

نقش رسانه‌های جدید در روابط اجتماعی دانشجویان با تاکید بر اینترنت (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی و دانشگاه تهران)

سید محمد مهدی زاده، استادیار گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران
سعید ابراهیمی، کارشناس ارشد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده مسئول)، تهران، ایران
saeedbrahimi.sham@gmail.com

چکیده

امروزه ظهور و گسترش رسانه‌های جدید و تأثیر انکارناپذیر آنها بر جامعه، بالاخص جنبه ارتباطی آن که بر تمام ابعاد زندگی بشری تسری یافته است، از دیدگاه جامعه‌شناسی ماهیتی اجتماعی پیدا کرده است. رویکردها و رهیافت‌هایی که مبین نقش این رسانه‌ها در میزان تعاملات و ارتباطات اجتماعی هستند، آنها را مبنای کلیدی بهبود روابط اجتماعی و تعامل بین افراد جامعه و نهادها قرار می‌دهند. در این بین اینترنت به عنوان اصلی‌ترین رسانه نوین ارتباطی نقشی اساسی را در این تعاملات ایفا می‌کند. از آنجایی که دانشجویان از جمله اولین گروه‌هایی بودند که فرصت استفاده از این رسانه را به دست آوردند و با توجه به نقش بی‌بدیل و انکارناپذیر این قشر از جامعه در تحولات اجتماعی و سیاسی معاصر، ایجاب می‌کند نسبت به آنها و تأثیراتی که این رسانه در روابط اجتماعی آنها دارد تا حدی حساس بود.

در تحقیق حاضر قصد داریم تا با دیدی جامعه‌شناختی، به بررسی نقش رسانه اینترنت در روابط اجتماعی دانشجویان بپردازیم. از این رو در این پژوهش اینترنت متغیر مستقل و روابط اجتماعی متغیر وابسته است. روش تحقیق از نوع پیمایش و جامعه آماری پژوهش شامل دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی و دانشگاه تهران است که از میان آنها ۳۶۸ نفر براساس فرمول کوکران به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. اطلاعات لازم از طریق پرسشنامه که دارای سوالات مرتبط با متغیر مستقل و متغیر وابسته بود، به دست آمد. اطلاعات مندرج در پرسشنامه از طریق آمار توصیفی و استنباطی و با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و در پایان از سه فرضیه مطروحه درباره میزان روابط اجتماعی (در سطوح خانواده، دوستان و افراد جامعه) که به ترتیب با متغیرهای (میزان استفاده، مدت استفاده و نوع استفاده از اینترنت) مطرح شده‌اند، یافته‌های تحقیق نشان داد، رابطه معناداری بین میزان استفاده از اینترنت و میزان روابط در سطح خانواده وجود ندارد اما این رابطه در سطح رابطه با دوستان و افراد جامعه معنادار است. همچنین بین مدت آشنایی و استفاده از اینترنت و میزان روابط در سطح خانواده رابطه وجود دارد و این رابطه در سطح دوستان و افراد جامعه وجود ندارد. همچنین مشخص شد در خصوص رابطه نوع استفاده از اینترنت و میزان روابط افراد، فعالیت‌های اجتماعی در اینترنت در میزان روابط اجتماعی افراد در هر سه سطح نقش ایفا کرده‌اند.

واژگان کلیدی: رسانه‌های جدید، اینترنت، روابط اجتماعی، دانشجویان، جامعه شبکه‌ای.

مقدمه

اینترنت یا شبکه جهانی وب^۱، تلفن همراه، تلویزیون دیجیتال و شمار زیادی از دیگر فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات نوین هر روز معبری جدید برای تحول راه و رسم زندگی، کار، آموختن و ارتباطات ما می‌گشایند (داتن، ۱۳۸۴: ۱۲)، به طوری که به واسطه رشد روز افزون این فناوری‌ها و آثار حاصل از آن، تغییر و تحول دائمی، به واقعیتی انکارناپذیر در حیات اجتماعی تبدیل شده است. بیشترین اشکال تعامل اجتماعی، در قسمت اعظم تاریخ بشر، از آن تعامل رودررو بوده است. افراد به طور عمده از طریق گرهمایی و تبادل اشکال نمادین، یا درگیر شدن در دیگر انواع عمل و در محدوده‌ی یک مکان فیزیکی مشترک، با هم تعامل داشته‌اند. اما این روند به مرور زمان و با ظهور و تحول رسانه‌های ارتباطی دچار تغییر شده است و تحول رسانه‌های ارتباطی، اشکال جدید عمل و تعامل و نیز انواع جدید روابط اجتماعی را به وجود آورده است؛ اشکالی که کاملاً متفاوت با نوع تعامل رودررویی است که بر قسمت اعظم تاریخ بشری سایه انداخته است. با تحول رسانه‌های ارتباطی، تعامل اجتماعی از محل و مکان فیزیکی جدا شده است، آن چنان که افراد با وجود آنکه در یک محیط مشترک زمانی- مکانی سهیم نیستند، می‌توانند با یکدیگر تعامل داشته باشند (تامپسون، ۱۳۸۷: ۱۰۲-۱۰۱).

مانوئل کاستلز- استاد جامعه‌شناسی و برنامه‌ریزی دانشگاه برکلی کالیفرنیا- معتقد است فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات امکان ظهور جامعه‌ای شبکه‌ای^۲ را فراهم آورده که افراد و جوامع را در درون قالب‌های تازه، هویت‌های تازه بخشیده و این امر نه تنها قواعد و قوانین حاکم بر ارتباط و تعامل بین انسان‌ها، بلکه نگرش ما رانسبت به خود، دیگران و جهان تغییر داده است (اولسون، ۱۳۷۷: ۵) و لذا به سختی می‌توان منکر متغیری چنین قدرتمند در عرصه زندگی بشر گردید. از این جهت شاید هیچ اختراع و نوآوری در قرن بیستم همچون رشد و پیشرفت اینترنت، چنین امکانات گسترده‌ای را برای اثر گذاشتن بر تغییر و دگرگونی جوامع به ارمغان نیاورده است. اینترنت و ارتباطات مبتنی بر آن، ارتباطات را معنایی تازه بخشیده و موجب دگرگونی در تعاملات اجتماعی شده است (نیازی و نصرآبادی، ۱۳۹۰: ۵). به طوری که امروزه، ارتباطات و تعاملات اینترنتی چنان مهم شده‌اند که به یکی از عرصه‌های مهم پژوهشی در این زمینه، تبدیل شده است. کشور ما هم از این امر مستثناء نبوده است.

