حوزه‌های هدف نزدیک می‌سازد که مورد تأیید جامعه نیستند (محسنی تبریزی، ۱۳۷۰: ۶۸).

### *احساس بی‌معنایی یا احساس بی‌محتوایی*

این جنبه یا شکل از بیگانگی بر پایه شعور شخص در فهم رویدادهایی است که او در آن رویدادها شرکت دارد. ممکن است در کاربرد مفهوم بی‌معنایی، حد بالایی از بیگانگی مدنظر باشد و آن هنگامی است که شخص نمی‌داند به چه چیز باید اعتقاد داشته باشد یعنی زمانی که حداقل معیارهای فردی، برای تصمیم‌گیری مشخص فراهم نیست (کوزر و روزنبرگ، ۱۳۸۷: ۴۱۱).

این شکل از بیگانگی به نظر سمین زمانی مشهود است که فرد در باور و عقیده دچار ابهام و تردید و شک است. یعنی نمی‌داند که به چه اعتقاد داشته باشد. در تصمیم‌گیری‌ها عقیده خود را با استانداردهای موجود در جامعه خویش نمی‌تواند تطبیق دهد. به عبارتی وی در تخمین و پیش‌بینی نسبتاً دقیق رفتار دیگران و هم‌چنین برآورد عواقب و نتایج رفتار خود با دشواری روبروست (محسنی تبریزی، ۱۳۷۰: ۶۸).

### *احساس بیگانگی از جامعه یا احساس انزوای اجتماعی*

این مفهوم بیشتر در توصیف نقش روشنفکر به کار گرفته شده که منظور از آن، جدا شدن روشنفکران از معیارهای فرهنگ عامه است و اشاره به روشنفکری دارد که با جامعه و فرهنگ خود بیگانه شده است. البته منظور از کاربرد انزوا، فقدان سازگاری اجتماعی، پرهیز از صمیمیت، اطمینان و جدیت در برخوردهای اجتماعی از سوی فرد نیست. این جنبه نیز با توجه به بحث انتظارات یا ارزش‌ها قابل بررسی است. شاید بتوان بر حسب ارزش‌های پاداشی، تعریفی کارآمد از این جنبه از بیگانگی به دست داد، بیگانگان با احساس انزوا کسانی مانند روشنفکران هستند که برای اهداف یا باورهایی که در جامعه نوعاً بسیار معتبر است، ارزش پاداشی کمی قائل‌اند (کوزر و روزنبرگ، ۱۳۸۷: ۴۱۵-۴۱۴).

از دید سیمن، احساس انزوای اجتماعی به عنوان یکی از معانی و ابعاد بیگانگی، واقعیتی ذهنی است که در آن فرد عدم تعلق و وابستگی با ارزش‌های مرسوم جامعه را در خود احساس می‌کند (محسنی تبریزی، ۱۳۸۱: ۱۴۶).

#### *احساس بیگانگی از خود یا احساس تنفر از خویش*

این حالت عبارت است از احساس ناتوانی فرد در انجام فعالیت‌هایی که او را ارضا کند. فرد طی این احساس در فعالیت‌هایی که فی‌نفسه فاقد پاداش می‌باشد مشغول می‌شود بدون این که برای خود چیزی در برداشته باشد، در واقع فرد به خاطر خود، فعالیت می‌کند (Seeman, 1957: 783-791). یکی از شیوه‌های بیان این معنا از نظر سیمن، توجه از خود بیگانگی به مثابه میزان وابستگی رفتاری معین به پاداش‌های قابل پیش‌بینی در آینده است، یعنی پاداش‌هایی که در بیرون از خود فعالیت وجود دارد. بدین ترتیب کارگری که فقط برای حقوق کار می‌کند، یا خانم خانه‌داری که فقط برای از خود باز کردن آشپزی می‌کند نمونه‌های بیگانگی از خویش هستند. از این منظر آن چه بیگانگی از خویش به حساب می‌آید، اشاره به فردی دارد که ناتوان از فعالیت خود پاداشی است (کوزر و روزنبرگ، ۱۳۷۸: ۴۱۷-۴۱۶).

