

عوامل موثر بر حضور زنان تهرانی در شبکه‌های اجتماعی مجازی

لیلا نیرومند، استادیار علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، تهران، ایران

ln_niroomand@yahoo.com

عهده‌دار مکاتبات

شایسته ذهابی، کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، تهران، ایران

تاریخ دریافت مقاله: شهریور ۹۳ تاریخ پذیرش نهایی: آذر ۹۳

چکیده

رسانه‌های نوین اطلاعاتی و در رأس آن اینترنت، موجب نوسازی فرآیندهای اجتماعی است. زنان نیز به‌عنوان گروهی بزرگ از جامعه از این فرایندها به دور نمانده و از جمله مصرف‌کنندگان این تکنولوژی‌ها محسوب می‌شوند. لذا هدف کلی این پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد. عواملی همچون؛ نوع رابطه ایجاد شده (با اعتماد صمیمی - محافظه کارانه)، استفاده از مزیت‌ها، نوع فعالیت (منفعل و فعال)، تعدد کاربردهای مورد نظر از استفاده و تعدد شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده بر حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی، مؤثر است. این تحقیق از نظر ماهیت از نوع کمی محسوب می‌شود و از نوع پیمایشی می‌باشد و از نظر هدف از جمله تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری این پژوهش زنان ساکن شهر تهران می‌باشند. حجم نمونه آماری ۴۰۰ نفر تعیین شده و به منظور گردآوری اطلاعات با رویکرد میدانی از ابزار پرسشنامه محقق ساخته پس از تایید روایی و پایایی بهره گرفته شده است.

واژگان کلیدی

شبکه‌های اجتماعی مجازی، زنان، خودابرازی، آگاهی.

مقدمه

را در زنان فراهم آورده است که به روابط و تعاملات روزمره آنان آسیب می‌رساند. موانعی بر سر راه زنان برای حضور بیشتر و پررنگ‌تر در عرصه فناوری اطلاعات و ارتباطات وجود دارد که شامل، شکاف دیجیتالی، عدم دسترسی به کامپیوتر، سطح پایین سواد در زنان و عدم وجود امکانات و تسهیلات در این زمینه است. این عوامل موجب می‌شود که زنان نتوانند در عرصه فناوری اطلاعاتی و ارتباطی حضور مناسبی داشته باشند و کمتر از امکانات و فناوری‌های آن استفاده نمایند. در حالی که دسترسی و استفاده مناسب از این فناوری‌ها می‌تواند زمینه بهبود وضعیت زنان را مهیا کند.

زنان با آگاهی از مسائل جانبی، نا امنی‌ها و جرایم اینترنتی و با اختیار داشتن اطلاعات مکفی راجع به فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌توانند بیشتر خود را منعطف به ظرفیت‌های مثبت آن نمایند و استفاده کاملاً مطلوب و مناسبی از اینترنت داشته باشند و آسیب‌های آن را به حداقل ممکن برسانند. (مظاهری، ۱۳۹۲، ص ۲) زنان چه در دنیای واقعی چه در فضای مجازی نیاز به امنیت دارند اما متأسفانه گاهی این نیاز امنیتی در فضای سایبر نادیده گرفته می‌شود. (میرحسینی، ۱۳۸۷، ص ۱۳) برخی معتقدند که وابستگی به شبکه‌های اجتماعی، ازدواج اینترنتی، طلاق، از هم پاشیدگی خانواده، بلوغ زودرس و اختلالات جسمانی را در کشورهای مختلف جهان از جمله آمریکا و انگلیس به شکل قابل ملاحظه‌ای افزایش داده است. در صورتی که این ابزارها با بصیرت مورد استفاده قرار بگیرند، می‌توانند در حکم ابزاری موثر در جهت استحکام ازدواج، گسترش شبکه‌های ارتباطی دوستانه و پرورش احساس سودمند و سالم ارتباط اجتماعی برای زوجین عمل کنند. اگر زن از ایفای نقش اجتماعی محروم شود، از رشد اجتماعی او کاسته می‌شود و جامعه‌ای که زنان آن از رشد فکری و اجتماعی محروم باشند. مسلماً جامعه رشد یافته‌ای نخواهد بود، سعادت و سلامت هر جامعه در خانواده‌ها پی ریزی می‌شود و انتقال ارزش‌های دینی، ملی و فرهنگی و اجتماعی در درجه اول به عهده خانواده‌ها به خصوص مادر است. پس می‌توان نتیجه گرفت که جامعه سالم نیازمند مادران سالم است و جامعه فرهنگی، دینی و ارزشی، جامعه‌ای است که مادران آن از بینش و تفکر سالم فرهنگی، دینی و ارزشی برخوردار باشند. نمی‌توان از تاثیر مثبت شبکه‌های مجازی و