در سال ۱۹۹۳م، ایران دومین کشور خاورمیانه بود که به شبکه اینترنت متصل شد (Sohrabi, 2011)، از آن سال به بعد تعداد کاربران اینترنت در ایران، روند فزاینده‌ای داشته و هر ساله بر تعداد کاربران فعال این رسانه افزوده شده است؛ به طوری که براساس آخرین آمار رسمی اعلام شده در دسامبر سال ۲۰۱۲م، ایران با ۴۲ میلیون جمعیت کاربر اینترنت، رتبه نخست را در منطقه به خود اختصاص داده است و این در حالی است که بیش از نیمی از کاربران را جوانان تشکیل می‌دهند، از این رو در ایران نیز با توجه به اهمیت این مقوله در رشد و توسعه جامعه در سال‌های اخیر، توجه وافری به رسانه‌های جدید، بویژه اینترنت، شده است. جامعه و فرهنگ ایرانی و به تبع آن انسان ایرانی مانند دیگر جوامع، فرهنگ‌ها و انسان‌ها تحت تأثیر ظهور این فناوری‌های ارتباطی جدید، در حال دیجیتالی یا الکترونیکی شدن است. در دهه‌ی اخیر، ایرانیان، بخش وسیعی از فضای مجازی اینترنت را شکل داده‌اند و حجم وسیعی از وب سایت‌ها و شبکه‌های اینترنتی به ایران، ایرانیان و مسائل مرتبط با جامعه و فرهنگ ایرانی اختصاص داشته‌اند (نیازی و نصرآبادی، ۱۳۹۰: ۱۴-۱۳). اگرچه گروه‌های اجتماعی مختلف با انگیزه‌های متفاوت از اینترنت استفاده می‌کنند، اما این پدیده در بین دانشجویان از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. دانشجویان علاوه بر انگیزه تفنن، سرگرمی و اشتیاق آشنایی با دنیای ناشناخته، به خاطر اهداف علمی- آموزشی و نیز یافتن فرصت‌های تحصیلی و شغلی جزو کاربران اصلی اینترنت به شمار می‌روند.

باتوجه به افزایش رشد جمعیت جوان کشور و بخصوص دانشجویان در این سال‌های اخیر و لزوم دسترسی بیشتر این قشر از جامعه به این رسانه‌ی جدید و فراهم آمدن بسترهای لازم برای دسترسی به آن، مطالعه تأثیرات استفاده از این رسانه بر دانشجویان می‌تواند بخشی از پیامدهای رواج فناوری‌های ارتباطی جدید و آثاری را که ممکن است بر

دانشجویان داشته باشد، آشکار سازد. یکی از زمینه‌های قابل بررسی و مطالعه در این خصوص، نقشی است که اینترنت می‌تواند بر میزان روابط اجتماعی دانشجویان و نوع ارتباطات و تعاملات آنها با سایر افراد و گروه‌های مختلف در جامعه داشته باشد. اینترنت در بین دانشجویان بیشتر جنبه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی دارد و کمتر به جنبه اقتصادی گرایش پیدا می‌کند. یکی از علل توجه و بهره برداری جوانان دانشجو و اینکه چرا این رسانه در بین این قشر از جامعه از جایگاه خاصی برخوردار است، نبود فضای لازم برای برخی کنش‌ها، روابط و عدم تأمین برخی از نیاز مندی‌ها در دنیای واقعی است. در واقع فرصت تجربه برخی از واقعیت‌ها در پرتو استفاده از اینترنت میسر می‌شود. بنابراین انجام تحقیقات جدی در حوزه‌های مختلف متأثر از اینترنت و رسانه‌های جدید امری ضروری به نظر می‌رسد و شناخت نقاط قوت و ضعف فناوری‌های نوین ارتباطی نیز بدون مطالعه، بررسی و تحقیق میسر نیست. لذا یافته‌های چنین پژوهش‌هایی می‌توانند از یک سو به تغییر نگرش‌های موجود نسبت به تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و از سوی دیگر به تغییرات رفتاری و عملکردی در عرصه جامعه بیانجامد. همچنین با توجه به اینکه این پژوهش جامعه جوان و دانشجوی کشور را مورد بررسی قرار می‌دهد، لذا از یافته‌های آن می‌توان در جهت آگاهی‌سازی دانشجویان و حتی والدین و خانواده‌های آنها در مواجهه با تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و تأثیرات اجتماعی آنها و به طور خاص نقش این نوع تکنولوژی‌ها بر تعاملات اجتماعی شان بهره جست.

رویکردهای نظری

در بررسی تأثیرات اجتماعی فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی بر جامعه، سه دسته نظریات مطرح هستند، رویکردهای تکنولوژیکی که نقش فناوری رسانه‌های جدید را در روابط و تبعات اجتماعی آن تعیین کننده می‌دانند و در بررسی نهایی، فناوری را شکل دهنده روابط اجتماعی و صورت‌های تحول آن می‌دانند. به طور کلی این رویکردها چندان اهمیتی به ابعاد اجتماعی رسانه‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی نمی‌دهند. نظریه‌های دهکده جهانی مارشال مک لوهان، نظریه غنای رسانه‌ای، نظریه حضور اجتماعی و نظریه نمایش از جمله این نظریه به شمار می‌روند. این نظریه‌ها به نوعی اثرات فناوری بر جامعه و تحولات آن را در نظر می‌گیرند.

اما در این بین خود مخاطب هم به عنوان عامل انسانی در شکل‌گیری این روابط نقش بسزایی را ایفا می‌کند که نظریه‌های دسته اول از این امر غافل شده‌اند؛ از این رو دسته دوم نظریه‌هایی هستند که انسان را به عنوان عامل در فرآیند ارتباطی، فعال ارزیابی می‌کنند و جایگاه خاصی برای آن قائل می‌شوند (دانش، ۱۳۸۵: ۸۱). از جمله نظریاتی که در این دسته قرار می‌گیرند می‌توان به نظریات انتقال دو مرحله‌ای پیام، اثرات گزینشی و محدود، نظریه استفاده از اطلاعات و نیز نظریه استفاده و خشنودی اشاره کرد که در این میان به نظر می‌رسد نظریه استفاده و خشنودی از کاتز توانسته است با قبول و هضم پیچیدگی‌های بیشتر خود را همچنان زنده نگه دارد.