#### *فعالیت در فضای مجازی*

عبارت فضای مجازی (سایبر اسپیس) از درون کلمه سایبرنتیکس که در سال ۱۹۴۸ به وسیله نوربرت وینر ابداع شده بود پدید آمد. سایبرنتیکس علم نظریه کنترل است و در مورد سیستم‌های پیچیده به کار می‌رود (ویتاگر، ۲۰۰۴). کلیه سیستم‌هایی که با روش‌های خودفرمایی اداره می‌شوند در واقع سیستم‌های سایبرنتیکی هستند. گاهی اوقات کلمه سایبرنتیکس در معنایی غیر از معنای اولیه آن مثلاً به معنای قانون‌گذاری و قانون‌مندی به کار می‌رود (دامسایر، ۱۹۹۳؛ بیر، ۱۹۹۴). دلیل این نوع نام‌گذاری به پیچیدگی این نوع قوانین مربوط می‌شود. ارتباط واژه فضای مجازی (سایبر اسپیس) و سایبرنتیکس هم به مسئله پیچیدگی بر می‌گردد. فضای مجازی در واقع نامی است که تعداد زیادی از کاربردهای امروز فن‌آوری‌های جدید ارتباطی را در بر می‌گیرد. این نام نخستین بار به وسیله ویلیام گیسون در رمان نورومانسر (۱۹۸۴)، ابداع شد (هولمز، ۲۰۰۵). همان طور که کاترین هایلز (۱۹۹۶)، نشان می‌دهد دیدگاه گیسون خود به خود به وجود نیامده بود و دگرگونی‌های مبتنی بر فن‌آوری انجام شده در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ نقش زیادی در ظهور این اصطلاح داشت (به نقل از ویتاگر، ۲۰۰۴). فلیشی (۲۰۰۲)، نشان می‌دهد که ظهور فضای مجازی در واقع درست بعد از پایان جنگ جهانی دوم و با راه افتادن موج فن‌آوری‌های جدید کامپیوتری در فرم اولیه آن اتفاق افتاد (به نقل از ویتاگر، ۲۰۰۴). وقتی صحبت از فضای مجازی به میان می‌آید مردم اغلب به کامپیوتری فکر می‌کنند که به اینترنت متصل است در حالی که این فقط بخش بسیار کوچکی از فضای مجازی را تشکیل می‌دهد. در صورتی که فضای مجازی فقط مجموعه‌ای از سخت افزارها نیست

بلکه مجموعه‌ای از تعاریف نمادین است که شبکه‌ای از عقاید و باورها را در قالب داد و ستد بیت رد و بدل می‌کنند (بل، ۲۰۰۱).

فضای مجازی یک شبکه گسترده جهانی است که شبکه‌های مختلف رایانه‌ای در اندازه‌های متعدد و حتی رایانه‌های شخصی را با استفاده از سخت افزارها و نرم افزارهای گوناگون و با قراردادهای ارتباطی به یکدیگر وصل می‌کند. فناوری‌های ارتباط راه دور اساس فضای مجازی را تشکیل می‌دهند (دهقان، ۱۳۸۴).

میزان فعالیت در فضای مجازی با پرسش از مدت زمان حضور در دنیای مجازی و همچنین کارها و اقداماتی که فرد با حضور در فضای مجازی انجام می‌دهد مورد سنجش قرار گرفت. در این پژوهش فضای مجازی شامل: اینترنت و زیر مجموعه‌های آن و رسانه‌های ارتباطی مرتبط با آن هم‌چون شبکه‌های اجتماعی، سایت‌ها، وبلاگ‌ها، انواع شبکه‌های اجتماعی، شبکه‌های ارتباطی نوین مبتنی بر تلفن های هوش مند و ... می‌باشد. برای سنجش میزان حضور و استفاده از فضای مجازی از نمونه‌های آماری پرسیده شده است: چه قدر زمان صرف حضور در دنیای مجازی و استفاده از اینترنت می‌نمائید؟ (برحسب دقیقه).

### روش تحقیق

در این پژوهش با توجه به اقتضای ماهیت کار و گستردگی خاص جامعه آماری روش پیمایش مقطعی انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق، پرسشنامه (پرسشنامه استاندارد بیگانگی ملوین سیمن) می‌باشد که از گویه‌هایی با طیف لیکرت استفاده شده است.

برای سنجش متغیر ملاک تحقیق یعنی بیگانگی اجتماعی از شاخص‌های ملوین سیمن استفاده شده است که در پنج معرف شامل احساس بی‌قدرت، احساس بی‌هنجاری، احساس انزوای اجتماعی، احساس بی‌معنایی و احساس تنفر از خویشان می‌باشد. با توجه به این که ابزارهای مورد استفاده جهت سنجش بیگانگی اجتماعی و شاخص‌های مطرح شده توسط سیمن استاندارد می‌باشند اعتبار و پایایی آن‌ها قبلاً به دفعات متعدد مورد سنجش قرار گرفته و در سطح بالایی ارزیابی شده‌اند. با این وجود برای تعیین اعتبار پرسشنامه از اعتبار صوری استفاده شده است و پایایی ابزار با استفاده از پیش آزمون مورد بررسی قرار گرفت. ضریب آلفای کرونباخ برای مولفه‌های بیگانگی اجتماعی برابر با ۰/۸۳، و برای کل پرسشنامه برابر ۰/۷۹۳ به دست آمده است.

