

بررسی تطبیقی دیدگاه دانشجویان (رشته علوم ارتباطات) دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات نسبت به فرصت ها و تهدیدهای فضای مجازی

دکتر داوود صفایی، استادیار گروه علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی
معصومه ملکی، دانش آموخته کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات اردبیل
(نویسنده و عهده‌دار مکاتبات) Ghvd15@yahoo.com

چکیده

این پایان نامه دیدگاه دانشجویان (رشته علوم ارتباطات) دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات نسبت به فرصت ها و تهدید های فضای مجازی با هم مقایسه کرده است. هدف اصلی این پایان نامه، شناخت دیدگاه دانشجویان دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات (رشته علوم ارتباطات) نسبت به فرصت ها و تهدید های فضای مجازی است که جهت پاسخ به آن نگرش از نظر نحوه میزان زمان استفاده از فضای مجازی، بین میزان اطمینان به محتوای مطالب فضای مجازی، بین میزان آموزش در فضای مجازی، بین نگرش از نظر تاثیر جنسیت در گرایش به فضای مجازی میان دانشجویان دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات مورد بررسی قرار گرفته است. این تحقیق با تکیه بر نظریه جامعه اطلاعاتی که جامعه ای متأثر از فن آوری است. روش این تحقیق، پیمایشی و ابزار اندازه گیری آن پرسشنامه اینترنتی و دستی و برآیند حاصل از تلفیق این دو پرسشنامه از جامعه آماری ۸۲ نفری از دانشجویان مرکب از مقطع کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات در تهران و واحد علوم تحقیقات بوده است. مهم ترین نتایج حاصل از این تحقیق نشان می دهد، بیشتر این دانشجویان ساعت های متمادی را برای استفاده از فضای مجازی صرف می کنند، معتقدند در فضای مجازی آزادی اطلاعات وجود دارد، فضای مجازی با رشته تحصیلی شان آنها را آشنا کرده است، در این فضا ارتباط تعاملی با کاربران برایشان فراهم شده، به اخبار و دست آورد های علمی دسترسی پیدا کرده اند، همچنین این فضا می تواند به کاربران از جمله زن و مرد آسیب برساند، اما میزان شدت این آسیب نسبت به جنسیت کاربر اینترنتی فرق دارد.

واژگان کلیدی: فرصت های فضای مجازی، تهدید های فضای مجازی، دانشجویان، رشته علوم ارتباطات

مقدمه

وقتی صحبت از فضای مجازی به میان می‌آید، مردم اغلب به رایانه ای فکر می‌کنند که به اینترنت متصل است، در حالی که این فقط بخش بسیار کوچکی از فضای مجازی را تشکیل می‌دهد. از نگاه دیوید بل (۲۰۰۱) فضای مجازی فقط مجموعه ای از سخت افزار نیست بلکه مجموعه ای از تعاریف نمادین است که شبکه ای از عقاید و باورها را در قالب داد و ستد بیت رد و بدل می‌کنند.

فضای مجازی زمان و مکان نمی‌شناسد. همه جایی و همه مکانی است. مرزها را به سهولت می‌پیماید و در آن واحد از رموزی پرده می‌گشاید که به چنگ آوردن آنها در عالم واقع مستلزم صرف انرژی، زمان و هزینه ی بسیار است و گاه غیر ممکن می‌نماید. (عاملی، ۱۳۸۷)

فضای مجازی یک شبکه گسترده جهانی است که شبکه های مختلف رایانه ای در اندازه های متعدد و حتی رایانه‌های شخصی را با استفاده از سخت افزارها و نرم افزارهای گوناگون و با قرارداد های ارتباطی به یکدیگر وصل می‌کند. فن آوری‌های ارتباط راه دور اساس فضای مجازی را تشکیل می‌دهند. (دهقان، ۱۳۸۴)

اندرسان معتقد است که «ارزش‌های فرهنگ مجازی، ارزش‌های گفتاری، قابل دسترس، آزاد و دارای واکنش سریع هستند».

پیشینه تحقیق

فضای مجازی پدیده ای جدید است. تغییرات تکنولوژیک آن، چنان سریع است و بیشتر پژوهش‌هایی که در دهه ۱۹۸۰ انجام شده دیگر برای روند های اجتماعی دهه ۱۹۹۰ و همین طور برای دهه های اخیر یعنی همان لحظه ای که فرهنگ نوین ارتباطی در حال شکل گیری است، کاربردی ندارند. (کاستلز، ۱۳۸۵، ص ۴۱۶).

مطالعات انجام شده در ایران

جلیلی فیروزی، موضوع مورد بررسی اش دستیابی به برخی تاثیرات اجتماعی حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت به مثابه یکی از تکنولوژی های جدید ارتباطی بوده و بر هویت فرد اثر می‌گذارد. بر اساس نتایج این پژوهش ضعف یا قدرت عملکرد نهادهای دینی در فضای واقعی در میزان گرایش جوانان به استفاده از فضای مجازی تاثیر گذار است.

احمدپور، موضوع مورد بررسی او درباره تاثیر حضور فضای مجازی بر هویت فرهنگی در ابعاد دینی، ملی، قومی و جهانی است. او به نتایجی دست یافته که حاکی از آن است، با افزایش حضور در فضای مجازی هویت های دینی، ملی، قومی تضعیف و هویت جهانی تقویت می‌شود.

آقایی، موضوع پژوهش درباره نقش گسترده رسانه‌ها در ابعاد مختلف زندگی بشر و رشد روز افزون استفاده از اینترنت و فضای مجازی در مدیریت بحران های اجتماعی بوده و آن را ضروری دانسته است.

ذکایی و خطیبی، در مقاله خود به بررسی برخی از تاثیرات اجتماعی حضور در فضای اجتماعی و استفاده از اینترنت به مثابه یکی از تکنولوژی‌های جدید ارتباطی بر هویت کاربران ایرانی بویژه جوان‌ها پرداخته اند و یافته های حاصل از پیمایش ها ایشان حاکی است، حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت باعث شکل گیری و هویت مدنی در بین کاربران ایرانی می‌شود.

ساروخانی و همکاران، موضوع بررسی شان در باره اینترنت و تاثیرات آن بوده که یافته های تحقیق آنها نشان می‌دهد بین حوزه عمومی اینترنت و اشکال کنش اجتماعی از قبیل خدمات اجتماعی فرهنگی، وکالت و سازماندهی، تغییر دگرگونی، تعلیم و تربیت اجتماعی، آگاهی از ارزش های مذهبی رابطه معنا دار است و از این رواستنباط می‌شود، می‌توان کنش های واقعی را در نهاد های واقعی که افراد رفتار خود را درون آن بنا می‌کنند، جستجو کرد.

هدف تحقیق

هدف این تحقیق بررسی تطبیقی دیدگاه دانشجویان (رشته علوم ارتباطات) دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات نسبت به فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی است.

