

تحلیل رابطه اعتیاد اینترنتی با هویت فرهنگی نوجوانان؛

مورد مطالعه: دانش آموزان مقطع متوسطه شهرستان سراب آذربایجان شرقی

پویان اخیایی *

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۲۲

آرمان احمدی **

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۵/۲۷

آذر قلیزاده ***

چکیده

با گسترش دسترسی به اینترنت و استفاده فزاینده‌ای که نوجوانان و جوانان از انواع مطالب و محتوای این فناوری اطلاعاتی و ارتباطی می‌نمایند، هویت فرهنگی به یکی از دغدغه‌های اصلی مرتبط با انسجام اجتماعی و یکپارچگی ملی تبدیل شده است. بدین لحاظ پژوهش حاضر، رابطه اعتیاد اینترنتی با هویت فرهنگی دانش‌آموزان را مورد مطالعه قرار می‌دهد. نوشتار حاضر به صورت پیمایشی و با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای در بین دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهرستان سراب صورت گرفته و حجم نمونه مطابق با فرمول کوکران ۳۰۰ نفر برآورد شده است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که اعتیاد به اینترنت در بین دانش‌آموزان جامعه آماری شروع شده و همچنین همبستگی معنادار و معکوسی بین اعتیاد اینترنتی و هویت فرهنگی در بین دانش‌آموزان وجود دارد؛ بدین معنی که با افزایش اعتیاد اینترنتی، هویت فرهنگی دانش‌آموزان کاهش پیدا می‌کند. سایر یافته‌های پژوهش نیز نشان می‌دهد که بین دین‌داری و اعتیاد اینترنتی همبستگی معکوسی وجود دارد. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره بیانگر آن است که حدود ۲۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل پژوهش تبیین می‌شود.

واژگان کلیدی

اعتیاد اینترنتی، هویت فرهنگی، دین‌داری، دانش‌آموزان شهرستان سراب

* دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه تبریز (نویسنده مسئول)

Pouyan_ehyayi@yahoo.com

Ahmadiarman168@yahoo.com

** دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه تبریز

azargholizadeh@yahoo.com

*** دانشیار مردم‌شناسی اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان

مقدمه و بیان مسئله

مفاهیم فرهنگ و رسانه، به‌عنوان دو مؤلفه اساسی در زندگی اجتماعی افراد، نقش به‌سزایی در تداوم شیوه زندگی و پویایی هر جامعه‌ای داشته و از موضوع‌های مهم و ریشه‌ای در جامعه‌شناسی به‌شمار می‌روند. امروزه ما در جهانی متحول و دستخوش دگرگونی‌های چشم‌گیر و دائمی زندگی می‌کنیم، جهان وارد عصر و دوران تازه‌ای شده که نماد آن اهمیت یافتن اطلاعات است. بسیاری از دانشمندان و صاحب‌نظران علوم اجتماعی بر این باورند که ترکیب و همگرایی فناوری‌های ارتباطی و تجدید ساختار نظام سرمایه‌داری در دهه‌های اخیر، ما را وارد عصر و جامعه تازه‌ای کرده است. دانیل بل^۱ آن را جامعه فرا صنعتی، کاستلز^۲، جامعه شبکه‌ای و تادائو اومه‌سائو^۳ آن را جامعه اطلاعاتی نامیده است. اقتصاد جهانی مبتنی بر اطلاعات، توسعه فناوری‌های دیجیتالی و فشردگی زمان و مکان از ویژگی‌های این عصر است. موتور محرکه این تحولات، انقلاب و انفجار اطلاعات و تحولات پرشتاب علمی و فناورانه بوده است. در این فرآیند، ابتدا رایانه‌ها به جامعه راه می‌یابند و سپس رایانه‌های شخصی به منازل و حوزه‌های خصوصی افراد و خانواده‌ها وارد می‌شوند و بزرگراه اطلاعاتی را از وسط منازل عبور می‌دهند. وصل شدن رایانه‌ها به خطوط تلفن و دسترسی آسان و نسبتاً کم‌هزینه به اینترنت، افراد را به اطلاعات انبوه و جهانی متصل ساخته و همه این‌ها، جنبه‌های مختلف زندگی ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