با عمومی شدن دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مجازی و افزایش تصاعدی ضریب نفوذ اینترنت در ایران و در کنار آن افزایش تعداد سایت‌ها و وبلاگ‌های زنان و پایگاه‌های اطلاع رسانی بر روی این شبکه جهانی و توجه ویژه کاربران زن پا به پای دیگر کاربران به آن، شاید یکی از مهم‌ترین دلایل احساس نیاز برای بررسی باشد. (مظاهری، ۱۳۹۲، ص ۲) لذا هدف از این پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر میزان حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مورد مطالعه: زنان ساکن شهر تهران) می‌باشد.

بیان مسأله

رسانه‌های نوین اطلاعاتی و در رأس آن اینترنت، موجب نوسازی فرآیندهای اجتماعی است. این تکنولوژی تمام جنبه‌های زندگی مردم را تحت الشعاع قرار داده است. (جهانگرد، ۱۳۸۰، ص ۳) بیل گیتس معتقد است تحت تأثیر فضاهای مجازی جدید که در آن تلویزیون‌ها و کامپیوترها به یک شبکه جهانی هوشمند جهانی مرتبط هستند عناصر رفتاری انسان‌ها شکل خواهند گرفت و این شبکه‌ها، ستون فقرات ساختار اجتماعی ما را تشکیل می‌دهند. (کاریزی، ۱۳۸۱، ص ۳۲۹؛ به نقل از ساروخانی و همکاران، ۱۳۸۷) فرهنگ مجاز واقعی تا حد واقعیت مجازی مورد قبول واقع می‌شود که استفاده مناسب از آن برای بالا بردن سطح دانش مان نیروی نهفته زیادی دارد. استفاده نادرست ممکن است زیان‌های زیادی به همراه داشته باشد. (همان، ص ۹) خصوصاً برای نسلی که در مقایسه با نسل قبل، با محرک‌های فراوانی مواجه است. (عطاران، ۱۳۸۳، ص ۱۹۸)

ضرورت تحقیق

با عمومی شدن دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مجازی و افزایش تصاعدی ضریب نفوذ اینترنت در ایران و در کنار آن افزایش تعداد سایت‌ها و وبلاگ‌های زنان و پایگاه‌های اطلاع‌رسانی بر روی این شبکه جهانی و توجه ویژه کاربران زن پا به پای دیگر کاربران به آن، شاید یکی از مهم‌ترین دلایل احساس نیاز برای بررسی باشد. (مظاهری، ۱۳۹۲، ص ۲) به نظر می‌رسد که استفاده از اینترنت زمینه بروز انزوای طلبی

ارتباطات نمادین و خودابرازی و بازنمایی هویت‌های نو و خویش ساخته را به دور از محدودیت‌ها و ممنوعیت‌ها از طریق تعاملات مجازی و نمادین فراهم می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی مجازی نوین از قبیل تویتر، وی‌جت، وایبر و ... در میان کاربران امروزی اهمیت و جایگاه بالایی پیدا کرده است. از بعد اجتماعی، خودابرازی بدان مفهوم است که در هر اندرکنش اجتماعی، انسان تمایل به کنترل تصویری دارد که از خود بروز می‌دهد این مطلب از سویی برای ایجاد تاثیر مثبت و دریافت پاداش بعد از آن است و از سوی دیگر، به ارائه‌ی تصویری از خود می‌پردازد که شخص در ذهن خود دارد. به عبارت دیگر، خود ابرازی اشاره دارد به اینکه چگونه ارتباط‌گر اطلاعاتی را درباره‌ی خودش کنترل می‌کند تا احساس خوبی به وجود آورد. (گافمن، ۱۹۵۹، به نقل از احد زاده، ۱۳۹۱، ص ۲۱)

روش تحقیق

روش این تحقیق به لحاظ دستیابی به حقایق و داده‌پردازی، از نوع پیمایشی است.

جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش زنان ساکن شهر تهران می‌باشند.

حجم نمونه تحقیق

با توجه به فرمول کوکران حجم نمونه در این پژوهش ۴۰۰ نفر است.

روش گردآوری داده‌ها

جهت گردآوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته بهره گرفته شده است.

روش و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها

مهم‌ترین آماره و تکنیک‌های به کار گرفته شده عبارت از: همبستگی پیرسون، اسپیرمن، آزمون‌های ناپارامتری من ویت نی و کروس کال والیس استفاده گردید.

اینترنت در افزایش سرمایه اجتماعی و مشارکت اجتماعی و سطح دانایی زنان غافل شد. اما آنچه اهمیت پرداختن به این موضوع را دو چندان می‌کند نحوه حضور زنان در این شبکه‌ها می‌باشد که مغایر با ارزش‌های دینی و اسلامی است. چنانکه محققان دیگر نیز بر این موضوع متفق‌القول هستند که این فضا و شبکه‌ها به خودی خود خطرناک نیستند ولی عدم آگاهی و صاحبان اصلی آن تهدیدات اصلی محسوب می‌شوند. با توجه به مطالب مطرح شده بررسی میزان حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان هدف اصلی این مطالعه خواهد بود.

اهداف تحقیق

هدف کلی پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد.

سؤال تحقیق

عوامل مؤثر بر حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی کدامند؟

فرضیه تحقیق

عواملی همچون؛ نوع رابطه ایجاد شده (با اعتماد صمیمی - محافظه کارانه)، استفاده از مزیت‌ها، نوع فعالیت (منفعل و فعال)، تعدد کاربردهای مورد نظر از استفاده و تعدد شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده بر حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی مؤثر است.

تعریف مفاهیم

حضور زنان در شبکه‌های مجازی

در واقع میزان آشنایی و عضویت زنان در شبکه‌های مجازی مختلف (وی‌جت، تویتر، تانگو، لاین و ...) می‌باشد که به‌صورت موقتی یا دائمی در این فضاها توسط نرم افزارهای گوشی اندروید حضور دارند.

چارچوب نظری تحقیق

شبکه‌های اجتماعی و خودابرازی (گافمن)

شبکه‌های اجتماعی مجازی محیط مساعدی را برای برقراری

جداول آماری

جدول ۱- آزمون کولموگروف - اسمیرنوف جهت نرمال یا غیر نرمال بودن داده‌ها.

متغیر	Statistic	درجه آزادی	معنی داری
حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی	۰/۰۶	۳۹۹	۰/۰۰۱
آگاهی (اطلاع داشتن)	۰/۰۷	۳۹۹	۰/۰۰۰
میزان دسترسی به شبکه‌های اجتماعی	۰/۱۱	۳۹۹	۰/۰۰۰
دیدگاه کاربران	۰/۰۷	۳۹۹	۰/۰۰۰
خود ابرازی	۰/۰۴	۳۹۹	۰/۰۰۲

منبع: یافته‌های پژوهش

سؤال اول تحقیق: عوامل مؤثر بر حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی کدامند؟
برای مشخص کردن این سؤال ابتدا به بررسی دیدگاه زنان در خصوص حضور در شبکه‌های اجتماعی پرداخته شده است و در ادامه به بررسی عوامل مؤثر بر حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی پرداخته می‌شود.
در ادامه به بررسی دیدگاه زنان در خصوص حضور در شبکه‌های اجتماعی و مجازی پرداخته شده است. برای این منظور از فرمول ISDM استفاده گردیده است که نتایج به دست آمده مشخص کرد که بیشتر زنان موافق حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی می‌باشند.

هنگام بررسی نرمال بودن داده‌ها ما فرض صفر مبتنی بر اینکه توزیع داده‌ها نرمال است را در سطح خطای ۵ درصد تست می‌کنیم. بنابراین اگر آماره آزمون بزرگتر مساوی ۵ درصد بدست آید، در این صورت دلیلی برای رد فرض صفر مبتنی بر اینکه داده‌ها نرمال است، وجود نخواهد داشت. به عبارت دیگر توزیع داده‌ها نرمال خواهد بود. در این پژوهش با توجه به اینکه معنی داری داده‌ها کوچکتر از ۵ درصد به دست آمده اند، لذا فرض صفر رد می‌شود و داده‌ها غیر نرمال می‌باشند.
در این مرحله به بررسی سؤالات تحقیق پرداخته می‌شود.