جامعه آماری در این پژوهش دانشجویان مشغول به تحصیل در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳ در دانشگاه‌های مرد (دانشگاه آزاد، دانشگاه پیام نور، دانشگاه جامع علمی کاربردی) می‌باشد که آمار دانشجویان دانشگاه‌های فوق بنا بر اعلام مدیران آموزش به شرح جدول شماره (۱) می‌باشد:

جدول شماره (۱): دانشجویان مشغول به تحصیل در سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳

ردیف	نوع دانشگاه	تعداد دانشجو
۱	دانشگاه آزاد اسلامی	۵۸۰۰ نفر
۲	دانشگاه پیام نور	۲۴۰۰ نفر
۳	دانشگاه جامع علمی کاربردی	۶۰۰ نفر
	جمع کل	۸۸۰۰ نفر

حجم نمونه براساس فرمول کوکران برابر با ۳۶۸ نفر به دست آمد شیوه نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای برحسب جنسیت، مقطع تحصیلی، نوع دانشگاه می‌باشد.

### یافته‌ها

- تعداد ۱۹۶ نفر با ۵۱/۹٪ فراوانی مرد و تعداد ۱۸۲ نفر با ۴۸/۱٪ فراوانی زن هستند.  
 - افراد مجرد ۲۴۴ نفر با ۶۴/۶٪ فراوانی و افراد متاهل ۱۳۴ نفر با ۳۵/۴٪ فراوانی را شامل می‌شود.  
 - تعداد ۱۱۵ نفر با ۳۱٪ فراوانی شاغل و تعداد ۲۶۱ نفر ۶۹٪ فراوانی فاقد شغل می‌باشند.  
 - تعداد ۳۴۷ نفر با ۹۱/۸٪ فراوانی از دنیای مجازی استفاده می‌کنند و تعداد ۲۴ نفر با ۶/۳٪ فراوانی از دنیای مجازی استفاده نمی‌کنند و ۷ نفر با ۱/۹٪ فراوانی به این سوال جواب نداده‌اند.  
 - تعداد ۲۳۳ نفر با ۶۱/۶٪ فراوانی در شبکه‌های اجتماعی عضویت داشته و تعداد ۱۴۳ نفر با ۳۷/۸٪ فراوانی فاقد عضویت در شبکه‌های اجتماعی بوده و ۲ نفر با ۰/۵٪ فراوانی جوابی ارایه نکرده‌اند.

### بحث و نتیجه‌گیری

جوامع در حال توسعه مانند جامعه ایران که در حال توسعه و سیر مراحل گذار می‌باشد دچار مشکلات و مسائل فراوان ناشی از تحولات تکنولوژیکی و فرهنگی- اجتماعی و ... می‌باشد و به دلیل وارداتی بودن این نوع تکنولوژی‌ها و دگرگونی‌های ناشی از آن، مسائل و معضلات جوامعی از قبیل جامعه ایران و هم‌چنین راهکارهای حل این نوع مشکلات در نوع خود پیچیده و مبهم می‌باشند. ترکیب سنی جمعیت ایران که بیشتر آن را قشر جوان تشکیل می‌دهند و مقتضای سنی این نوع جمعیت کشش به سمت تکنولوژی‌های نوین و هم‌چنین فن‌آوری‌های جدید و نو می‌باشد و هم‌چنین روند رو به رشد استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطی و افزایش نفوذ دنیای مجازی و دیجیتال در بین جوانان و صرف زمان گسترده در این دنیا توسط نسل جوان کشورمان، علی‌الخصوص قشر درحال تحصیل به ویژه دانشجویان، ما را بر آن داشت تا به بررسی رابطه میزان فعالیت در فضای مجازی و بیگانگی اجتماعی دانشجویان دانشگاه‌های مرنده بپردازیم و با توجه به نظریات مطرح شده در جامعه‌شناسی ارتباطات و نظریات مطرح شده در مورد اینترنت، فضای مجازی و تاثیرات اجتماعی و انفرادی آن و توجه به فرضیات مطرح شده و نتایج به دست

آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها به موارد ذیل اشاره نمود:

در فرضیه اصلی مطرح شده بود بین میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان احساس بیگانگی اجتماعی دانشجویان دانشگاه‌های مرن رابطه وجود دارد.

این رابطه تایید گردید و بدین ترتیب به دلیل مثبت بودن میزان همبستگی با افزایش میزان استفاده از دنیای مجازی بیگانگی اجتماعی نیز افزایش خواهد یافت که این نتیجه به دست آمده با نتایج تحقیقات قبلی نوابخش و رحمان (۱۳۹۲)، محسنی و دیگران (۱۳۸۹)، و نتایج پژوهش‌های یانگ (۱۹۹۸)، و رابرت کروات (۲۰۰۱)، همخوانی و مطابقت دارد. نکته قابل ذکر این که نتایج به دست آمده از این پژوهش با تحقیق فضیلت (۱۳۹۱)، به دلیل تفاوت بین متغیرهای تحقیق و تاکید تحقیق ذکر شده بر تاثیر رادیو و تلویزیون داخلی و خارجی بر بیگانگی اجتماعی همخوانی ندارد. در رابطه با نتایج این فرضیه می‌توان به نظریه‌های متنوعی اشاره نمود از جمله نظریه شبکه، اشاعه و نوآوری، نظریه تزریقی و نظریات بودریار، دریفوس، آفونسو اشاره نمود.