یکی از جنبه‌های مهمی که از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی جامعه اطلاعاتی تأثیر می‌پذیرد، هویت است (رفعت‌جاه، ۱۳۸۳). از طرفی هویت فرد در پاسخ به پرسش‌هایی از «کیستی» و «چیستی» و «چرایی» فرد از «خود» به ظهور می‌رسد (شیخاوندی، ۱۳۸۷، ص ۲۳) و «هویت فرهنگی» پاسخ همین پرسش‌ها در بستر فرهنگ جامعه است از این نظر، جامعه مدرن، با جامعه به روایت دورکیمی آن کاملاً متفاوت است، در جامعه مدرن برخلاف درک دورکیمی یک مرکز وجود ندارد، بلکه جامعه با موجودیتی با مراکز متنوع فهمیده می‌شود. در جامعه مدرن مرزها دگرگون می‌شوند و دیگر نمی‌توان از چهارچوب مشخص و قاطعی به نام مرز صحبت کرد. در چنین فضای بدون مرزی هر یک از مراکز به‌نوبه خود، منشأ معنا بخشی‌های متفاوتی

به پدیدارهای اجتماعی می‌شوند و هویت و فرهنگ حاصل از چنین فضایی، فرهنگی سیال ناپایدار و محدود خواهد بود (محسنی و هاشمی، ۱۳۹۰). فرهنگ رسانه‌ای با برتری رسانه اینترنت، فراگیرترین و مسلط‌ترین فرهنگ تأثیرگذار در جامعه است با رشد شتابان فناوری ارتباطات، دو روند بزرگ و اثرگذار و متعامل «جهانی‌شدن و مجازی شدن» عامل اصلی تغییر الگوهای فکری فرهنگی و رفتاری بخش عظیمی از انسان‌ها به‌ویژه جوانان می‌باشد. با توجه به جمعیت جوان کشور و گسترش روزافزون کاربران اینترنتی در ایران که آمار آن در حدود ۲۳/۰۰۰/۰۰۰ نفر گزارش شده و از سوی مرکز نقل نیز این تأثیر بر روی نسل در حال رشد جوانان است که با ارتباطات اینترنتی و ورود به شاهراه‌های اطلاعاتی، در فضای مجازی، طیف وسیعی از کاربران به‌خصوص جوانان تحصیل‌کرده با هر سلیقه‌ای را تغذیه می‌کند (ساروخانی، ۱۳۸۷، ص ۱۳۴).

امروزه، استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی همچون ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث شده‌اند که حجم وسیعی از اطلاعات و برنامه‌های برون‌مرزی و فرا سنتی به فضای فکری جوامع وارد شود و بر ابعاد مختلف زندگی فردی و جمعی تأثیر بگذارند. یکی از این ابعاد مهم، هویت فرهنگی است. هویت فرهنگی را می‌توان مجموعه یا نظامی از باورها، ارزش‌ها، رسوم و رفتاری دانست که اعضای جامعه به کار می‌بندند تا خود را با جهانشان و نیز با یکدیگر سازگار کنند. امروزه فرآیند جهانی‌شدن و گسترش فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی نیز به چالش‌های هویت فرهنگی دامن زده، یا دست‌کم بعد تازه‌ای به آن‌ها افزوده است. به‌عنوان مثال، زبان، یکی از عناصر هویتی و معنا ساز در همه فرهنگ‌هاست که می‌تواند تحت تأثیر دامنه و عمق استفاده از رسانه‌ها و مخصوصاً اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی و ماهواره به چالش کشیده شود. از خلال زبان است که فرهنگ‌ها ابراز وجود می‌کنند. اگر رخنه‌ای در موجودیت زبان ایجاد شود، آن فرهنگ یا هویت آن به خطر می‌افتد (عدلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۳). در این میان هویت فرهنگی جوانان ایران نیز متأثر از این عناصر و عوامل است. با توجه به انقلاب ارتباطات و گسترش فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، جامعه و فرهنگ ایران نیز در حال تجربه کردن نوعی گذار است که دارای ویژگی‌های خاص خود بوده و پیامدهای متعددی نیز برای فرهنگ