دسته سوم نظریات تلفیقی هستند، نظریاتی که تلاش دارند هر دو جهت این فرآیند یعنی جنبه تکنولوژیکی و جامعه را توأمان در نظر گرفته و مطالعه و بررسی کنند. در این مورد می‌توان به نظریه شبکه و تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی اشاره نمود که سعی دارد تکنولوژی را منعطف دانسته و در تحلیل خود هم تکنولوژی و هم بازیگران اجتماعی را سهیم دانسته و در نظر می‌گیرد (توفیقی، ۱۳۹۰: ۶۱-۶۰).

فرضیه‌ها

- بین میزان استفاده دانشجویان از اینترنت و میزان روابط اجتماعی آنها (در سطوح خانواده، دوستان و افراد جامعه) رابطه وجود دارد.

- بین مدت آشنایی و استفاده دانشجویان از اینترنت و میزان روابط اجتماعی آنها (در سطوح خانواده، دوستان و افراد جامعه) رابطه وجود دارد.

- بین نوع استفاده دانشجویان از اینترنت و میزان روابط اجتماعی آنها (درسطوح خانواده، دوستان و افرادجامعه) رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

در پژوهش حاضر با توجه به شرایط و موضوع مورد بررسی و از آنجایی که واحد تحلیل تحقیق، فرد است، نوع روش تحقیق، روش پیمایشی (زمینه یابی) است. این روش یکی از روش‌های گردآوری، تنظیم و تحلیل داده هاست (دواس، ۱۳۹۱: ۱۶).

جامعه آماری مورد مطالعه این تحقیق شامل کلیه دانشجویان در حال تحصیل دو دانشکده علوم اجتماعی و ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی و پردیس دانشکده‌های فنی دانشگاه تهران می‌باشند که در مجموع تمام مقاطع (تا پایان نهمسال اول سال تحصیلی ۹۲-۹۳) تعداد ۸۹۲۶ نفر بودند که از بین آنها و از طریق فرمول کوکران ۳۶۸ نفر به عنوان نمونه انتخاب و پرسشنامه تحقیق در اختیارشان قرار داده شد. اعتبار شاخص‌ها از طریق مراجعه به صاحب نظران مربوطه و اساتید دانشگاه بر مبنای اعتبار صوری واری و ضرایب آلفای کرونباخ با بیش از ۰/۷۶، پایایی و قابلیت اعتماد پرسشنامه را نشان داد.

برای تجزیه و تحلیل داده ها، از آمار توصیفی برای ترسیم جداول، محاسبه فراوانی‌ها و درصدها و در سطح آمار استنباطی نیز با توجه به مقیاس سنجش متغیرها از آزمون‌های F تحلیل واریانس یک طرفه، آزمون کروسکال والیس، آزمون یومان ویتنی، استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های تحقیق در دو بخش الف- توصیف یافته‌ها و ب- تبیین یافته‌ها ارائه شده است:

الف) توصیف یافته‌ها

نحوه توزیع افراد نمونه برحسب متغیرها بررسی شده و در جداول توصیفی تنظیم گردیده و مجموع نمونه‌های مورد مطالعه در این پوهش ۳۶۸ نفر می‌باشد.

- به ترتیب ۶۲ درصد پاسخگویان مرد و ۳۸ درصد زن بوده اند.
- به لحاظ سن، بیشترین تجمع و انباشتگی در گروه سنی ۲۲ تا ۲۵ سال و کمترین تجمع در گروه ۳۸ تا ۴۱ قرار دارد.
- به لحاظ میزان تحصیلات، ۴۸/۱ درصد در مقطع کارشناسی، ۴۶/۷ درصد در مقطع کارشناسی ارشد و ۵/۲ درصد در مقطع دکترا در حال تحصیل بوده اند.
- به لحاظ وضعیت تأهل، به ترتیب ۸۶/۷ درصد مجرد و ۱۳/۳ درصد متأهل بوده اند.
- به لحاظ آشنایی و کار با اینترنت، بیشتر پاسخگویان با ۷۳/۴ درصد بیان کرده‌اند که به مدت پنج سال و بیشتر است که به اینترنت دسترسی و از آن استفاده می‌کنند ضمن اینکه ۳/۸ درصد پاسخگویان هم به کمتر از یک سال اشاره کرده اند.
- به لحاظ میزان استفاده از اینترنت در طول شبانه روز، بیشترین تجمع و انباشتگی کاربران در طبقهٔ دوساعت با ۲۷/۴ درصد و کمترین تجمع در طبقه چهارساعت با ۱۵/۵ درصد قرار دارد.
- به لحاظ اولویت نوع استفاده از اینترنت، جستجوی اطلاعات و خواندن اخبار سایت‌های مختلف، فعالیت در شبکه‌های اجتماعی بیشتر جز اولویت‌های اول پاسخگویان و چت و ارسال و دریافت ایمیل، دانلود فیلم، موسیقی و عکس، بازی و سرگرمی، به عنوان اولویت‌های دوم پاسخگویان مطرح شده است.

ب- تبیین یافته‌ها

- فرضیه اول: بین میزان استفاده دانشجویان از اینترنت و میزان روابط اجتماعی آنها (در سطوح خانواده، دوستان و افراد جامعه) رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۱): فراوانی و میانگین رابطه با خانواده از لحاظ میزان استفاده از اینترنت و مقایسه آنها

میزان استفاده	فراوانی	میانگین
کمتر از یک ساعت	72	211.66
دو ساعت	101	193.08
سه ساعت	64	176.00
چهار ساعت	57	167.58
پنج ساعت و بیشتر	74	166.74
مجموع	368	

$$X^2(kw) = 9.335 \quad df=4 \quad S=0.053$$

نتایج آزمون کروسکال والیس^۱ درباره رابطه میزان استفاده از اینترنت و میزان روابط با خانواده حاکی از عدم تفاوت معنادار میزان روابط با خانواده در زیر مقوله‌های میزان استفاده از اینترنت است. به عبارتی بین میزان استفاده از اینترنت و میزان رابطه با اعضای خانواده رابطه وجود ندارد.