هدف نهایی این پژوهش ارائه پیشنهادهایی برای به کارگیری روش‌های مناسب جهت بهره‌گیری از این فن‌آوری‌های جدید برای دانشجویان و ایجاد زمینه‌ای مناسب برای استفاده آن به عنوان مکمل جهان واقعی می‌باشد.

هدف کلی این پژوهش بررسی تطبیقی دیدگاه دانشجویان (رشته علوم ارتباطات) دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات نسبت به فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی دختر و پسر بین سنین ۴۵ تا ۲۰ است.

هدف اختصاصی

- شناخت میزان زمان استفاده از فضای مجازی توسط دانشجویان دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات
- شناخت میزان اطمینان به محتوای مطالب فضای مجازی در میان دانشجویان دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات
- شناخت میزان آموزش در فضای مجازی در میان دانشجویان دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات
- شناخت میزان جنسیت در میان دانشجویان دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات در گرایش آنها به استفاده از فضای مجازی

مبانی نظری تحقیق

واژه مجازی عبارتی است که در دنیای اینترنت رسانه‌ها و ارتباطات بسیار شنیده می‌شود و از اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی مورد استفاده پژوهشگران قرار گرفت. (عطاران، ۱۳۸۳، ص ۱۲۳)

جوامع مختلف تحت تاثیر تحولات بسیار عظیم علمی - تکنولوژیک به سمت جامعه اطلاعاتی در حال حرکت اند. جامعه اطلاعاتی، جامعه‌ای است که ساختار آن متأثر از فن‌آوری است. معیارهایی از جمله فن‌آوری، مشاغل اطلاعاتی، جغرافیا، اقتصاد، فرهنگ، فراگیری رسانه‌ها و جهانی شدن در ایجاد جامعه اطلاعاتی تاثیر گذار اند. در جامعه اطلاعاتی، جوامع با چالش‌هایی از جمله نابرابری اجتماعی، هویت‌های جدید، تمایزپذیری نهادهایی از جمله دولت، و فرصت‌هایی چون نقش اینترنت در پژوهش، خلاقیت و علم، تعامل و همزیستی جهانی، شکل‌گیری هویت سیال و بین‌سیاره‌ای روبه‌رو شده‌اند. وجود این چالش‌ها، انسجام اجتماعی را در جامعه اطلاعاتی بویژه در کشورهای در حال توسعه مانند ایران متزلزل شده است. به همین دلیل جوامع می‌توانند با تدابیری که می‌اندیشند چالش‌ها را از پیش رو برداشته و از فرصت‌ها در جهت رفاه و سعادت مردم استفاده کنند. (وبستر، ۱۳۸۰، ص ۶۰)

با پیدایش شبکه‌های نوین و جهانی اطلاعات و ارتباطات و تأثیرپذیری همه ابعاد زندگی بشر از این انقلاب تکنولوژیک، جهان وارد جامعه جدیدی شده است که برخی محققان آن را «جامعه اطلاعاتی» نامیده‌اند. (همان، ص ۸۰). منظور از جامعه اطلاعاتی، جامعه‌ای نیست که از فن‌آوری استفاده می‌کنند، بلکه جامعه‌ای است که ساختار آن متأثر از فن‌آوری است که البته نشانه و نماد جامعه اطلاعاتی، فن‌آوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی است. (همان، ص ۸۵)

ویلیام مارتین، جامعه اطلاعاتی را این‌گونه تعریف می‌کند: جامعه‌ای که در آن کیفیت زندگی، چون چشم‌اندازهای تحول اجتماعی و توسعه اقتصادی، به میزان رو به زیاد شدن اطلاعات و بهره‌وری از آن وابسته شده است.

جامعه اطلاعاتی یک جامعه چندساختی و چندوجهی است که در آن تمام لایه‌بندی‌ها و سطوح نیازمند اطلاعات هستند، نه این که فقط بخشی از آن برخوردار از اطلاعات باشند. اگر جامعه را مانند یک هرم فرض کنیم، در جامعه اطلاعاتی از رأس تا قاعده باید احساس نیاز به اطلاعات داشته باشند و از آن در تمام سطوح استفاده کنند. (بل، ۱۳۸۹، ص ۷۰)

الف- نظریه جامعه فراصنعتی دانیل بل

"دانیل بل"، جامعه‌شناس امریکایی از جمله کسانی است که با ارائه نظریه "فراصنعت‌گرایی"، نوع جدیدی از جوامع یعنی "جامعه اطلاعاتی" را پیش‌بینی کرده است. او در اواخر دهه ۱۹۵۰ اصطلاح "پسا صنعت‌گرایی" را ابداع کرد، طی دو دهه بعدی، واژه‌های "اطلاعات" و "آگاهی" را به‌عنوان پیشوند به اصطلاح "پسا صنعتی" افزود تا با مطرح کردن "جامعه پسا صنعتی"، همواره بر نقش اصلی اطلاعات و آگاهی تأکید کرده باشد.

مهمترین و رایج‌ترین معیارهای جامعه اطلاعاتی به شرح ذیل هستند:

الف- فن آوری: بدیهی است تغییرات اساسی که در سه دهه گذشته به‌وجود آمده، فن آوری در آن نقش بسیار برجسته‌ای داشته است. جامعه اطلاعاتی بر نوآوری فوق‌العاده تکنولوژیک بنا شده است. در تعریف جامعه اطلاعاتی با اتکا به عنصر فن آوری پیشرفت‌های خیره‌کننده در پردازش، نگهداری و انتقال اطلاعات به کاربرد فن آوری‌های اطلاعاتی در تمامی زوایای حیات اجتماعی شکل گرفته است. با نفوذ رایانه‌ها در تمامی زمینه‌های زندگی بشر از جمله اداره‌ها، منازل، خودروها، تلویزیون‌ها، اسباب بازی کودکان، و ارزان شدن فن آوری‌های پردازش و نگهداری اطلاعات از طریق رایانه‌ها و تاثیر آن بر ارتباطات راه دور و ایجاد شبکه‌های جهانی، تحولات عظیمی در زندگی بشر رخ داده است. (وبستر ۱۳۸۰: ۹۲)

ب- جهانی شدن: یکی دیگر از ویژگی‌هایی که جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای با آن تعریف می‌شود، جهانی شدن است. مطابق معیاری که وبستر ارائه می‌دهد، جهانی شدن مقوله‌ای است که ذیل جامعه اطلاعاتی معنا پیدامی‌کند. جهانی شدن، عبارت است از در هم فشردن جهان و تبدیل آن به مکانی واحد یا تراکم آگاهی درباره کل نزد اجزا. به تعبیری جهانی شدن همان یگانه شدن جهان، نه‌وحدت و ادغام آن است. (نوذری، ۱۳۸۱: ۴۳)