و هویت ایرانی‌ها به دنبال دارد؛ به‌گونه‌ای که جوانان در اثر ارتباط نزدیک با علایق و ظواهر جذاب رسانه‌ای، به مهاجرت به‌سوی غرب از یک‌طرف، و بی‌تفاوتی نسبتاً شدید به مسائل و علایق فرهنگی سنتی خود از طرف دیگر تمایل می‌یابند (سحابی و آقایی‌پور، ۱۳۸۹، ص ۳۶).

در چنین فضایی فراهم آمدن منابع و مراجع جدید، ذهنیت افراد را دچار دگرگونی کرده است و این مسئله به منطقه یا کشور خاصی محدود نمی‌شود، بلکه تمام جوامع را کم‌وبیش در بر گرفته است. جامعه ما نیز همانند دیگر جوامع، در معرض تغییر و دگرگونی قرار گرفته است و آثار و پیامدهای آن را نیز تجربه می‌کند. نوجوانان و جوانان به‌ویژه دانش‌آموزان، مستعدترین گروهی هستند که تحت تأثیر این تحولات قرار گرفته‌اند. شهرستان سراب در استان آذربایجان شرقی نیز از جمله مناطقی است که به نظر می‌رسد گسترش فناوری‌های نوین اطلاعاتی ارتباطی و شبکه‌های اینترنتی تغییرات عمده‌ای را در ارزش‌ها و نگرش‌ها و سبک‌های زندگی نوجوانان و جوانان ایجاد کرده‌اند. در چنین شرایطی، لزوم انجام پژوهش در مورد هویت فرهنگی امری است که به شناخت عناصر تضعیف‌کننده یا تقویت‌کننده هویت فرهنگی نوجوانان به‌ویژه دانش‌آموزان به‌عنوان بخشی از فرهنگ ایرانی کمک کرده و در نتیجه به کارگیری این نوع پژوهش‌ها و راهکارهای آن‌ها، می‌تواند در برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و اجتماعی بسیار مؤثر و کارا واقع شود. سؤالی که در این شرایط مطرح می‌شود این است که استفاده از اینترنت به‌عنوان مهم‌ترین دستاورد انقلاب ارتباطی چه تأثیراتی بر ابعاد مختلف هویت فرهنگی جوانان بر جای گذاشته است؟

مبانی نظری پژوهش

هویت و هویت فرهنگی

دو معنای اصلی هویت، تمایز و تشابه مطلق است. (جنکینز^۴، ۱۳۹۱، ص ۵) هویت را این‌گونه تعریف می‌کند: هویت ریشه در زبان لاتین و دو معنای اصلی دارد. اولین معنای آن مفهوم تشابه مطلق را بیان می‌کند؛ معنای دوم آن تمایز است که با مرور زمان سازگاری و تداوم را فرض می‌گیرد. به‌این‌ترتیب، به مفهوم شباهت از دو زاویه مختلف

راه می‌یابد. مفهوم هویت، هم‌زمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می‌سازد؛ شباهت و تفاوت.