- فرضیه اول: بین میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان انزواطلبی دانشجویان دانشگاه‌های مرن ارتباط وجود دارد. با توجه به نتایج آزمون این فرضیه مشاهده شد که همبستگی مثبتی بین میزان فعالیت در دنیای مجازی و انزوای اجتماعی دانشجویان وجود دارد و با افزایش مدت زمان استفاده از فضای مجازی میزان احساس انزوا و دوری از جامعه و گوشه‌گیری نیز افزایش می‌یابد. نتایج این فرضیه نیز با یافته‌های قبلی هم‌چون نوابخش و رحمان (۱۳۹۲)، محسنی و دیگران (۱۳۸۹)، و نتایج پژوهش‌های یانگ (۱۹۹۸)، و رابرت کروات (۲۰۰۱)، ساندرز (۲۰۰۰)، و ... همخوانی و مطابقت دارد. در توضیح می‌توان گفت:

از دید سیمن، احساس انزوای اجتماعی به عنوان یکی از معانی و ابعاد بیگانگی، واقعیتی ذهنی است که در آن فرد عدم تعلق و وابستگی با ارزش‌های مرسوم جامعه را در خود احساس می‌کند (محسنی تبریزی، ۱۳۸۱: ۱۴۶؛ به نقل از حاجی‌زاده میمندی، ۱۳۸۸: ۱۴۹). و این تغییر ارزش‌ها را با توجه به نظریه اشاعه و نوآوری که می‌گوید فن‌آوری‌های نوین فضا را برای اقتباس ارزش‌ها و تغییر و تحول فرهنگی مهیا نموده‌اند می‌توان تبیین کرد. امروزه اینترنت در زندگی اجتماعی، جای دوستان و نزدیکان را گرفته و در حقیقت جایگزین روابط دوستانه و فامیلی شده است. افرادی که ساعت‌ها وقت خود را در سایت‌های اینترنتی می‌گذرانند بسیاری از ارزش‌های اجتماعی را زیر پا می‌نهند. چرا که فرد دیگر فعالیت‌های اجتماعی خود را کنار گذاشته و به فعالیت‌های فردی روی می‌آورد. "نتایج پژوهش شاندرز نشان داد که استفاده زیاد از اینترنت با پیوند ضعیف اجتماعی مرتبط است. برعکس کاربرانی که از اینترنت کمتر استفاده می‌کنند، به طور قابل ملاحظه‌ای با والدین و دوستان‌شان ارتباط بیشتری دارند" (صبوری خسروشاهی، ۱۳۸۶).

- فرضیه دوم: بین میزان فعالیت در فضای مجازی و احساس بی‌قدرتی دانشجویان دانشگاه‌های

مرند رابطه وجود ندارد. با انجام آزمون مشخص شد همبستگی بین این دو متغیر در سطح معنی‌داری نبوده و دارای همبستگی نمی‌باشند. یعنی میزان استفاده از فضای مجازی تغییری در احساس بی‌قدرتی جامعه آماری ایجاد نمی‌نماید و تأثیری بر کاهش و افزایش این احساس در جامعه فوق ندارد. احساس بی‌قدرتی اساساً میزان باور فرد از توانایی خود یا جمعی از افراد نظیر خود در کنترل کافی پیامدهای رویدادهای سیاسی و اقتصادی را اندازه‌گیری می‌کند (Miller, 1969: 318). نیل و سیمن بی-قدرتی را به معنای انتظارات پایین، برای کنترل وقایع می‌دانند، مانند فقدان کنترل بر نظام سیاسی، نظام اقتصادی و همچنین امور بین‌المللی (همان).

به نظر سیمن، شاید ایده بیگانگی به مثابه بی‌قدرتی یا ناتوانی، تحت تأثیر سنت مارکسیستی رایج-ترین کاربرد را در متون موجود داشته باشد. به زعم او، این شکل یا این جنبه از بیگانگی را می‌توان چنین درک کرد که «انتظار یا احتمال شخص نمی‌تواند تعیین‌کننده دستاوردها یا نیروهای کمکی باشد که در حاصل رفتار خود جستجو می‌کند» (کوزر و روزنبرگ، ۱۳۸۷: ۴۰۹؛ زکی، ۱۳۸۸: ۳۰). بنابراین می‌توان گفت احساس بی‌قدرتی عبارت است از احتمال یا انتظار فرد نسبت به بی‌تأثیری عمل خویش و یا تصور اینکه رفتار او قادر به تحقق نتایج مورد انتظار نخواهد بود و او را به هدفی که در نظر دارد سوق نخواهد داد (حاجی‌زاده میمندی، ۱۳۸۸: ۱۴۸).