جدول شماره (۲): فراوانی و میانگین رابطه با دوستان از لحاظ میزان استفاده از اینترنت و مقایسه آنها

میزان استفاده	فراوانی	میانگین
کمتر از یک ساعت	72	231.99
دو ساعت	101	197.30
سه ساعت	64	178.96
چهار ساعت	57	146.96
پنج ساعت و بیشتر	74	154.52
مجموع	368	

$$X^2(kw) = 29.090 \quad df=4 \quad S=0.000$$

نتایج آزمون کروسکال والیس درباره رابطه میزان استفاده از اینترنت و میزان روابط با دوستان حاکی از تفاوت معنادار بین میزان روابط با دوستان در زیر مقوله‌های میزان استفاده از اینترنت است. به عبارتی بین میزان استفاده از اینترنت افراد و میزان رابطه با دوستان آنها رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۳): فراوانی و میانگین رابطه با افراد جامعه از لحاظ میزان استفاده از اینترنت و مقایسه آنها

میزان استفاده	فراوانی	میانگین	انحراف معیار
کمتر از یک ساعت	72	24.7778	5.27610
دو ساعت	101	23.2178	4.52682
سه ساعت	64	22.3750	4.06104
چهار ساعت	57	21.8947	4.82436
پنج ساعت و بیشتر	74	21.5541	4.31989
مجموع	368	22.8370	4.72751

۱. با توجه به اینکه متغیر میزان روابط با اعضای خانواده و نیز متغیر میزان روابط با دوستان طبق آزمون کولموگروف اسمیرنوف غیر نرمال هستند از آزمون کروسکال والیس به جای آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شده است.

سطح معناداری	مقدار آزمون	نوع آزمون
۰,۴۳۹	۰.۹۴۳	لون
۰,۰۰۰	۵.۵۴۰	تحلیل واریانس یک‌طرفه

طبق مقدار آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه می‌توان با درجه اطمینان ۹۹,۹ درصد نتیجه گرفت که بین زیر مقوله‌های میزان استفاده از اینترنت از لحاظ روابط با افراد جامعه تفاوت معناداری وجود دارد.

- **فرضیه دوم:** بین مدت آشنایی و استفاده دانشجویان از اینترنت و میزان روابط اجتماعی آنها (درسطوح خانواده، دوستان و افرادجامعه) رابطه وجود دارد.

جدول شماره(۴): فراوانی و میانگین رابطه با اعضای خانواده از لحاظ مدت آشنایی با اینترنت و مقایسه آنها

مدت آشنایی	فراوانی	میانگین
کمتر از یک سال	۱۴	۱۶۲.۸۶
دو سال	۲۹	۱۳۴.۵۰
سه سال	۲۳	۱۶۳.۳۷
چهار سال	۳۲	۱۹۶.۳۰
پنج سال و بیشتر	۲۷۰	۱۹۱.۳۹
مجموع	۳۶۸	

$$X^2(kw) = 9.494 \quad df=4 \quad S=0.050$$

نتایج آزمون کروسکال والیس درباره رابطه مدت آشنایی با اینترنت و میزان روابط با اعضای خانواده حاکی از تفاوت معنادار بین میزان روابط با اعضای خانواده در زیر مقوله‌های مدت آشنایی با اینترنت است.

جدول شماره(۵): فراوانی و میانگین رابطه با دوستان از لحاظ مدت آشنایی با اینترنت و مقایسه آنها

مدت آشنایی	فراوانی	میانگین
کمتر از یک سال	۱۴	۲۲۳.۱۸
دو سال	۲۹	۱۸۰.۵۵
سه سال	۲۳	۱۹۱.۵۴
چهار سال	۳۲	۱۷۵.۷۰
پنج سال و بیشتر	۲۷۰	۱۸۳.۳۶
مجموع	۳۶۸	

$$X^2(kw) = 2.251 \quad df=4 \quad S=0.69$$

نتایج آزمون کروسکال والیس درباره رابطه مدت آشنایی با اینترنت و میزان روابط با دوستان حاکی از عدم تفاوت معنادار بین میزان روابط با اعضای خانواده در زیر مقوله‌های مدت آشنایی با اینترنت است. به عبارتی بین مدت آشنایی با اینترنت و میزان روابط با دوستان رابطه وجود ندارد.

جدول شماره (۶): فراوانی و میانگین رابطه با افراد جامعه از لحاظ مدت آشنایی با اینترنت و مقایسه آنها

مدت آشنایی	فراوانی	میانگین	انحراف معیار
کمتر از یک سال	14	24.1429	3.91952
دو سال	29	23.7241	3.88124
سه سال	23	21.7391	5.47073
چهار سال	32	22.2188	4.87081
پنج سال و بیشتر	270	22.8407	4.76205
مجموع	368	22.8370	4.72751

سطح معناداری	مقدار آزمون	نوع آزمون
.507	.829	لون
.424	.969	تحلیل واریانس یک‌طرفه

نتایج آزمون لون حاکی از آن است که واریانس درون گروهی زیر مقوله‌های مدت آشنایی با اینترنت تفاوت معناداری با یکدیگر ندارند.

همچنین طبق مقدار آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه می‌توان نتیجه گرفت که بین زیر مقوله‌های مدت آشنایی با اینترنت از لحاظ روابط با افراد جامعه تفاوت معناداری وجود ندارد. به عبارتی بین مدت آشنایی با اینترنت و میزان رابطه با افراد جامعه رابطه وجود ندارد.