ج- مشاغل اطلاعاتی: یکی از معیارها و نشانه‌های متداول در تعریف جامعه اطلاعاتی، معیاری است که بر مسئله تغییرات‌شغلی متمرکز است. درواقع به‌علت تغییر مشاغلی که با کار و فعالیت‌های بدنی همراه است به مشاغل اطلاعاتی یعنی مشاغلی که به کارهای فکری با مهارت بیشتر یا به عبارت دیگر کارهایی که در فرآیند تولید، پردازش و توزیع اطلاعات نقش دارند در جامعه اطلاعاتی ظهور پیدا کرده است. گزارش‌های سازمان‌های بین‌المللی نشان می‌دهد، در دو دهه اخیر مشاغل یقه‌سفیدان یا مشاغلی که اساساً با تولید و کاربرد اطلاعات و زیرساخت‌های پشتیبانی‌کننده‌اش سروکار دارند. (احمدی، ۱۳۷۴، ص ۹۰)

د- فراگیری رسانه‌ها: یکی از معیارهای مربوط به ظهور جامعه اطلاعاتی، سرعت فراگیری رسانه‌هاست. سرعت فراگیری رسانه‌ها که در واقع در اثر نوآوری‌های شگرف و بی‌بدیل فن آوری اطلاعاتی و ارتباطی به‌وجود آمده است، قلمرو زندگی خصوصی انسانها را به‌شدت تحت تأثیر قرار داده است. با پیشرفت‌هایی که در فن آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی فراهم آمده است. (ال بی، ۱۳۸۱: ۶۰).

ه- اقتصادی: شاخص اقتصادی در تعریف جامعه اطلاعاتی به نظر می‌رسد، به قدر شاخص فن آوری اهمیت دارد. فریتز مچلوب که از پیشگامان مبحث جامعه اطلاعاتی است به گستره و رشد صنایع اطلاعاتی در ایالات‌متحده می‌پردازد و نطفه ایجاد مقیاس‌های جامعه اطلاعاتی را مبتنی بر شرایط اقتصادی می‌داند. پیتر دراگر استاد مدیریت در سال ۱۹۶۷ اظهار داشته اقتصاد آمریکا از ۲۶ به ۳۴ درصد از یک اقتصاد کلایی یا اقتصاد کالا محور به اقتصاد اطلاعاتی یا اطلاعات محور تغییر وضعیت داده است. وی تأکید می‌کند دانش یا همان اطلاعات اساس اقتصاد نوین را تشکیل داده است.

د- جغرافیایی: جامعه اطلاعاتی علاوه بر آن که از نظر اقتصاددانان و جامعه‌شناسان مورد توجه قرار گرفته و تعریف شده است، از منظر جغرافی دانانی که بر مکان توجه ویژه‌ای دارند، نیز مورد توجه است. جغرافی دانان در بحث مکان به شبکه‌های اطلاعاتی که مکانهای جغرافیایی را به یکدیگر پیوند می‌دهند، تأکید دارند و معتقداند این شبکه‌ها آثار شگفت‌انگیزی بر سازمان فضا و مکان دارند.

ن- **فرهنگی**: همان‌طور که مسئله فن آوری در ظهور جامعه اطلاعاتی بسیار حائز اهمیت است جنبه‌های فرهنگی نیز به همان اندازه در پیدایش آن موثر است. پایگاه‌های آن لاین همه و همه در ایجاد بستر فرهنگی بشر تاثیرگذار بوده و به کاربران این رسانه‌ها خط مشی فرهنگی داده و الگوسازی می‌کند، به عبارت دیگر این سطح از اطلاعات از لحاظ فرهنگی بر همه زمینه‌های زندگی نفوذ کرده، هویت و شخصیت ما را متأثر و دگرگون کرده است. (کاستلز، ۱۳۸۵: ۶۵)

پس از اینکه با معیارهایی که موجب ظهور جامعه اطلاعاتی شده‌اند، آشنا شدیم اکنون چالش‌هایی را که با ظهور جامعه اطلاعاتی با آن روبه‌رو خواهیم شد، می‌پردازیم.

الف- **نابرابری اجتماعی**: در بحث برابری یا نابرابری اجتماعی در جامعه اطلاعاتی می‌توان به مواردی اشاره کرد و موقعیت هر یک را در این جامعه توضیح داد. به عنوان مثال کسب نابرابر ثروت شامل درآمد و دارایی‌ها نیز یکی از مواردی است که در جامعه اطلاعاتی به شدت در حال افزایش است. بحث برابری و نابرابری اجتماعی در جامعه اطلاعاتی که مبتنی بر دسترسی برابر یا نابرابر به اطلاعات و رسانه‌ها است را در دو سطح می‌توان مطرح کرد. از لحاظ نظری می‌توان گفت مطابق آنچه که در تعریف جامعه اطلاعاتی آمده است، رسانه‌های جدید، اطلاع‌رسانی و شبکه‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، انتشار و دسترسی به اطلاعات و دانش را آسان‌تر و بهتری کند و سبب کاهش فاصله بین گروه‌ها، افراد و طبقات اجتماعی در داخل هر کشور از یک طرف و همچنین کاهش فاصله بین کشورها از طرف دیگر می‌شود. (عطاران، ۱۳۸۳: ۷۰)

ب- **گسترش نابرابری‌های اجتماعی در سطح بین‌المللی**: در کشورهای در حال توسعه، به دلیل نبود زیرساخت‌های ملی مخابرات و نبود رونق اقتصادی، توسعه اینترنت بسیار گران‌تر و پرهزینه‌تر از کشورهای توسعه یافته است. علاوه بر این مطالب از آنجا که اکثر اطلاعات در شبکه اینترنت به زبان انگلیسی ارائه می‌شود ناآگاهی از این زبان نشان دهنده دسترسی نداشتن به اطلاعات تلقی می‌شود. (همان، ص ۸۴)

ج- **گسترش نابرابری‌های اجتماعی در سطح ملی**: شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی متفاوت در سطح کشورها و عدم برخورداری متناسب و متعادل در کلان شهرها و شهرهای حاشیه‌ای و نقاط محروم از توزیع بودجه‌های عمرانی و اجتماعی و فرهنگی، سطح درآمدهای مختلف که در محدوده خرده فرهنگ‌های درون یک کشور وجود دارد، فضایی را به وجود می‌آورد که عده‌ای به امکانات مناسب از جمله دسترسی به اطلاعات روز مجهز می‌شوند. در مقابل، عده‌ای با داشتن صلاحیت و استعداد کافی، به دلیل نبود امکانات مالی و آموزشی، امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری ندارند و این موضوع، به خودی خود، سبب گسترش نابرابری‌های اجتماعی در سطح کشورها و بین شهروندان خواهد شد.