جدول ۲- توزیع فراوانی حضور زنان در شبکه‌های مجازی

متغیر	فراوانی	درصد	درجه اعتبار
مخالف (A)	۵۹	۱۴/۸	۱۴/۸
نسبتاً مخالف (B)	۱۲۲	۳۰/۵	۳۰/۵
نسبتاً موافق (C)	۱۶۲	۴۰/۵	۴۰/۵
موافق (D)	۵۷	۱۴/۲	۱۴/۲
کل	۴۰۰	۰/۱۰۰	۰/۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

نسبتاً موافق و موافق حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی بودند، با توجه به پرسشنامه دلیل آن‌ها نوع رابطه ایجاد شده با اعتماد صمیمی و محافظه کارانه، استفاده از مزیت‌های شبکه‌های اجتماعی، نوع فعالیت‌ها و تعداد شبکه‌ها و کاربردهای مورد نظر شبکه‌های اجتماعی می‌باشد.

در ادامه پژوهش به بررسی رابه بین مؤلفه‌های مؤثر بر حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی و حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی پرداخته شده است. برای اینکار از همبستگی پیرسون استفاده شده است که در ادامه به آن پرداخته شده است.

نتایج پیرسون جدول ۳ گویای این است که بین نوع رابطه ایجاد شده با اعتماد صمیمی - محافظه کارانه، در فضای مجازی با حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی در سطح یک درصد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

نتایج همبستگی پیرسون جدول ۴ نشان داد که بین استفاده از مزیت‌ها با حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی در سطح ۱ درصد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

نتایج همبستگی پیرسون جدول ۵ نشان داد که بین نوع فعالیت‌های انجام شده با حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی در سطح ۱ درصد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

علاوه بر اطلاعات بخش پیش، بر پایه پاسخ‌های ارائه شده، برای تعیین میزان حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی با استفاده از فرمول ISDM (کمار، ۲۰۰۲) به صورت زیر استفاده شد:

$$\text{مخالف} = \text{Min} \leq A < \text{Mean} - \text{St.d}$$

$$\text{نسبتاً مخالف} = \text{Mean} - \text{St.d} \leq B < \text{Mean}$$

$$\text{نسبتاً موافق} = \text{Mean} \leq C < \text{Mean} + \text{St.d}$$

$$\text{موافق} = \text{Mean} + \text{St.d} \leq D < \text{Max}$$

نظر زنان مورد مطالعه، نسبت به حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی با رابطه ISDM به چهار سطح مخالف A، نسبتاً مخالف B، نسبتاً موافق C و موافق D گروه بندی شده است. در این راستا میانگین افراد برابر ۱۰۹/۹۶، انحراف معیار آن‌ها برابر با ۲۰/۱۶، کمینه ۴۰ و بیشینه ۱۶۲ می‌باشد. افرادی که دارای نمره کمتر از ۸۹/۷ می‌باشند، مخالف حضور زنان در شبکه‌های مجازی بودند و افرادی که نمره آنان از ۸۹/۷ تا ۱۰۹/۹۶ باشد، دارای نسبتاً مخالف حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی بودند و افرادی که دارای نمره ۱۰۹/۹۶ تا ۱۳۰/۱۲ باشد، نسبتاً موافق حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی بودند و افرادی که دارای نمره ۱۳۰/۱۲ به بالا باشند، موافق حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی می‌باشند. در این راستا با توجه به جدول ۴-۱۳ دیده می‌شود که در مجموع ۵۴/۷ درصد افراد

جدول ۳- همبستگی بین نوع رابطه ایجاد شده با میزان حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی

متغیرهای مستقل	همبستگی	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
نوع رابطه ایجاد شده	پیرسون	۰/۸۴**	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش **: معنی‌داری در سطح یک درصد

جدول ۴- همبستگی استفاده از مزیت‌ها با حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی

متغیرهای مستقل	همبستگی	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
استفاده از مزیت‌ها	پیرسون	۰/۷۵**	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش **: معنی‌داری در سطح یک درصد