هویت، مفهومی کاملاً پیچیده است که نمی‌توان به شکل درستی معنی آن را درک کرد؛ به همین دلیل از یک نسبیّت خاصی برخوردار است. در پاسخ به پرسش چستی هویت یا ارائه تعریف مشخصی از آن از منظرهای مختلف، دیدگاه‌های گوناگونی ارائه شده است. به قسمی که امروزه به شاهبیت مطالعات اجتماعی بدل شده و به‌ویژه در تئوری‌ها و پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی، واجد جایگاه محوری گشته است (deschamps and devos, 1998, p.2). از دیدگاه روان‌شناسان و نظریه‌پردازان شخصیت، هویت عبارت از احساس تمایز شخصی، احساس تداوم شخصی و احساس استقلال شخصی است (Thompson, 1998, p.9). در واقع هویت همانند دیگر مقولات تنها زمانی برجستگی می‌یابد و مطرح می‌شود که در بحران باشد (wood ward, 2000, p.24).

بر اساس نظریه هویت، فرآیند هویت یک سیستم کنترل است که مجموعه‌ای از هنجارها و ضد هنجارها را در فرد و جامعه به وجود می‌آورد. هویت مجموعه معانی است که چگونه بودن را در خصوص نقش‌های اجتماعی به فرد القا می‌کند و یا وضعیتی است که به فرد می‌گوید او کیست و مجموعه معانی را برای فرد تولید می‌کند که مرجع کیستی و چستی او را تشکیل می‌دهد.

هویت در سطوح و ابعاد مختلف واکاوی شده است. هویت ملی، هویت دینی، هویت جنسیتی، هویت شخصی و مواردی از این قبیل. هویت فرهنگی آن درایتی از خویشتن است که مشتق از عضویت (چه رسمی و چه غیررسمی) در یک گروه اجتماعی بر مبنای انتقال و پرورش دانش، باورها، ارزش‌ها، نگرش‌ها، سنت‌ها و شیوه‌های زندگی معین مشترکی بین اعضاست (Daphne, 2007, p.352). شکل‌گیری هویت فرهنگی بومی به‌وسیله شاخص‌هایی مانند شرکت در آیین‌های مذهبی، اجرای آداب و رسوم سنتی، گذراندن اوقات فراغت مطابق با فرهنگ جامعه، احساس تعلق خاطر به زبان، میراث فرهنگی و پایبندی به تدارک مراسم ازدواج صورت می‌گیرد (احیایی، ۱۳۹۴، ص ۲۱).

همچنین هویت فرهنگی یک سرزمین، الهام گرفته از ویژگی‌های محیط جغرافیایی، جهان‌بینی، خواست‌ها، آرزوها، غم‌های مشترک، احساسات و اعتقادات و غیره است که به آن ملت، تشخص و هویت فرهنگی متفاوت با دیگران می‌بخشد. هویت فرهنگی مبنای شخصیت فردی و جمعی یک جامعه است. علاوه بر این در تعریف دیگری می‌توان گفت که هویت فرهنگی، نمادهای آشکار و پنهانی است که مردمان سعی می‌کنند با حفظ و نمایاندن آن‌ها خود را از سایر جوامع بازشناسند (عدلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۸).

بر اساس آنچه ذکر شد، پیشنهاد می‌شود تعریف زیر را به‌عنوان برآیندی از مجموع ویژگی‌های گفته‌شده برای هویت فرهنگی بپذیریم: مجموعه ویژگی‌های پایدار تشکیل‌دهنده خلق و خوی افراد که در تمام نگرش‌های انسان ریشه دارد و در تمام ساحت‌های زندگی انسان به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم ظهور و بروز پیدا می‌کند. در واقع هویت فرهنگی مجموعه‌ای از خصوصیات فرهنگی است که ما را با عنوان افراد، گروه‌ها یا جوامع تعریف می‌کند (احیایی، ۱۳۹۴، ص ۲۲).