- **فرضیه سوم:** بین نوع استفاده دانشجویان از اینترنت و میزان روابط اجتماعی آنها (در سطوح خانواده، دوستان و افراد جامعه) رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۷): فراوانی و میانگین رابطه با خانواده بر حسب اولویت نوع استفاده از اینترنت (جستجوی اطلاعات و خواندن اخبار) و مقایسه آنها

جستجوی اطلاعات و خواندن اخبار	فراوانی	میانگین
اولویت اول	221	177.51
اولویت دوم	103	168.13
اولویت سوم	24	174.13
مجموع	348	

$$X^2(kw)=.616 \quad df=2 \quad S=0.735$$

نتایج آزمون کروسکال والیس درباره رابطه نوع استفاده از اینترنت (جستجوی اطلاعات و خواندن اخبار) و میزان روابط با خانواده حاکی از عدم تفاوت معنادار میزان روابط با خانواده در اولویت‌های نوع استفاده از اینترنت (جستجوی اطلاعات و خواندن اخبار) است. به عبارتی بین اولویت نوع استفاده از اینترنت (جستجوی اطلاعات و خواندن اخبار) و میزان رابطه با خانواده رابطه وجود ندارد.

جدول شماره (۸): فراوانی و میانگین رابطه با خانواده برحسب اولویت نوع استفاده از اینترنت (چت و ایمیل) و مقایسه آنها

چت و ایمیل	فراوانی	میانگین
اولویت اول	73	153.99
اولویت دوم	151	151.58
اولویت سوم	90	170.27
مجموع	314	

$$X^2(kw)=2.551 \quad df=2 \quad S=0.279$$

نتایج آزمون کروسکال والیس درباره رابطه نوع استفاده از اینترنت (چت و ایمیل) و میزان روابط با خانواده حاکی از عدم تفاوت معنادار میزان روابط با خانواده در اولویت‌های نوع استفاده از اینترنت (چت و ایمیل) است. به عبارتی بین اولویت نوع استفاده از اینترنت (چت و ایمیل) و میزان رابطه با خانواده رابطه وجود ندارد.

جدول شماره (۹): فراوانی و میانگین رابطه با خانواده برحسب اولویت نوع استفاده از اینترنت (دانلود کردن و بازی و سرگرمی) و مقایسه آنها

دانلود کردن و بازی و سرگرمی	فراوانی	میانگین
اولویت اول	89	158.53
اولویت دوم	188	164.17
اولویت سوم	45	156.23
مجموع	322	

$$X^2(kw)=.392 \quad df=2 \quad S=0.822$$

نتایج آزمون کروسکال والیس درباره رابطه نوع استفاده از اینترنت (دانلود کردن و بازی و سرگرمی) و میزان روابط با خانواده حاکی از عدم تفاوت معنادار میزان روابط با خانواده در اولویت‌های نوع استفاده از اینترنت (دانلود کردن و بازی و سرگرمی) است. به عبارتی بین اولویت نوع استفاده از اینترنت (دانلود کردن و بازی و سرگرمی) و میزان رابطه با خانواده رابطه وجود ندارد.

جدول شماره (۱۰): فراوانی و میانگین رابطه با خانواده برحسب اولویت نوع استفاده از اینترنت (فعالیت در شبکه‌های اجتماعی) و مقایسه آنها

(فعالیت در شبکه‌های اجتماعی)	فراوانی	میانگین
اولویت اول	132	150.78
اولویت دوم	130	182.36
اولویت سوم	69	164.30
مجموع	331	

$$X^2(kw)=7.219 \quad df=2 \quad S=0.027$$

نتایج آزمون کروسکال والیس درباره رابطه نوع استفاده از اینترنت (فعالیت در شبکه‌های اجتماعی) و میزان روابط با خانواده حاکی از تفاوت معنادار میزان روابط با خانواده در اولویت‌های نوع استفاده از اینترنت (فعالیت در شبکه‌های اجتماعی) است. به عبارتی بین اولویت نوع استفاده از اینترنت (فعالیت در شبکه‌های اجتماعی) و میزان رابطه با خانواده رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۱۱): فراوانی و میانگین رابطه با دوستان برحسب اولویت نوع استفاده از اینترنت (جستجوی اطلاعات و خواندن اخبار) و مقایسه آنها

جستجوی اطلاعات و خواندن اخبار	فراوانی	میانگین
اولویت اول	221	181.81
اولویت دوم	103	163.49
اولویت سوم	24	154.44
مجموع	348	

$$X^2(kw)=3.372 \quad df=2 \quad S=0.185$$

نتایج آزمون کروسکال والیس درباره رابطه نوع استفاده از اینترنت (جستجوی اطلاعات و خواندن اخبار) و میزان روابط با دوستان حاکی از عدم تفاوت معنادار میزان روابط با دوستان در اولویت‌های نوع استفاده از اینترنت (جستجوی اطلاعات و خواندن اخبار) است. به عبارتی بین اولویت نوع استفاده از اینترنت (جستجوی اطلاعات و خواندن اخبار) و میزان رابطه با دوستان رابطه وجود ندارد.

جدول شماره (۱۲): فراوانی و میانگین رابطه با دوستان برحسب اولویت نوع استفاده از اینترنت (چت و ایمیل) و مقایسه آنها

چت و ایمیل	فراوانی	میانگین
اولویت اول	73	146.40
اولویت دوم	151	148.74
اولویت سوم	90	181.19
مجموع	314	

$$X^2(kw) = 8.667 \quad df=2 \quad S=0.013$$

نتایج آزمون کروسکال والیس درباره رابطه نوع استفاده از اینترنت (چت و ایمیل) و میزان روابط با دوستان حاکی از تفاوت معنادار میزان روابط با دوستان در اولویت‌های نوع استفاده از اینترنت (چت و ایمیل) است. به عبارتی بین اولویت نوع استفاده از اینترنت (چت و ایمیل) و میزان رابطه با دوستان رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۱۳): فراوانی و میانگین رابطه با دوستان برحسب اولویت نوع استفاده از اینترنت (دانلود کردن و بازی و سرگرمی) و مقایسه آنها

دانلود کردن و بازی و سرگرمی	فراوانی	میانگین
اولویت اول	89	176.20
اولویت دوم	188	159.20
اولویت سوم	45	142.03
مجموع	322	

$$X^2(kw) = 4.320 \quad df=2 \quad S=0.115$$

نتایج آزمون کروسکال والیس درباره رابطه نوع استفاده از اینترنت (دانلود کردن و بازی و سرگرمی) و میزان روابط با دوستان حاکی از عدم تفاوت معنادار میزان روابط با دوستان در اولویت‌های نوع استفاده از اینترنت (دانلود کردن و بازی و سرگرمی) است. به عبارتی بین اولویت نوع استفاده از اینترنت (دانلود کردن و بازی و سرگرمی) و میزان رابطه با دوستان رابطه وجود ندارد.