جدول ۵- همبستگی بین نوع فعالیت‌های انجام شده با حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی

متغیرهای مستقل	همبستگی	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
نوع فعالیت	پیرسون	۰/۷۳**	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش **: معنی‌داری در سطح یک درصد

جدول ۶- همبستگی بین تعداد کاربردهای مورد نظر از استفاده با حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی

متغیرهای مستقل	همبستگی	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
تعداد کاربردهای مورد نظر از استفاده	پیرسون	۰/۸۴**	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش **: معنی داری در سطح یک درصد

جدول ۷- همبستگی بین تعدد شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده با حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی

متغیرهای مستقل	همبستگی	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
تعدد شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده	پیرسون	۰/۶۶**	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش **: معنی داری در سطح یک درصد

جدول ۸- تأثیر ویژگی‌های فردی زنان (تأهل) بر حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی

متغیر	طبقات	رتبه بندی میانگین	من ویتنی	Z	سطح معنی داری
تأهل	مجرد	۱۹۹/۳۲	۱۸۰۱۳/۵	-۰/۲۷	۰/۷۸
	متأهل	۲۰۲/۶۴			

منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج آزمون من ویتنی، جدول ۸ گویای این بود که بین وضعیت تأهل (مجرد و متأهل) زنان و حضور آنان در شبکه‌های اجتماعی اختلاف معنی داری وجود ندارد.

نتیجه‌گیری

نتایج گویای این موضوع بود که میزان دسترسی به شبکه‌های اجتماعی و حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی رابطه معنی داری وجود ندارد. این نتیجه با نتیجه پژوهش واعظ نیا و همکاران (۱۳۸۵) همسویی ندارد. شاید دلیل آن این باشد که الان دیگر تقریباً اکثر افراد جامعه دسترسی برابر و یکسان و آسانی به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند.

اما بین دیدگاه کاربران و حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی در سطح یک درصد رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

نتایج این پژوهش و با نتیجه پژوهش قهرودی و آذری (۱۳۸۹) همخوانی دارد.

در نهایت نتایج نشان داد که بین خودابرازی و حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی در سطح یک درصد رابطه معنی دار و مثبتی وجود دارد. این نتیجه نیز با نتیجه پژوهش قهرودی و آذری (۱۳۸۹) همسویی دارد.

نتایج همبستگی پیرسون جدول ۶ نشان داد که بین تعداد کاربردهای مورد نظر از استفاده با حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی در سطح ۱ درصد رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

نتایج همبستگی پیرسون جدول ۷ نشان داد که بین تعدد شبکه‌های اجتماعی با حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی در سطح ۱ درصد رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. بنابراین فرضیه اصلی پژوهش که می‌گوید: عوامل؛ نوع رابطه ایجاد شده (با اعتماد صمیمی - محافظه کارانه)، استفاده از مزیت‌ها، نوع فعالیت (منفعل و فعال)، تعدد کاربردهای مورد نظر از استفاده و تعدد شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده بر حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی مؤثر است. تأیید می‌شود. همچنین سؤال اصلی پژوهش نیز تأیید می‌شود.

بررسی سؤال اول فرعی تحقیق: آیا ویژگی‌های فردی (سن، تحصیلات، پایگاه اقتصادی) بر میزان حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی مؤثر است؟

جهت بررسی رابطه بین ویژگی‌های فردی و حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی از آزمون‌های ناپارامتری من ویتنی و کروس کال والیس استفاده گردید که نتایج آن‌ها در جداول زیر ارایه گردیده است.

پیشنهادات مبتنی بر نتایج پژوهش

- با توجه به اینکه آگاهی زنان نسبت به شبکه‌های مجازی زیاد بالا نبود، پیشنهاد می‌شود که آموزش‌های لازم، جهت بالا بردن آگاهی عمومی زنان نسبت به شبکه‌های مجازی داده شود.

- برنامه‌ریزی مناسب جهت ارتقای سطح سواد رسانه‌ای زنان.

محدودیت‌های تحقیق

- مشکل در تدوین ادبیات موضوع، چون تا به حال تحقیقات کمی در رابطه با موضوع تحقیق انجام شده است.