در جهان مجازی، افراد با محیطی مواجه می‌شوند، که قدرت به شکلی ناپیدا ظهور می‌کند. در واقع افراد نمی‌توانند به وجود قدرت پی ببرند. علت این که افراد در جهان مجازی به راحتی نمی‌توانند به عناصر قدرت پی ببرند به غیر قابل مشاهده بودن قدرت و صاحبان قدرت در این جهان مربوط می‌شود. فرد در جهان مجازی با چارت سازمانی یا سلسله مراتب اداری مواجه نیست. دانش‌آموز در وبلاگ خود حضور معلم را احساس نمی‌کند. پس در فضای مجازی قدرت و اعمال کنندگان قدرت از ماهیتی نادیدنی برخوردارند. البته این غیر قابل مشاهده بودن بدین معنا نیست که هیچ یک از افراد در فضای مجازی از وجود و حضور قدرت در این فضا آگاهی ندارد.

- فرضیه سوم: بین میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان بی‌هنجاری دانشجویان دانشگاه‌های مرند ارتباط وجود دارد.

با تجزیه و تحلیل داده‌ها و انجام آزمون فرضیه قبول و همبستگی مثبت میان متغیرها مشاهده گردید، یعنی با افزایش میزان استفاده از دنیای مجازی میزان احساس بی‌هنجاری در بین جامعه آماری نیز افزایش می‌یابد. نتایج این فرضیه با یافته‌های نوابخش و دیگران و همچنین یافته‌های سندرز و همکاران همسو می‌باشد. بی‌هنجاری، حاصل وضعیت آشفته‌ای است که هنجارها از بین رفته یا در تضاد قرار گرفته‌اند. جوامعی که در آن‌ها به طور گسترده بی‌هنجاری وجود داشته باشد، در خطر متلاشی شدن قرار می‌گیرد، زیرا اعضای آن جامعه برای نیل به مقاصد مشترک خطوط راهنما در اختیار ندارند و اغلب مواقع احساس جدایی و بی‌جهتی می‌کنند.

نظریه‌های بی‌هنجاری، فشار و بی‌سامانی اجتماعی، این فرضیه را مطرح می‌کنند که نظرسنجی اجتماعی، ثبات و انسجام، منجر به انطباق می‌شوند. در حالی که بی‌نظمی و عدم انسجام، منجر به جرم و کجروی می‌گردد. در زمانی که انفکاک بین هدف‌های فرهنگی ارزش‌مند و وسیله‌های اجتماعی مشروع جهت نیل به آن اهداف وجود داشته باشد، در بی‌هنجاری، عدم انسجام جامعه تجلی می‌یابد.

هرچه گروه، جامعه، یا اجتماع، بی‌سامان‌تر یا بی‌هنجاری‌تر باشد، نرخ جرم و کجروی بالاتر خواهد بود. مرتون پیشنهاد کرد که بی‌هنجاری مشخصه کلی جامعه آمریکایی است و به طور کلی، در طبقات پایین بالاتر است، چرا که آن‌ها بیش از دیگران از فرصت‌های مشروع دور نگه داشته شده‌اند. بنابراین، سطوح بالاتر بی‌هنجاری بی‌سامانی اجتماعی در گروه‌های قومی محروم و طبقه پایین، علت نرخ جرم و بزهکاری در این گروه‌ها است. در سطح فردی، فشار حاصل از اختلاف بین اهداف آموزشی و شغلی که فرد آرزوی آن را دارد و موفقیت‌های که واقعاً مورد انتظار است، احتمال این را که فرد مبادرت به رفتار مجرمانه یا بزهکارانه کند، افزایش می‌دهد.

- فرضیه چهارم: بین میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان احساس بی‌معنایی دانشجویان دانشگاه‌های مرن ارتباط وجود دارد.

با انجام آزمون مشخص گردید بین دو متغیر همبستگی مثبت وجود دارد، بدین معنی که با افزایش میزان فعالیت در دنیای مجازی، احساس بی‌معنایی و پوچی نیز افزایش می‌یابد.

دومین کاربرد عمده مفهوم بیگانگی را می‌توان تحت عنوان بی‌معنایی تعریف کرد. این جنبه یا شکل از بیگانگی بر پایه شعور شخص در فهم رویدادهایی است که او در آن رویدادها شرکت دارد. ممکن است در کاربرد مفهوم بی‌معنایی، حد بالایی از بیگانگی مدنظر باشد و آن هنگامی است که شخص نمی‌داند به چه چیز باید اعتقاد داشته باشد، یعنی زمانی که حداقل معیارهای فردی، برای تصمیم‌گیری مشخص فراهم نیست (کوزر و دیگر، ۱۳۸۷: ۴۱۱).