جدول شماره (۱۴): فراوانی و میانگین رابطه با دوستان برحسب اولویت نوع استفاده از اینترنت (فعالیت در شبکه‌های اجتماعی) و مقایسه آنها

فعالیت در شبکه‌های اجتماعی	فراوانی	میانگین
اولویت اول	132	140.05
اولویت دوم	130	175.51
اولویت سوم	69	197.72
مجموع	331	

$$X^2(kw) = 18.663 \quad df=2 \quad S=0.000$$

نتایج آزمون کروسکال والیس درباره رابطه نوع استفاده از اینترنت (فعالیت در شبکه‌های اجتماعی) و میزان روابط با دوستان حاکی از تفاوت معنادار میزان روابط با دوستان در اولویت‌های نوع استفاده از اینترنت (فعالیت در شبکه‌های اجتماعی) است.

اجتماعی) است. به عبارتی بین اولویت نوع استفاده از اینترنت (فعالیت در شبکه‌های اجتماعی) و میزان رابطه با دوستان رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۱۵): فراوانی و میانگین رابطه با افراد جامعه برحسب اولویت نوع استفاده از اینترنت (جستجوی اطلاعات و خواندن اخبار) و مقایسه آنها

انحراف معیار	میانگین	فراوانی	جستجوی اطلاعات و خواندن اخبار
4.48685	23.0950	221	اولویت اول
4.79786	22.6311	103	اولویت دوم
5.92648	23.4167	24	اولویت سوم
4.68145	22.9799	348	مجموع

سطح معناداری	مقدار آزمون	نوع آزمون
۰,۱۳۶	2.007	لون
۰,۶۳۴	456	تحلیل واریانس یک‌طرفه

طبق مقدار آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه می‌توان نتیجه گرفت که بین اولویت‌های نوع استفاده از اینترنت (جستجوی اطلاعات و خواندن اخبار) از لحاظ روابط با افراد جامعه تفاوت معناداری وجود ندارد. به عبارتی بین اولویت نوع استفاده از اینترنت (جستجوی اطلاعات و خواندن اخبار) و میزان رابطه با افراد جامعه رابطه وجود ندارد.

جدول شماره (۱۶): فراوانی و میانگین رابطه با افراد جامعه برحسب اولویت نوع استفاده از اینترنت (چت و ایمیل) و مقایسه آنها

انحراف معیار	میانگین	فراوانی	چت و ایمیل
4.70026	23.0685	73	اولویت اول
4.73912	22.2318	151	اولویت دوم
4.37214	24.0889	90	اولویت سوم
4.68034	22.9586	314	مجموع

سطح معناداری	مقدار آزمون	نوع آزمون
۰,۶۵۱	.430	لون
۰,۰۱۱	4.567	تحلیل واریانس یک‌طرفه

اما طبق مقدار آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه می‌توان نتیجه گرفت که بین اولویت‌های نوع استفاده از اینترنت (چت و ایمیل) از لحاظ روابط با افراد جامعه تفاوت معناداری وجود دارد. به عبارتی بین اولویت نوع استفاده از اینترنت (چت و ایمیل) و میزان رابطه با افراد جامعه رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۱۷): فراوانی و میانگین رابطه با افراد جامعه برحسب اولویت نوع استفاده از اینترنت (دانلود کردن و بازی و سرگرمی) و مقایسه آنها

انحراف معیار	میانگین	فراوانی	دانلود کردن و بازی و سرگرمی
4.21280	23.8427	89	اولویت اول
4.69338	22.6755	188	اولویت دوم
4.95688	22.4444	45	اولویت سوم
4.62238	22.9658	322	مجموع

سطح معناداری	مقدار آزمون	نوع آزمون
۰.۵۵۷	.551	لون
۰.۱۰۴	2.276	تحلیل واریانس یک‌طرفه

طبق مقدار آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه می‌توان نتیجه گرفت که بین اولویت‌های نوع استفاده از اینترنت (دانلود کردن و بازی و سرگرمی) از لحاظ روابط با افراد جامعه تفاوت معناداری وجود ندارد. به عبارتی بین اولویت نوع استفاده از اینترنت (دانلود کردن و بازی و سرگرمی) و میزان رابطه با افراد جامعه رابطه وجود ندارد.

جدول شماره (۱۸): فراوانی و میانگین رابطه با افراد جامعه بر حسب اولویت نوع استفاده از اینترنت (فعالیت در شبکه‌های اجتماعی) و مقایسه آنها

فعالیت در شبکه‌های اجتماعی	فراوانی	میانگین	انحراف معیار
اولویت اول	132	21.8864	4.65554
اولویت دوم	130	23.7769	4.46739
اولویت سوم	69	23.3623	4.69032
مجموع	331	22.9366	4.65789

سطح معناداری	مقدار آزمون	نوع آزمون
۰.۸۲۰	.199	لون
۰.۰۰۳	5.931	تحلیل واریانس یک‌طرفه

اما طبق مقدار آزمون تحلیل واریانس یک طرفه می‌توان نتیجه گرفت که بین اولویت‌های نوع استفاده از اینترنت (فعالیت در شبکه‌های اجتماعی) از لحاظ روابط با افراد جامعه تفاوت معناداری وجود دارد. به عبارتی بین اولویت نوع استفاده از اینترنت (فعالیت در شبکه‌های اجتماعی) و میزان رابطه با افراد جامعه رابطه وجود دارد.

نتیجه‌گیری

بر اساس نظریه جامعه شبکه‌ای، کاستلز معتقد است که اینترنت جامعه شبکه‌ای را پشتیبانی می‌کند. شبکه رایانه‌ها و اینترنت خود یک جامعه شبکه‌ای است که دوستان، خویشاوندان و سایر افراد جامعه را می‌توان به یکدیگر متصل کند. در مدل شبکه اعتقاد بر این است که نوع روابط اجتماعی به سمت شبکه‌ای شدن در حال تحول است. طبق این نظریه اینترنت به تقویت روابط موجود کمک می‌کند. ابزارهای متنوع اینترنت امکان ایجاد ارتباط را میان اعضای خانواده، دوستان و آشنایان و سایر افراد جامعه افزایش می‌دهد و پیوندهای موجود را متراکم‌تر و در نتیجه تقویت می‌کنند.