د- **هویت‌های جدید**: جامعه اطلاعاتی، جوامع و هویت‌های جدیدی شکل می‌دهد. در جامعه‌ای که به ارتباطات مبتنی بر صنعت چاپ، تلویزیون و تلفن متکی است، شیوه تولید به گونه‌ای بوده که هویت‌ها را به صورت عاقل، سودمند و خودبسنده در می‌آورد. اما در جامعه اطلاعاتی، جامعه‌ای که بر ارتباطات الکترونیک سيطره دارد، ذهنیت‌ها و هویت‌های ناپایدار، چند لایه و پراکنده ظهور می‌کند. مارک پاستر در «عصر دوم رسانه‌ها» تاکید می‌کند در دوره جدید که اینترنت و ارتباطات الکترونیک در جامعه سيطره دارد، این داده‌ها و اطلاعات یا به عبارت دقیق کلمه، این جوامع مجازی هستند که هویت افراد را شکل می‌دهند.

ه- **وسایل نوین اطلاعاتی و ارتباطی**: در اثر تغییراتی که در برداشت‌های امروزی بشر به وجود آمده، هویت‌ها را در وضع کاملاً جدیدی قرار می‌دهند که متفاوت و حتی با گذشته تغییر کرده است. هویت در جوامع مجازی، جامعه اطلاعاتی در مسیر فراملیتی شدن حرکت می‌کند. در واقع ارتباطی که با اتکا به وسایل ارتباطی و اطلاعاتی جدید شکل می‌گیرد. چشم‌اندازی از فهم و درک جدیدی از ذهنیت را آشکار می‌کنند که در صورت بندی‌های گفتار و عملکرد که به لحاظ تاریخی محسوس‌اند، جان می‌گیرد. این ارتباطات راه‌گشای نگرستن به انسان به عنوان پدیده‌ای چندلایه،

تغییرپذیر، منفعل و تکه تکه است. هویت ملی در جامعه اطلاعاتی به دلیل ظهور اجتماعات مجازی به شدت تهدید می‌شود. اجتماعات مجازی تهدیدی برای اجتماعات واقعی است. دیگر سرزمین، زبان بومی و محلی، کشور، فرهنگ ملی و نژاد هویت افراد را در اجتماعات مجازی تعیین نمی‌کنند، بلکه این منافعی که آنها را نزد هم جمع می‌کند هویت آنها را می‌سازد. اطلاعات هویت افراد را در جامعه جدید شکل می‌دهد.

ن- تمایز اجتماعی: مهم ترین متغیری که در بحث انسجام اجتماعی در جامعه اطلاعاتی مدنظر قرار می‌گیرد، وحدت بخشی یا تمایزپذیری اجتماعی است. اجتماعی شدن و فردی شدن دو روی سکه در دوره مدرن هستند. یعنی دوره مدرن دارای یک دوگانگی در ساختار اجتماعی است که از یک طرف به اجتماعی شدن افراد منجر می‌شود و از سوی دیگر فردی شدن را تقویت می‌کند.

رسانه‌های جدید، رسانه‌های فردی شده هستند، چون که آنها مبتنی بر تعامل فردی انسان - رایانه هستند. همچنین آنها رسانه‌هایی هستند که به طور جمعی مورد استفاده قرار می‌گیرند، چون رایانه‌های آنها همگی به شبکه‌ها متصل‌اند. (کستلز، ۱۳۸۵، ص ۷۶)

ر- تعامل و همزیستی جهانی: شکل‌گیری هویت سیال و بین‌سپاره‌ای، واقعیت این است که پیشرفت ارتباطات و تکوین جامعه اطلاعاتی فاصله‌ها را کم کرده و به ایجاد نوعی تشابه، بویژه در جوانان شده است. اعضای کمیسیون توسعه سازمان ملل متحد گزارش داده‌اند در گردهمایی‌های خود در شهرهای قاره‌های گوناگون، شاهد بوده‌اند جوانان ی شبیه به هم شده‌اند و این شباهت، با رنگ باختن مرز جوامع و رفتن به سوی نوعی جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای، بیشتر شده است.

کاستلز معتقد است که از دهه ۱۹۸۰ میلادی، شیوه توسعه اطلاعاتی توانست جایگزین شیوه توسعه صنعتی شود. به اعتقاد وی، موثرترین عمال تاریخی که پارادایم تکنولوژی اطلاعات را شتاب می‌بخشد، شکل و مسیر آن را تعیین، و شکل‌های اجتماعی وابسته به آن را ایجاد می‌کند، فرایند تجدید ساختار سرمایه داری است. مدل کینزی رشد سرمایه داری که تقریباً به مدت سه دهه پس از جنگ جهانی دوم رونق اقتصادی و ثبات اجتماعی بی‌سابقه‌ای برای بیشتر اقتصادهای بازار به ارمغان آورد، در اوایل دهه ۱۹۷۰ با دیوار محدودیت‌های ذاتی اش برخورد کرد، و بحران آن بشکل تورم افسار گسیخته جلوه گر شد. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۵).

به اعتقاد کاستلز، باید هویت را از آنچه جامعه شناسان نقش سنتی و مجموعه نقش‌ها نامیده‌اند، متمایز می‌کند. نقش‌ها بر اساس هنجارها که ساخته دست نهادها و سازمان‌های جامعه هستند، تعریف می‌شوند. در حالی که هویت، منبع معنا برای خود کنشگران است و به دست خود آنها از رهگذر فرایند فردیت بخشیدن، ساخته می‌شود. (همان، ص ۷۸)

فرضیه‌های تحقیق

- بین میزان زمان استفاده دانشجویان دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات از فضای مجازی رابطه وجود دارد.
- بین میزان اطمینان به محتوای مطالب فضای مجازی در میان دانشجویان دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات رابطه وجود دارد.

- بین میزان آموزش در فضای مجازی در میان دانشجویان دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات رابطه وجود دارد.
- بین نگرش دانشجویان دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات از نظر تاثیر جنسیت در گرایش به فضای مجازی تفاوت معناداری وجود دارد.

روش تحقیق

از آنجایی که تحلیل تحقیق فرد است، روش پیمایشی یا زمینه یابی به عنوان مناسب ترین روش جمع آوری اطلاعات به کار برده شد. در این زمینه از فنون پرسشنامه به عنوان مهم ترین ابزار برای گرد آوری اطلاعات از ۸۲ دانشجوی دختر و پسر که به عنوان نمونه تحقیق به روش تصادفی سیستماتیک، استفاده شده است.

جمع آوری و جمعیت نمونه تحقیق

جامعه آماری این پژوهش دانشجویان دختر و پسر دانشگاه علوم تحقیقات و تهران در رشته علوم ارتباطات و مقطع کارشناسی ارشد است که بیشتر از فضای مجازی استفاده می کنند. اعتبار شاخص ها از طریق مراجعه به صاحب نظران مربوطه و اساتید دانشگاه بر مبنای اعتبار صوری بررسی شد و ضرایب آلفای کرونباخ با بیش از ۶۰ درصد پایایی و قابلیت اعتماد پرسشنامه را نشان می دهد.