فهرست منابع

اجتماعی»، مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره دوم، شماره ۲: ۷۴-۵۵.

۱۲. بون، اد. ۱۳۷۹. بُعد فرهنگی ارتباطات برای توسعه، مترجم: مهرسیما فلسفی، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما.

۱۳. دلاور، ع. ۱۳۸۵. احتمالات آماری کاربردی در روانشناسی و علوم تربیتی. تهران: رشد.

۱۴. ضیایی پرور، حمید. ۱۳۸۹. بررسی نفوذ شبکه های اجتماعی مجازی در میان کاربران ایرانی، فصلنامه رسانه، سال بیستم، شماره ۴: ۴۲-۲۳.

۱۵. نازوی، امیر. ۱۳۹۲. تأثیر ویژگی‌های شبکه‌های آنلاین اجتماعی بر نشاط سازمانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق.

16. <http://www.hamshahri.org/hamnews/840602/1384/world/cinew.htm>

17. Heidemann, Julia, (2010). "Online Social Networks-. Ein sozialer und technischer Überblick", Rtrived from www.uni-augsburg.de/exzellenz/.../wi-272.pdf

18. Hilberman, J. 2009. Young people are social networking in droves. Retrived in <http://iipdigital.usembassy.gov/st/english/article/2009/01/20090105145310maduobba0.7623255.htm1/axzzlifCQB6ph> in 4 september 2011.

19. Holmes David (2005). Communication theory , media , technology and society. London , Thousands oaks : Sage publications.

20. Bell , David (2001). An introduction to cyberculture. USA , Routledge.

۱. جهانگرد، نصرالله. ۱۳۸۰. رسانه‌ها و مدرنیته: نظریه اجتماعی رسانه. ترجمه مسعود اوحدی. تهران: نشر سروش.

۲. عطاران، محمد. ۱۳۸۳. جهانی شدن فناوری اطلاعات و تعلیم و تربیت. تهران: مؤسسه توسعه ی فناوری آموزشی مدارس هوشمند.

۳. مظاهری، علی. ۱۳۹۲. عوامل موثر بر تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی، علوم اجتماعی، شماره ۱۳، ۵۲-۱.

۴. میر حسینی، مریم. ۱۳۸۷. کج‌روی‌های اینترنتی؛ لزوم نظارت و محدود کردن دسترسی به اطلاعات، فصلنامه رسانه.

۵. ساروخانی، باقر، توسلی، غلامعباس و عربی نژاد، عزیز سید. ۱۳۸۷. تأثیر فضاهای مجازی بر کنش اجتماعی جوانان دانشجوی دختر با تأکید بر اینترنت، پژوهش نامه علوم اجتماعی، سال دوم، شماره اول، صص ۱۳۲-۱۵۲.

۶. احمدزاده، اشرف. ۱۳۹۱. نقش تفاوت های فرهنگی در خود ابرازی کاربران سایت های شبکه اجتماعی، ماه علوم اجتماعی، ۲۵: ۵۶-۲۰.

سایر منابع

۷. ابراهیمی، قربانعلی و همکاران. ۱۳۹۰. بررسی جامعه شناختی میزان اعتیاد به اینترنت و همبسته‌های اجتماعی آن (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد شهر بابل). مجموعه مقالات برگزیده همایش منطقه ای آسیب های اجتماعی نوپدید. دفتر تحقیقات کاربردی و معاونت اجتماعی نیروی انتظامی استان مازندران: ۱۷.

۸. احمدنیا، شیرین. ۱۳۸۳. زنان و جامعه اطلاعاتی، فصلنامه زن فرزانه، شماره اول.

۹. احمدی، سارا. ۱۳۸۶. بررسی علل رونق ارتباطات در فضای مجازی در میان دانشجویان، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ارتباطات واحد تهران مرکز.

۱۰. باستانی، سوسن و ذکریایی سراجی، فاطمه. ۱۳۹۰. تفاوت های جنسیتی در سالمندی: شبکه ها و حمایت اجتماعی، مسائل اجتماعی ایران، سال سوم، شماره ۵۷، ۱-۳۳.

۱۱. باستانی، سوسن. ۱۳۸۷. «بررسی سرمایه اجتماعی شبکه در ۱۰ محله تهران: بررسی جایگاه روابط محلی در شبکه های