یافته‌های به دست آمده از تحقیق در خصوص رابطه بین میزان استفاده از اینترنت و میزان روابط اجتماعی افراد در سطح خانواده، دوستان و افراد جامعه حاکی از آن است که رابطه معناداری بین میزان استفاده از اینترنت و میزان روابط در سطح خانواده وجود ندارد اما این رابطه در مورد سطح رابطه با دوستان و افراد جامعه معنادار است. در این راستا به نظر می‌رسد میزان استفاده از اینترنت نه تنها باعث کاهش روابط با اعضای خانواده نشده است بلکه به نوعی شاید استفاده از اینترنت در فضاهای جمعی خانواده و در حضور آن‌ها باعث شده است که افراد به مراتب کمتر با دوستان و سایر افراد جامعه ارتباط بگیرند. به نوعی می‌توان اینگونه استدلال کرد که اینترنت می‌تواند موضوع گفتگو و تعاملات خانوادگی نیز واقع شود. می‌توان چنین برداشت کرد که اگرچه استفاده از اینترنت فرصت تعاملات رودر رو کمتر ساخته است اما در حین حال محور تجمع خانواده و موضوع گفتگوها و تعاملات بین اعضا با یکدیگر گردیده است. البته

در این بین نباید از اهمیت بنیان خانواده در جامعه ایرانی و بین افراد به خصوص در شرایط حساس دوران دانشجویی نیز غافل شد.

نتیجه دیگر حاصل از این پژوهش این است که مدت استفاده از اینترنت و سابقه آشنایی با این رسانه هم می‌تواند متغیری تأثیر گذار در میزان روابط اجتماعی افراد به حساب آید. اینکه آیا بین افرادی که سالهاست از اینترنت استفاده می‌کنند و آن دسته از افرادی که به تازگی با این رسانه آشنایی پیدا کرده‌اند به لحاظ میزان روابطشان تفاوت وجود دارد یا خیر.

یافته‌های به دست آمده از تحقیق در این خصوص حاکی از آن است که بین مدت آشنایی و استفاده از اینترنت و میزان روابط در سطح خانواده رابطه وجود دارد اما این رابطه در سطح دوستان و افراد جامعه وجود ندارد. در این راستا به نظرمی رسد مدت زمان آشنایی و استفاده از اینترنت برخلاف میزان استفاده از این رسانه در طول شبانه روز، در میزان رابطه با اعضای خانواده نقش دارد و این درحالی است که مدت آشنایی با این رسانه بر تعاملات افراد با دوستان و سایر افراد جامعه چندان موثر نبوده است.

شاید ورود این تکنولوژی نوین ارتباطی در بستر خانواده و جذاب بودن آن و فعالیت‌هایی که از طریق آن می‌توان انجام داد به نوعی باعث جذب کاربران به این رسانه در طول مدت آشنایی با آن شده و این امر باعث تغییر در فضای رابطه خانوادگی شده است.

و همچنین در انتها باید اشاره کرد که با توجه به نظریه جامعه شبکه‌ای، اینترنت امکانات منحصر به فردی را جهت ارتباط فراهم آورده است. از جمله این امکانات می‌توان به ایمیل، چت یا اتاق‌های گفتگو، سایت‌های دوستیابی و نیز شبکه‌های اجتماعی متنوع اشاره کرد که همه اینها به نوعی زمینه ایجاد ارتباط با تعداد زیادی از افراد را فراهم آورده‌اند و از آنها به عنوان امکانات اجتماعی اینترنت نام برده می‌شود. اما اینترنت تنها ابزار ارتباطی نیست، امکانات متنوع دیگری در اینترنت وجود دارد از قبیل اخبار، وبلاگ‌ها، بازی‌های اینترنتی، سایت‌های فیلم و موسیقی که استفاده از هر یک از آنها فعالیت اجتماعی محسوب نمی‌شود. اما همین فعالیت‌های به اصطلاح غیراجتماعی هم این احتمال را ایجاد می‌کند که از شدت فعالیت‌ها و ارتباطات اجتماعی کاربران کاسته و آنها را به نوعی انزوا فرو ببرد، هرچند تأثیرات اینترنت یکسان نیستند.

ولمن اثرات اینترنت را کاملاً در جهت افزایش ارتباطات اجتماعی ارزیابی نمی‌کند، بلکه آن را تابع نوع استفاده‌ای که از این رسانه می‌شود، می‌داند. کروات هم در پیمایش خود نشان داد که نوع استفاده از اینترنت می‌تواند در اثرات اینترنت نقش ایفا کند.

یافته‌های به دست آمده در خصوص رابطه نوع استفاده از اینترنت و میزان روابط افراد در سطوح خانواده، دوستان و افراد جامعه حاکی از این است که فعالیت‌های اجتماعی نظیر چت کردن و ارسال و دریافت ایمیل، فعالیت در سایت‌های دوستیابی و شبکه‌های اجتماعی در میزان روابط اجتماعی افراد در هر سه سطح نقش ایفا کرده‌اند و این درحالی است که تقریباً فعالیت‌های غیر اجتماعی موجود در اینترنت در میزان روابط اجتماعی افراد در هر سه سطح موثر نبوده است. در این راستا آنچه مشخص است عدم تأثیر فعالیت‌های غیراجتماعی بر روابط افراد است که تقریباً نیاز به توصیف ندارد. امادر خصوص فعالیت‌های اجتماعی دو حالت را می‌توان متصور شد: اینکه استفاده از این نوع فعالیت‌ها نقش مکملی در تعاملات اجتماعی افراد ایجاد می‌کند و یا اینکه بهرمندی و بکارگیری آنها بخصوص به صورت افراطی و زیاد، می‌تواند نقش جایگزین در تعاملات واقعی را ایفا نماید. پس در اینجا میزان بهره‌مندی از هر یک از این فعالیت‌ها نیز دارای اهمیت است.