تعریف مفاهیم و متغیرها

اینترنت: اینترنت، شبکه وسیع از رایانه هاست که در نقاط مختلف جهان قرار دارند و به یکدیگر متصل اند. از نگاهی دیگر اینترنت مجموعه پایان پذیری از پایگاه های داده است که اطلاعات مختلف و متنوع فردی و جمعی انسان ها را در خود جمع آورده است و هر روز نیز گسترش می یابد همین تعریف، بخوبی فرصت ها و نیز تهدیدهایی را که در ورای آن نهفته است، نشان می دهد. (ابو، ۱۳۸۵: ۴۷۲)

فضای مجازی: فضای مجازی به مجموعه هایی از ارتباطات درونی انسان ها از طریق رایانه و مسائل مخابراتی، بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی گفته می شود. یک سیستم آن لاین، نمونه ای از فضای سایبر است که کاربران آن می توانند از طریق ایمیل با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. بر خلاف فضای واقعی، در فضای سایبر، به جابه جایی های فیزیکی نیاز نیست و همه ی کارها فقط از طریق فشردن کلیدها یا حرکات «ماوس» انجام می شود. این عدم جابه جایی فیزیکی، محققان را واداشت که به مطالعه ی برخی شباهت های فضای سایبر با حالت های ناهوشیاری، به ویژه حالت های ذهنی ای که در رؤیایها ظاهر می شوند، بپردازند (همان: ۱۶۴).

علوم ارتباطات: رشته ای دانشگاهی است که به بررسی پدیده ارتباط می پردازد. ارتباط فرایند تبادل داده هاست که معمولاً از رهگذر سامانه ای از نمادهای مشترک انجام می گیرد. ارتباطات امروزه دارای دو حوزه کلی است، یکی ارتباطات به عنوان یکی از شاخه های علوم انسانی که شامل زیرشاخه هایی از جمله مطالعات ارتباطی و روزنامه نگاری و روابط عمومی است، و دیگری ارتباطات به عنوان یکی از شاخه های فناوری که مخابرات از زیرشاخه های آن است (فرشاد، ۱۳۸۹: ۲۰).

فرصت در فضای مجازی: این امکان را فضای مجازی می دهد که بتوان ارتباط های متعددی را با افراد بی آنکه حتی با آنها آشنایی داشته و فرا سوی مرزها باشیم پیدا کنیم. با یک کلیک کردن به هر گونه اطلاعات حتی اطلاعات محرمانه نیز دست یابیم (عاملی، ۱۳۹۰: ۸۹).

تهدید در فضای مجازی: فضای مجازی می تواند باعث شود که در محیط اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی تاثیر بگذارد. خرده فرهنگ ها را از بین ببرد، باعث شود جنگ ها در میان کشورها فقط از فضای سایبر شکل بگیرد و به گونه ای است که افکار عمومی مردم به یک جهت و آن هم شورش در مقابل دو لت ها است، بی آنکه گلوله ای شلیک شود و جان مردم را بگیرد (ابو، ۱۳۸۵: ۳۴۲).

یافته‌های پژوهش

- یافته‌های تحقیق در دو بخش است: الف-ویژگی سن، تحصیلات، نوع دانشگاه و ب-تیبین داده هاست.
- همان طور که در این تحقیق بررسی شد، بیشتر افراد جامعه نمونه (۳۶/۷۳) در مطالعه پرسشنامه دستی در بازده سنی ۳۱-۳۵ ساله هستند و بیشتر افراد (۵۰ درصد) جامعه آماری در پرسشنامه اینترنتی در بازده سنی ۳۰-۲۶ ساله اند.
 - بیشتر افراد مورد مطالعه در هم در پرسشنامه دستی (۷۲ درصد) و هم در پرسشنامه اینترنتی (۶۲٫۵ درصد) در دانشگاه علوم تحقیقات و بقیه دانشگاه تهران تحصیل می‌کنند.
 - بیشتر افراد جامعه آماری هم در پرسشنامه دستی (۵۶ درصد) و هم در پرسشنامه اینترنتی (۵۳٫۱ درصد) مرد و بقیه پاسخگویان زن هستند.

تیبین داده‌ها

فرضیه اول

- بین میزان زمان استفاده دانشجویان دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات از فضای مجازی رابطه وجود دارد
جدول شماره (۱) نتایج آزمون آنالیز واریانس بین متغیر X, Y

میزان زمان استفاده از اینترنت * دانشگاه جدول آماره‌های توصیفی					
	انحراف از میانگین	انحراف از معیار	میانگین	تعداد	دانشگاه
فرضیه دوم	۱۵۰	۰٫۷۶۶	۲٫۱۲	۲۶	تهران علوم تحقیقات
	۱۰۰	۰٫۷۵۱	۱٫۹۸	۵۶	

آزمون تی مستقل										
فرضیه دوم	برابری واریانس Levene آزمون	برای برابری معنی t-test آزمون							۹۵٪ تفاوت فاصله اعتماد	
		F	معناداری	t	درجه آزادی	معناداری (2-)	میانگین متفاوت	انحراف میانگین متفاوت	پایین	بالا
									برابری واریانس	۵۱۹
نابرابری واریانس			۷۳	۴۷٫۹۴	۸	۰٫۴۶	۰٫۱۳۳	۰٫۱۸۱	-۰٫۲۳۰	۰٫۴۹۶

همان گونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود، این آزمون با دارا بودن معناداری ۰٫۴۷، نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین پاسخ‌های دانشجویان دو دانشگاه به این سوال وجود دارد و در واقع پاسخ‌هایشان متفاوت است. بنابر این می‌توان نتیجه گرفت، فرضیه اول تایید می‌شود.

فرضیه دوم

بین میزان اطمینان به محتوای مطالب فضای مجازی در میان دانشجویان دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۲) نتایج آزمون واریانس بین متغیر X, Y
میزان اطمینان از محتوای مطالب فضای مجازی * دانشگاه

جدول آماره‌های توصیفی					
	انحراف میانگین	انحراف معیار	میانگین	تعداد	دانشگاه
فرضیه پنجم	۰.۱۹۰۴۹	۰.۹۷۱۳۲	۲,۷۸۸۵	۲۶	تهران
	۰.۱۲۹۲۲	۰.۹۶۶۹۹	۲,۴۶۴۳	۵۶	علوم تحقیقات

آزمون تی مستقل										
		برای برابری واریانس Levene آزمون		برای برابری معنی t-test آزمون						
		F	معناداری	t	درجه آزادی	معناداری (2-)	میانگین متفاوت	انحراف میانگین متفاوت	۹۵٪ تفاوت فاصله اعتماد	
									پایین	بالا
فرضیه پنجم	برابری واریانس	۰.۱۰	۰.۴۸	۱,۴۱ ۱	۸۰	۰.۲۲	۰.۳۲۴۱۸	۰.۲۲۹۸۰	۱۳۳۱ -۵	۰.۷۸۱۵۰
	نابرابری واریانس			۱,۴۰ ۸	۴۸,۶۲۲	۰.۲۵	۰.۳۲۴۱۸	۰.۲۳۰۱۸	۱۳۸۴ -۹	۰.۷۸۶۸۴

همانگونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود، این آزمون با دارا بودن معناداری ۰,۰۴۸ برای هر سوال، نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین پاسخ‌های دانشجویان دو دانشگاه به این سوال وجود دارد و پاسخ‌هایشان متفاوت است. بنابراین این می‌توان نتیجه گرفت، فرضیه دوم تایید می‌شود.