طبق نظریه تزریق یا گلوله جادویی، وسایل ارتباط جمعی تأثیر فوری، مستقیم و یکسان بر هر کسی دارد که در جریان مستقیم دریافت پیام‌های آن باشد. بنابراین ارتباطات جمعی به صورت نوعی گلوله سحرآمیز دیده می‌شود که به هر چشم و گوش نفوذ می‌کند و آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در این دیدگاه رسانه یک منبع قدرت‌مند و خطرناک تلقی می‌شود، چرا که گیرنده یا مخاطب در مقابل هرگونه تأثیر پیام ناتوان است و هیچ جاده‌ای برای فرار از تحت تأثیر قرار گرفتن در مقابل پیام در این مدل دیده نمی‌شود. نظریه تزریقی بر قدرت نامحدود پیام رسانه‌ها استوار است و عقیده دارد که اگر پیام خوب درک شود و ارائه گردد، بیشترین تأثیر را بر مخاطب می‌گذارد.

- فرضیه پنجم: بین میزان فعالیت در فضای مجازی و میزان احساس بیگانگی از خود دانشجویان دانشگاه‌های مرن ارتباط وجود دارد.

با توجه به نتایج آزمون، همبستگی مثبت بین دو متغیر فوق مشاهده می‌شود. این به معنی افزایش

میزان از خود بیگانگی با افزایش ساعات و میزان استفاده از فضای مجازی می‌باشد. ملوین سیمن از نخستین روان‌شناسانی است که می‌گوید: از خود بیگانگی معلول علت واحدی نیست. او در اشاره به رواج و توسعه این مفهوم در جامعه معاصر این نکته را یادآور می‌شود که ساختار دیوانسالاری جدید، شرایطی را به وجود آورده است که در آن انسان‌ها قادر به فراگیری نحوه و چگونگی کنترل عواقب و نتایج اعمال و رفتارهای خود نیستند. شیوه کنترل و مدیریت جامعه بر نظام پاداش اجتماعی به گونه‌ای است که فرد ارتباطی را میان رفتار خود و پاداش جامعه نمی‌تواند برقرار کند، در چنین وضعیتی است که احساس از خود بیگانگی بر فرد چیره می‌شود و او را به کنشی ناسازگارانه در قبال جامعه سوق می‌دهد (محسنی تبریزی، ۱۳۷۰: ۵۳). در تبیین نظری این فرضیه می‌توان چنین پنداشته می‌شود که فرد مفهوم پیش ساخته‌ای از خود داراست. بنا به باور مارکس جوان انسان در طبیعت در کانون کار و کنش قرار دارد و از طریق آن به وجود خود پی می‌برد. در جامعه سرمایه‌داری کار وسیله‌ای برای بقای هستی تلقی می‌شود. کارگزار از کار خود مایه می‌گذارد ولی هرگز از خلاقیت خود آگاه نمی‌شود و تنها در خدمت و جوار ماشین یک یا چند حرکت «اندامی» از خود بروز می‌دهد بدون این که نقش مهمی در تمامیت زنجیره تولید ایفا کند. کالائی شدن کار کارگر و اجیر شدن او برای بقا کنشی بین «جوهر» و «هستی» او پدید می‌آورد (همان: ۱۲۲). در چنین وضعیتی فرد شانس و فرصت لازم را جهت خلق و تولید محصولی که او را راضی و خرسند سازد نیست و به نوعی به احساس انزجار از روابط اجتماعی تولید گرفتار است (همان: ۶۹-۶۷).

- فرضیه ششم: میزان احساس بیگانگی اجتماعی دانشجویان بر حسب جنسیت دانشجویان متفاوت نیست.

با اجرای آزمون برای این فرضیه مشاهده شد که تفاوت معناداری بین جنسیت دانشجویان و میزان بیگانگی اجتماعی آنان وجود ندارد. یعنی میزان بیگانگی اجتماعی در جامعه آماری فوق بین دختران و پسران تا حدی یکسان بوده و تفاوت وجود ندارد. برحسب این نتیجه می‌توان گفت جنسیت جامعه آماری نقش خاصی در بیگانگی اجتماعی دانشجویان ندارد.

- فرضیه هفتم: میزان احساس بیگانگی اجتماعی دانشجویان بر حسب وضعیت تاهل دانشجویان متفاوت است.