فهرست منابع:

- اولسون، دیوید (۱۳۷۷)، رسانه‌ها و نمادها، صورت‌های بیان، ارتباط و آموزش، ترجمه محبوبه مهاجر، تهران، نشر سروش.
- برتون، فلیپ (۱۳۸۲)، آیین اینترنت؛ تهدیدی برای پیوند اجتماعی، ترجمه علی اصغر سرحدی و ن. جمشیدی. تهران. موسسه انتشارات امیر کبیر.
- پاشایی، فاطمه، علیرضا نیکبخت نصرآبادی و خسرو توکل (۱۳۸۷)، «تجربه جوانان از زندگی باینترنت»، مجله علوم رفتاری، دوره دوم، شماره ۴، زمستان، صص ۳۳۷-۳۳۳.
- تامپسون، جان (۱۳۸۰)، رسانه‌ها و مدرنیته: نظریه اجتماعی رسانه، ترجمه مسعود اوحدی، تهران، نشر سروش.
- توفیقی، مظاهر (۱۳۹۰)، رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن، پژوهشی در بین دانشجویان دانشگاه‌های شهرکرد. پایان نامه کارشناسی ارشد، پردیس تحصیلات تکمیلی دانشگاه علامه طباطبایی.
- جلالی، علی اکبر (۱۳۷۹)، «نقش اینترنت در جهان آینده»، نشریه پژوهش و سنجش، سال هفتم، شماره ۲۱ و ۲۲، صص ۹۶-۱۱۰.
- جولیات وود (۱۳۷۹)، ارتباطات میان فردی، روانشناسی تعامل اجتماعی، ترجمه مهرداد فیروزبخت، تهران، انتشارات مهتاب.
- داتن، ویلیام (۱۳۸۴)، دگرگونی اجتماعی در جامعه اطلاعاتی، ترجمه محمدتوکل کوثری و ابراهیم کاظمی پور، انتشارات دبیرخانه شورای عالی اطلاع رسانی و کمیسیون ملی یونسکو.
- دارنلی، جیمز وجان فدر (۱۳۸۴)، جهان شبکه‌ای؛ درآمدی بر نظریه و عمل در باب جامعه اطلاعاتی، ترجمه نسرين امین دهقان و مهدی محامی، نشر چاپار.
- دانش، پروانه و فریدون وحید (۱۳۸۵)، «ماهواره و هویت جنسی دختران جوان»، مجله جامعه شناس ایران، دوره هفتم، شماره ۲، تابستان، صص ۷۹-۸۰.
- دواس، دی.ای (۱۳۹۱)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایبی، تهران، نشر نی.
- روحانی، ریحانه سادات (۱۳۸۹)، رابطه میان بهره‌مندی از وبلاگ با نگرش افراد نسبت به روابط مجازی و احساس تنهایی، پایان نامه کارشناسی ارشد، پردیس تحصیلات تکمیلی دانشگاه علامه طباطبایی.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۸)، جامعه شناسی ارتباطات، چاپ ۲۲، تهران، انتشارات اطلاعات.
- سورین، جی ورنر جیمز دیبلو تانکارد (۱۳۸۸)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، چاپ چهارم، انتشارات دانشگاه تهران.
- قادی، مجتبی و مرتضی خلیل کاشانی (۱۳۸۹)، تأثیر اینترنت بر هویت ملی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- کریپر، گلن و رویستون مارتین (۱۳۹۱)، فرهنگ‌های دیجیتال: درک رسانه‌های جدید، ترجمه وازگن سرکیسیان، مرکز تحقیقات صداوسیما.
- گدازگر، حسین و علیمراد موسی پور (۱۳۸۳)، بررسی تأثیرات استفاده از اینترنت بر نسبی‌گری هنجاری و جهانی‌نگری دانشجویان دانشگاه تبریز، مجله علوم اجتماعی، دوره اول، شماره ۳، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد.
- محسنیان راد، مهدی (۱۳۸۹)، ارتباط شناسی؛ ارتباطات انسانی (میان فردی، گروهی و جمعی)، چاپ دهم، انتشارات سروش.

- محسنی، منوچهر (۱۳۸۶)، **جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی**، تهران، نشر دیدار.
- معین، محمد (۱۳۵۷)، **فرهنگ فارسی**، جلد اول، انتشارات امیر کبیر.
- مک کوایل، دنیس (۱۳۸۸)، **درآمدی بر نظریه ارتباطات**، ترجمه پرویز اجلاالی، تهران، مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- منتظر قائم، مهدی و منیژه اخوان (۱۳۸۶)، **نقش بهره‌وری از اینترنت در جامعه پذیرای حرفه‌ای زنان عضو هیئت علمی، مجموعه زنان و آموزش عالی**، تهران، انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- مهدی زاده، سید محمد (۱۳۸۹)، **نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی**، تهران، انتشارات همشهری.
- مهرداد، هرمز (۱۳۷۹)، **مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی**، تهران، انتشارات فاران.
- نیازی، محسن و نصرآبادی محمد (۱۳۹۰)، **جامعه و اینترنت**، تهران، انتشارات سخنوران.
- یوسفی وحید و مجید یوسفی (۱۳۸۸)، «سنجش نگرش دانشجویان نسبت به اینترنت»، **نشریه فرهنگ دانشگاه آزاد اسلامی**، سال سیزدهم، شماره ۲، صص ۱۳۵-۱۱۷.

- Costigan J.T (1999), **Fosters, trees and the internet research**, sage publication Inc. London.
- Erdogan, Y (2008), **exploring the relationships among internet usage, internet Attitudes and lone lines of Turkish**. Cyber psychology: Journal of cyber psychology Research on cyber space. Article 4.
- Kraut, Rand et all. (2001) **Internet Paradox revisited**, **Journal of social issues** 58(1) p 49-74.
- Levy, R.m and Windhal, S (1985) , **The concept of audience activity in: media gratification research**. Pp 109-122. London. Sage publication.
- Nie N, and Hillgus D.s (2002), **The impact of internet use sociability: time-dairy findigs**. IT and Society, 1.p.11-20.
- **Sohrabi haghghat. M.h (2011)**, new media and social-political change in Iran, cyberorient, vol5, Iss 1. www.webcitation.org.
- Wellman, Barry (2001), **computer networks and social networks**, vol 293, pp 2031-2034.
- Wellman, B. Boase.J.chen W (2002) **The networked nature of community: online and offline**. IT and Society, 1.p.151-165.