فرضیه سوم

بین میزان آموزش در فضای مجازی در میان دانشجویان دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات رابطه وجود دارد. جدول شماره (۳) نتایج آزمون واریانس بین متغیر X, Y
میزان آموزش در فضای مجازی * دانشگاه

جدول آماره‌های توصیفی					
	انحراف میانگین	انحراف معیار	میانگین	تعداد	دانشگاه
سوال ۲۶	۰.۱۳۰	۰.۶۶۲	۳,۹۶	۲۶	تهران
	۰.۰۷۶	۰.۵۶۸	۴,۰۷	۵۶	علوم تحقیقات

آزمون تی مستقل										
		برای برابری واریانس Levene آزمون		برای برابری معنی t-test آزمون						
		F	معنا داری	t	درجه آزادی	معناداری (2-)	میانگین متفاوت	انحراف میانگین متفاوت	۹۵٪ تفاوت فاصله اعتماد	
									پایین	بالا
سوال ۲۶	برابری واریانس	۰.۰۰۵	۰.۹۴۳	۷۷ -۳	۸۰	۴۴۲	-۰.۱۱۰	۰.۱۴۲	-۰.۳۹۳	۰.۱۷۳
	نابرابری واریانس			۷۳ -۱	۴۲,۷۰ ۳	۴۶۹	-۰.۱۱۰	۰.۱۶۰	-۰.۴۱۳	۰.۱۹۳

همانگونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود، این آزمون با دارا بودن معناداری ۰,۹۴ برای هر سوال، نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین پاسخ‌های دانشجویان دو دانشگاه به این سوال وجود نداشته و پاسخ‌هایشان مشابه بوده است. بنابراین این می‌توان نتیجه گرفت، فرضیه سوم رد می‌شود.

فرضیه چهارم

- بین نگرش دانشجویان دانشگاه تهران و واحد علوم تحقیقات از نظر تاثیر جنسیت در گرایش به فضای مجازی تفاوت معناداری وجود دارد .

جدول شماره (۴) نتایج آزمون آنالیز واریانس بین متغیر X, Y جنسیت و گرایش به استفاده از فضای مجازی * دانشگاه

جدول آماره‌های توصیفی					
انحراف میانگین	انحراف معیار	میانگین	تعداد	دانشگاه	سوال ۲۸
۳۰۵	۱,۵۵۴	۳,۵۸	۲۶	تهران	۲۸ سوال
۱۶۵	۱,۲۲۷	۳,۳۲	۵۶	علوم تحقیقات	

آزمون تی مستقل										
سوال ۲۸	برابری واریانس	برای برابری واریانس Levene آزمون		برای برابری معنی t-test آزمون						
		F	معنا داری	t	درجه آزادی	معناداری (2-	میانگین تفاوت	انحراف میانگین تفاوت	%۹۵ تفاوت فاصله اعتماد	
									پایین	بالا
۲۸ سوال	برابری واریانس	۲,۹۷۹	۰,۴۸	۸ ۰ ۱	۸۰	۰,۴۲۶	۰,۲۵۵	۰,۳۱۹	-۰,۳۷۹	۰,۸۹۰
	نابرابری واریانس			۷ ۳ ۷	۴۰,۳۰۵	۰,۴۶۵	۰,۲۵۵	۰,۳۴۷	-۰,۴۴۵	۰,۹۵۶

همان گونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود، این آزمون با دارا بودن معناداری ۰,۰۴۸ برای هر سوال، نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین پاسخ‌های دانشجویان دو دانشگاه به این سوال وجود دارد و پاسخ‌هایشان متفاوت است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت، فرضیه چهارم تایید می‌شود.

بحث

- **فرضیه اول**، یعنی بین میزان زمان استفاده دانشجویان دانشگاه تهران و دانشگاه آزاد (علوم تحقیقات) از فضای مجازی رابطه معنا دار است، که این فرضیه تأیید می‌شود .
- **فرضیه دوم**، یعنی بین میزان اطمینان بر محتوای مطالب فضای مجازی در میان دانشجویان دانشگاه تهران و دانشگاه آزاد (علوم تحقیقات) رابطه معنا دار است، این فرضیه تأیید می‌شود.
- **فرضیه سوم**، یعنی بین میزان آموزش در فضای مجازی در میان دانشجویان دانشگاه تهران و دانشگاه آزاد (علوم تحقیقات) رابطه معنا دار است، این فرضیه رد می‌شود.
- **فرضیه چهارم**، یعنی بین نگرش دانشجویان دانشگاه تهران و دانشگاه آزاد (علوم تحقیقات) از نظر تاثیرات جنسیت در گرایش به استفاده از فضای مجازی رابطه معنا دار است، این فرضیه تأیید می‌شود.

نتیجه گیری

در میان دانشجویان هر دو دانشگاه برخی، بیش از یک ساعت از فضای مجازی استفاده می کنند و عده ای معتقد بودند، بیش از پنج ساعت از فضای مجازی استفاده می کنند. بنابراین بیشترین استفاده کنندگان از فضای مجازی دانشجویان علوم تحقیقات تهران بودند.

دانشجویان هر دو دانشگاه معتقدند در فضای مجازی آزادی اطلاعات وجود دارد، فضای مجازی آنها را با رشته تحصیلی شان (علوم ارتباطات) آشنا کرده است تا بتوانند این رشته را انتخاب و در آن ادامه تحصیل دهند. دانشجویان هر دو دانشگاه معتقدند فضای مجازی باعث ارتباط تعاملی میان آنها و دیگر افراد می شود.

هر دو گروه از دانشجویان معتقدند می توان به فضای مجازی هم اعتماد کرد و هم می توان به محتویات مطلب فضای مجازی اطمینان نداشت، برخی از آنها در زمینه آشکار شدن هویتشان در فضای مجازی معتقدند اشکالی در فاش شدن هویتشان وجود ندارد اما برخی تمایلی برای فاش شدن هویت خود در فضای مجازی ندارند. آنها معتقد بودند، فضای مجازی فرصتی برایشان به وجود آورده که می توانند دسترسی به اخبار و دست آوردهای علمی داشته باشند. هر دو گروه از دانشجویان معتقد بودند هر دو کاربر زن و مرد به استفاده از فضای مجازی گرایش دارند و این فضا می تواند آنها را تحت تاثیر قرار دهد و برایشان زبان آور باشد.