با تجزیه و تحلیل داده‌ها و انجام آزمون مشاهده گردید که بین بیگانگی اجتماعی و وضعیت تاهل دانشجویان تفاوت وجود دارد و میانگین میزان بیگانگی اجتماعی دانشجویان متاهل بیشتر از دانشجویان مجرد می‌باشد. از مهم‌ترین ویژگی‌های فضای مجازی، گسترش اهمیت فرد و حیطه خصوصی در برابر جمع و حوزه عمومی است. افراد در فضای مجازی در عین حال که می‌توانند در گروه‌های مختلف حضور داشته باشند، می‌توانند خود را جدا از دیگران و تنها نیز حس کنند. نبود مراتب قدرت در فضای مجازی، باعث می‌شود فردیت افراد در جمع حل نشود. در جهان واقعی، قدرت انتخاب افراد، همواره تحت تأثیر عواملی چون جبر مکان، زمان، فرهنگ، حکومت و ... محدود بوده است، اما در جهان مجازی این مرزها

وجود ندارد و افراد می‌توانند در مقیاس جهانی دست به انتخاب بزنند. رسانه‌های جدید، رسانه‌های فردی شدن و مبتنی بر تعامل فردی انسان- رایانه هستند و موجب می‌شوند انسان‌ها بیش از پیش گوشه‌گیر، منزوی و کم تحرک شده و کم کم از زمینه عملی زندگی خود دور شوند. به عبارت دیگر شکل‌گیری اجتماعات در فضای مجازی، موجب می‌شود که اجتماعات در جهان واقعی، به تدریج کمرنگ و بی‌اهمیت شود. این بدان معناست که منبع هویت بخشی افراد، متکثر و متنوع می‌شود و به همین جهت هویت ملی و انسجام اجتماعی یک جامعه به تدریج تضعیف می‌شود.

دورکیم معتقد است مشارکت در امور گروه و یا جامعه می‌تواند منجر به افزایش احساس تعلق به گروه و یا جامعه شود زیرا زمانی که افراد تماس‌های مکرر و گسترده با یکدیگر داشته باشند دلمشغولی‌ها و منافع مشترک و پیوندهای عاطفی آن‌ها را به یکدیگر نزدیک می‌کند و احساس تعلق ناشی از این پیوندها باعث می‌شود آن‌ها از خودشان برای گروه و یا جامعه مایه بگذارند (رتیزر، ۲۰۱۱: ۹۵). پوتنام (۲۰۰۱)، معتقد است که اگر افراد در امور جمعی و سیاسی مشارکت کنند یا در گروه‌های رسمی و غیر رسمی عضویت داشته باشند، از آن جایی که این شبکه‌ها و گروه‌ها معمولاً افراد دارای توان‌مندی‌ها و تجربه‌های متفاوت را در ارتباط با یادگیری قرار می‌دهد و از این طریق امکان تبادل مهارت‌ها و اطلاعات را فراهم می‌سازد این مسئله سطحی از اعتماد و همدلی را بین آن‌ها ایجاد می‌کند. از طرف دیگر، اندیشمندانی چون لوئیس و یرث و گئورگ زیمل بر این باور هستند که شهرنشینی موجب کاهش اعتماد و روابط اجتماعی بین افراد می‌شود. از نظر این گونه متفکران ویژگی‌های شهر مانند شلوغی جمعیت، جابجایی‌های مداوم محل سکونت افراد، تداخل فرهنگ‌ها و سنت‌های متفاوت و بعضاً متعارض باعث اولویت یافتن واکنش‌های عقلایی و کاهش یافتن واکنش‌ها و علایق عاطفی می‌شود و در نتیجه انسان‌های شهری افرادی خویشتن‌دار، غیرعاطفی و انزواطلب هستند (پالن، ۲۰۱۱: ۱۲۶؛ فلانگان، ۲۰۱۰: ۸۵).

یکی از پیامدهای بسیار مهم توسعه، ظهور و اشاعه تکنولوژی‌های نوین ارتباطی است که هر چند این تکنولوژی می‌تواند مکمل روابط اجتماعی چهره به چهره و شخصی شوند. ولی مخصوصاً از این جهت که کاربری آن‌ها به صورت انفرادی بسیار آسان است (و در بسیاری موارد تنها کاربری انفرادی امکان‌پذیر است) می‌تواند موجب احساس عدم نیاز به روابط با دیگران بشوند و هم‌چنین در شرایطی که افراد زمان زیادی را صرف استفاده از اینترنت یا بازی با کامپیوتر کنند فرصت کمتری برای بودن با خانواده، دوستان و دیگران خواهند داشت (محسنی تبریزی و دیگری، ۱۳۹۱: ۱۱۱).

به طور کلی فضای مجازی با ایجاد تغییرات ارزشی و فرهنگی- اجتماعی بر روی روابط، افکار، نگرش‌ها، هنجارها و سایر زیر مجموعه‌های جوامع و افراد تاثیر گذاشته و آنان را به سوی بیگانگی از خود و اجتماع سوق می‌دهد.