مقایسه با نتایج مطالعات دیگران

در تحقیقات افرادی که در پیشینه تحقیق از آنها یاد کردیم، اغلب فضای مجازی را تکنولوژی جدید ارتباطی می دانند، معتقدند گرایش پذیری قشر جوان به فضای مجازی بیشتر است، در هویت ملی، فرهنگی، دینی و قومی فضای مجازی اثر مثبت دارد. در فضای مجازی آسیب پذیری و گرایش بانوان بیشتر است، چون که روابط اجتماعی را در دنیای واقعی کم رنگ می کند تا حدودی پژوهشی که ما نیز انجام دادیم با این نتایج هم خوانی داشت با این تفاوت که دانشجویان دانشگاه علوم تحقیقات و تهران معتقد بودند در فضای مجازی دسترسی به آزادی اطلاعات وجود دارد، در فضای مجازی احساس امنیت کمتری دارند، فضای مجازی بر اقتصاد تاثیر مثبت دارد این فضا، برای کانون خانواده و کاربران آسیب کمتر وارد

می کند. همچنین فضای مجازی انسجام ملی را تقویت می کند، همچنین اطمینان کمتری به مطالب درج شده در فضای مجازی دارند و معتقدند در این فضا دسترسی برای کسب اطلاعات علمی و خبری وجود دارد.

بیان محدودیت ها

در این تحقیق دسترسی به دانشجویانی که از وروی ۸۹ تا ۹۱ در مقطع کارشناسی ارشد هر دو دانشگاه علوم تحقیقات و دانشگاه تهران باشند مشکل ساز بود چون بخشی از این افراد فارغ التحصیل شده بودند و برخی از دانشجویان شهرستانی بوده و به محل زندگی شان باز می گشتند و دسترسی به آنها مقدور نبود. بنابراین به ۵۰ نفر دسترسی پیدا کردیم و بعد از چند بار مراجعه به هر دو دانشگاه و صرف وقت بسیار و با جلب اعتمادشان که این تحقیق فقط یک کار پژوهشی برای پایان نامه است حاضر به همکاری شدند. در ارسال پرسنامه اینترنتی ابتدا دانشجویان از دادن ایمیل خود برای ارسال پرسنامه به پست الکترونیکی شان خودداری می کردند و یا این که برخی از ایمیل هایی که در اختیارم قرار داده بودند، اشتباه بود که هنگام دریافت پاسخ های اینترنتی با مشکلاتی رو به رو و پاسخ های دانشجویان کمتری را به دست آوردیم.

پیشنهاد ها

الف- باید به هر کاربری که می خواهد از فضای مجازی استفاده کند، سواد و مهارت آن را آموزش داد. اگر صرفا خود فرد بی هیچ آموزش یا مهارتی از فضای مجازی استفاده کند، کمتر در دام مجرمان اینترنتی و سایت های خیر اخلاقی گرفتار می شوند.

ب- در فضای مجازی بیشترین تهدید و آسیب متوجه جوانان و نوجوانان است. بنابراین به نحوه استفاده بهینه از فضاهای مجازی و حرکت به سمتی که واقع بینانه تر است نگاه کنیم. بنابراین فرهنگ سازی برای کاهش پیامدهای آن ضروری است. بنابراین اطلاع رسانی، آموزش نحوه استفاده صحیح از این فن آوری می‌تواند مؤثر باشد.

ج- زنان در پیشینه تاریخی اجتماعی و فرهنگی جوامع مختلف از نقش مؤثر و پررنگی برخوردار نبوده اند، آغاز هزاره سوم و انقلاب اطلاعات و دانش، زمینه‌های نفی نگرش جنسیتی و محدود ساختن حضور بر اساس جنسیت در فضای تعاملی جامعه بشری را با چالش مواجه کرده است.

د- در فضای حقیقی هر کس می‌تواند اشاعه‌دهنده عقیده‌ای باشد، در فضای مجازی نیز هر کسی می‌تواند تفکر خود را رواج دهد و این شاید بزرگ‌ترین آسیب باشد که تبلیغ دین در فضای سایبر بسیار شخصی، ذوقی، سلیقه‌ای و بدون ضابطه شده است. که افراد آشنا به این فضا می‌توانند به رسالت دینی خود عمل کنند و به تبلیغ دین در این فضا بپردازند. خوشبختانه مراکز و نهادهای زیادی در این باره فعال اند، اما عدم انسجام این مراکز در عمل به یکی از آسیب‌های تبلیغ دین در اینترنت منجر شده است.

ن- فضای مجازی فرصتی را می‌دهد تا افراد بتوانند انسجام ملی، تحرکات اجتماعی و فرهنگ جامعه شان را هم به اشتراک بگذارند هم داراستای نیل به هدف های جامعه خود گام بردارند و حتی تاثیر گذار بر رویه افراد دیگری باشند که با آنها در فضای مجازی در تعامل ارتباطی هستند و از این طریق فرهنگ، دین، شرایط اجتماعی شان را با به کاربران اینترنتی در کشور های دیگر صادر کنند و حتی ممکن است آنها را با گرایش های خود همسو کنند یا با گرایش های آنها و طرز فکر و ایده شان همسو شوند.

فرهنگ اجتماعی، از زیر مجموعه های نظام یافته و ارکانی چون ارزشها، باورها و اعتقادات، رسوم و هنجار ما تشکیل شده اند، هم در جوامع مختلف، نظامهای فرهنگی متفاوتی موجودند و هم در بطن و درون یک نظام فرهنگی بزرگ و وسیع، خرد، فرهنگ های کوچکتری جا گرفته اند که این امری طبیعی است. بنابراین در میان یک قوم، ملت، یا جامعه بزرگ و اصلی، بسیاری از ارزشها، باورها، هنجارها، معیارها و الگوهای رفتاری هستند که جنبه عام دارند همه آنها را پذیرفته اند و در زندگی و روابط اجتماعی از آنها پیروی می کنند. رفتار اجتماعی شان تحت تأثیر آنهاست. فضای مجازی ارتباط تعاملی زودتر شکل می گیرد چون که در جهان امروز، آداب و رسوم و یا باورها و اعتقادات از مهمترین مؤلفه های سازنده فرهنگهای بشری اند، محو یا کمرنگ می شوند.

پیشنهادهای کاربردی

الف- لازمه مدیریت تکنولوژی و فن آوریها این است که عملکرد کشورهای دیگر که در این باره خیلی از ایران جلوتر هستند، بررسی شود و سپس با ایده گرفتن از این اقدامات، آنها را برای استفاده در کشورمان بومی کنیم. همچنین باید گذشته خود را نیز آسیب شناسی کرده و با رویکرد به آینده، سیاست هایی را تدوین و بر مبنای آن برنامه ریزی مناسبی در راستای هر چه استفاده بهتر کاربرانمان در فضای مجازی انجام دهیم.

ب- مسئولان و برنامه ریزان فرهنگی کشور سعی در ارائه برنامه‌های منسجم برای معرفی فرهنگ ملی در فضای مجازی داشته باشند تا به نوعی بتوان فرهنگ ایرانی را به عنوان یکی از فرهنگ‌های اثرگذار در عرصه‌ی جهانی به کاربران خارجی معرفی کرد.

ج- هویت اجتماعی در بین دانشجویان به عنوان قشری از جامعه که باید آینده کشور را بسازد، یکی از مسائلی است که بهبود آن باید در برنامه‌های دولت قرار گیرد. هویت اجتماعی در فضای مجازی، قابل پیوستن به زندگی واقعی افراد است. این مسئله جنبه‌های گوناگون زندگی افراد را در بر می گیرد و می‌تواند سبب زیان فراوان به کشور شود. همچنین باعث تقویت هویت اجتماعی شهروندان در زندگی واقعی آنها می شود.

د- راه کار هایی برای وزارت علوم، تحقیقات و فناوری :

الف- تربیت نیروی متخصص در حوزه فضای مجازی و نیز آسیب شناسی آن.

ب- سیاستگذاری و برنامه ریزی فرهنگی در حوزه فضای مجازی.

فهرست منابع:

- ابو، بوسا. (۱۹۹۱). *امپریالیسم سایبر*، ترجمه پرویز علوی. (۱۳۸۵). انتشارات ثانیه. تهران
- احمد پور میر بک، مریم. (۱۳۸۹). *بازنمایی هویت فرهنگی در فضای مجازی* (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه کردستان)، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه کردستان
- ایران شاهی، اعظم. (۱۳۸۸). *بررسی نقش فضای مجازی در تعامل اجتماعی زنان ایرانی*، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز
- آقاجانی، نوشین. (۱۳۷۵). *زمینه تکنولوژی‌های نوین ارتباطی*، پایان نامه دکترای علوم ارتباطات، دانشکده ارتباطات، علوم تحقیقات تهران
- آقا محسنی، وحید. (۱۳۸۷). *استراتژی های ارتباطی در مدیریت بحران اجتماعی با استفاده از قابلیت های فضای مجازی از دیدگاه متخصصان*، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت رسانه، دانشکده صدا و سیما
- بلیک، ریک و هارلوسن، ادوین. (۱۹۸۴). *طبقه بندی مفاهیم در ارتباطات*، ترجمه اوحدی، مسعود، ۱۳۸۰، انتشارات سروش، چاپ اول، تهران.
- بل، دیوید. (۱۹۸۳). *نظریه پردازان فرهنگ سایبری؛ مانوئل کاستلز و دانا هاراوی*، ترجمه، شفیعیان، مهدی، ۱۳۹۰، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، چاپ اول، تهران
- پیوزی، مایکل. (۱۹۸۵). *نقد نظریات هابرماس*، ترجمه، تدین، احمد، ۱۳۸۴، نشر قوس، چاپ دوم، تهران
- جلالیان، زهرا. (۱۳۸۸). *خرده فرهنگ های منحرف اجتماعی زنان در فضای مجازی*، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی تهران.
- جلیلی فیروزی، شقایق. (۱۳۸۵). *باز نمایی هویت دینی در فضای مجازی*، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی.
- حاجی میری، فاطمه. (۱۳۸۶). *میزان استفاده از فضای مجازی در بین دانشجویان و تاثیر آن بر مناسبات اجتماعی*، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته جامعه شناسی، دانشگاه تهران
- دوران، بهزاد. (۱۳۸۱). *تاثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی*، پایان نامه دکترای جامعه شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس
- دهقان، علیرضا. (۱۳۸۴). *قماربازی اینترنتی*، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره پیاپی ۲ و ۳، صفحات ۷۲-۴۵
- دهقان پور فریاد، هاشم. (۱۳۸۹). *مدیریت ارتباطات میان فردی*، انتشارات رخنه در اسرار، تهران
- ذکابی، محمد سعید و خطیبی، فاخره. (۱۳۸۵). *مقاله ای حاصل از پژوهشی در رابطه با حضور در فضای مجازی و هویت مدرن*
- رضا نیا، آوا. (۱۳۸۷). *مطالعه تجربه خود در فضای مجازی* (مطالعه موردی کاربران جوان ۱۵ تا ۲۹ سال در شهر سقز)، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران.
- رضایی قادری، خدیجه. (۱۳۹۱). *بررسی میزان استفاده از اینترنت و هویت کاربران*. پایان نامه دکترای علوم انسانی، دانشگاه آزاد تهران مرکز.
- سورین، ورنر جی و دبلیو تانکارد، جیمز. (۱۹۹۲). *نظریه های ارتباطات*، ترجمه دهقان، علیرضا، ۱۳۸۱، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ چهارم، تهران.

- ساروخانی، باقر، توسلی، غلامعباس، سید عربی نژاد، عزیزه. (۱۳۸۸). تاثیر فضا های مجازی بر کنش اجتماعی جوانان دانشجوی دختر دانشگاه تبریز با تاکید بر اینترنت. مقاله. پژوهش نامه علوم اجتماعی، سال دوم، شماره اول، بهار ۱۳۸۷
- عاملی، سید سعید رضا، روابط عمومی الکترونیک. (۱۳۸۷). انتشارات روابط عمومی و تبلیغات هفت تبلیغ، تهران.
- عطاران، محمد. (۱۳۸۱). جهانی شدن فن آوری اطلاعات، انتشارات موسسه فن آوری آموزش و پرورش، تهران
- فریزر، نانس. (۱۹۸۹). تاثیر فضای سایبر بر دین، ترجمه، اوحدی، محمد علی. (۱۳۸۰). انتشارات قم، تهران
- کاستلز، مانوئل. (۱۹۴۲). عصر اطلاعات، ترجمه، چاوشیان، حسن. (۱۳۸۵). انتشارات طرح نو، تهران
- نوذری، حسینعلی. (۱۳۸۱). بازخوانی هابرماس، نشر چشمه، چاپ اول، تهران.
- وبستر، فرانک و رایبیز. (۱۹۹۹). نظریه های جامعه اطلاعاتی، ترجمه، قدیمی، اسماعیل. (۱۳۸۳). انتشارات قصیده سرا، تهران.
- هولاب، رابرت. (۱۹۸۴). نقد در حوزه عمومی، ترجمه، بشیریه، حسن. (۱۳۷۵). انتشارات نی، چاپ اول، تهران.
- هابرماس، یورگان. (۱۹۲۹). جهانی شدن و آینده دموکراسی منظومه پسامدی، ترجمه پولادی، کمال. (۱۳۸۴). نشر مرکز، چاپ دوم، تهران

- Ang Leman ,S.(December,2000).U sesand Gratifications and Internet.
- Afactor Analysis. Is Internet Use and Travel to Cyberspace Reinforced by Unrealized Gratifications? Paper presented at the Western Science Social Association 2001 Conference held in Reno, NV.
- Routedge Allen , Graham.(2003). Roland Barthes, London and New York ,
- Branston Gill and S trafor Roy. (2001) .The media student's book , London , R outledg
- B ranston Gill and S trafor Roy .(2001).The media student's book , London , R outledg
- Giddens Anthony. (1987).Social Theory and Modern Sociology, Cambridge polity.
- C rowely David and H eyer Paul. (1999). Communication in history technology , culture , society , USA , Longman