## منابع

- حاجی‌زاده میمندی، مسعود. (۱۳۸۸). بررسی رابطه از خودبستگی و منزلت علمی در میان اعضای هیات علمی دانشگاه یزد، **فصلنامه انجمن آموزش عالی ایران**. سال دوم، شماره ۳.
- ربیعی، علی؛ و محمدزاده، فرشته. (۱۳۹۱). **فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی**. سال دوم، شماره ششم، صص ۴۳-۶۰.
- ریتزر، جرج. (۲۰۰۱). **نظریه‌های جامعه‌شناسی مدرن**. ترجمه: سعید، لطفی‌زاده؛ و خلیل، میرزایی. انتشارات جامعه‌شناسان.
- زندوانیان، احمد؛ و دیگران. (۱۳۹۲). **فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات**. دوره ۱۴، شماره ۲۳ (مسلسل ۵۵)، صص ۲۱۶-۱۹۵.
- سراج‌زاده، سیدحسین؛ قصابی، رضوان؛ و چمنی، سولماز. (۱۳۹۱). **فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی**. سال دوم، شماره پنجم، صص ۱۲۵-۱۰۳.
- عرشی آراسته، فرشته؛ عابدینی، صمد؛ و پورجلیلی، ربابه. (۱۳۹۲). **فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی**. سال دوم، شماره ۶، بهار ۱۳۹۲، صص ۱۳۰-۱۰۷.
- فروم، اریک. (۱۳۶۰). **فرا سوی زنجیرهای پندار**. ترجمه: بهزاد، برکت. تهران: نشر پای‌ژ.
- کوزر، لوئیس؛ و روزنبرگ، برنارد. (۱۳۷۸). **نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی**. ترجمه: فرهنگ، ارشاد. تهران: نشر نی.
- محسنی‌تبریزی، علیرضا. (۱۳۸۱). آسیب‌شناسی بیگانگی اجتماعی- فرهنگی، بررسی انزوای ارزشی در دانشگاه‌های دولتی تهران. **فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی**. شماره ۸، صص ۱۸۲-۱۱۹.
- محسنی‌تبریزی، علیرضا؛ و هاشمی، محمدرضا. (۱۳۹۰). تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی دانش‌آموزان (مطالعه موردی: دبیرستان‌های شهر اراک در سال ۸۸-۱۳۸۷)، **مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران**. سال سوم، بهار، شماره ۲.
- محسنی‌تبریزی، علیرضا. (۱۳۷۰). **بیگانگی، نامه علوم اجتماعی**. جلد دوم، شماره دوم، دانشگاه تهران.
- میرمحمدی، داود. (۱۳۹۰). **تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی ایرانیان بر اساس موقعیت ساختاری آنان (مطالعه موردی شهر تهران)**. رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد تهران مرکز.
- نوابخش، فرزاد؛ خادم، رسول؛ و آرام، هاشم. (۱۳۹۲). اینترنت و هویت اجتماعی، **مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران**. سال پنجم، شماره دوم، بهار ۱۳۹۲.
- نوابخش، مهرداد؛ رحمانی، شایان. (۱۳۹۳). بررسی میزان و نوع استفاده از اینترنت و تاثیرات مثبت و منفی آن بر روی رفتار اجتماعی و روانی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی، **فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان**. سال پنجم، شماره ۱۴، تابستان ۱۳۹۳، صص ۱۷۸-۱۴۷.
- وینر، نوربرت. (۱۳۷۲). **استفاده انسانی از انسان‌ها، سیبرنتیک و جامعه**. ترجمه: مهرداد، ارجمند. تهران: شرکت سهامی.
- ویندل، سون؛ و همکاران. (۱۳۷۶). **کاربرد نظریه‌های ارتباطات**. ترجمه: علیرضا، دهقان. تهران: مرکز مطالعات تحقیقات و رسانه‌ها.
- Amichai, Y. Hayat, Z. (2011): The impact of the Internet on the social lives of users: A representative sample from 13 countries, **Journal Computers in Human Behavior archive**. Volume 27 Issue 1, January, 2011, P.p: 585-589.
- Kavanaugh, A. Patterson, S. (2001). The Impact of CommunityComputer Networks on Social Capital, **American Behavioral Scientist**. November 2001, vol. 45, no 3. P.p: 496-509.
- Rovai, A. (2005). Feelings of alienation and community among higher education students in a virtual classroom, **Internet and Higher Education**. NO, 8 (2005), P.p: 97-110.
- Seeman, M. (1975). **Alienation Studies**. Annual Review of Sociology, P.p: 91-123.
- Songi. (2003). **Internet gratifications, depression, self-efficacy, and internet addiction**. Ma dissertation. usa: Michigan state university 2003, P.p: 5-35