اعتیاد اینترنتی

اینترنت فضایی مجازی برای ارتباط انسان‌ها ایجاد می‌کند که دارای عناصر تازه و فاقد مرزهای جغرافیایی، سیاسی و حتی جنسیتی است (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۸)، به باور یانگ فرد معتاد کسی است که حداقل ۳۸ ساعت در هفته و یا ۸ ساعت در روز، وقت خود را صرف استفاده از اینترنت می‌کند. متخصصان در زمینه آسیب‌شناسی، محدودترین تعریف را برای طبقه‌بندی استفاده از اینترنت ارائه می‌دهند. به‌طوری‌که چنانچه فرد در هفته ۲ تا ۳ ساعت از اینترنت استفاده کند، یک کاربر معمولی، و چنانچه میزان استفاده وی از اینترنت به ۸/۵ ساعت و یا بیشتر برسد، کاربری است که باید مورد بررسی‌های آسیب‌شناسانه قرار گیرد. این اختلال با عناوین متفاوتی از قبیل «وابستگی رفتاری به اینترنت»، «استفاده مرضی از اینترنت»، «استفاده مشکل‌زا از اینترنت»، «استفاده بیش‌ازاندازه از اینترنت»، «سوءاستفاده از اینترنت» و «اختلال اعتیاد به اینترنت» معرفی می‌شود. علی‌رغم پژوهش‌های گسترده در این زمینه،

هنوز توافقی در بین روان‌شناسان در زمینه تعریف و اندازه‌گیری این اختلال حاصل نشده است. به‌طور کلی این اختلال را می‌توان به‌عنوان نوعی استفاده از اینترنت که بتواند مشکلات روان‌شناختی، اجتماعی، درسی یا شغلی در زندگی فرد ایجاد کند تعریف کرد. رایج‌ترین اصطلاح «اعتیاد به اینترنت» است که نوعی وابستگی رفتاری به اینترنت ایجاد می‌کند و با ویژگی‌های زیر تعیین می‌شود:

- الف) هزینه روزافزون برای اینترنت و موضوعات مربوط به آن؛
- ب) احساس هیجانی ناخوشایند (مانند اضطراب، افسردگی و مانند آن در زمانی که فرد در تماس با اینترنت نیست)؛
- ج) قابلیت تحمل و عادت کردن به اثرات در اینترنت بودن و
- د) انکار رفتارهای مشکل‌زا (امیدوار و صارمی، ۱۳۸۱، ص ۱۲).

اینترنت و هویت فرهنگی

در بررسی رابطه فضای مجازی و هویت فرهنگی نظریه‌های چندان منسجمی وجود ندارند لذا در این خصوص به اشاراتی کوتاه از نظریه‌پردازان بسنده می‌شود. در عرصه هویت، فضای مجازی از آن‌رو موجد امکان و فرصت است که منابع و ابزارهای لازم برای ساخت هویت را بسیار افزون می‌نماید و قابلیت و توانایی منابعی چون مکان، زمان و فرهنگ را در زمینه هویت‌سازی سنتی بسیار کاهش می‌دهد. گیدنز^۹ معتقد است که فناوری‌های بسیار پیشرفته و کارآمد ارتباطی سبب جدایی مکان از زمان و فضا می‌گردد و این امکان را فراهم می‌آورد که زندگی اجتماعی در فضایی بسیار گسترده شکل بگیرد و توانایی مکان در محدود و مقید کردن روابط اجتماعی و گستره زندگی اجتماعی بسیار کاهش یابد. به بیانی دیگر این فناوری‌ها به‌واسطه فشردگی زمان و مکان و فضا مندم شدن زندگی اجتماعی بر کارکرد هویت‌سازی منابع هویت خصوصاً فرهنگ تأثیر گذاشته و باهم برهم ریختن فضای انحصاری و از بین بردن مصنوعیت فرهنگ‌ها، قابلیت‌ها و توانایی آن‌ها در زمینه هویت‌سازی سنتی را کاهش می‌دهد. در واقع فضای مجازی با خارج نمودن افراد از محدوده‌های جغرافیایی خود (مکان زدایی) و از بین بردن زمان (به عبارتی تاریخ جوامع) و همچنین فروریختن مرزهای فرهنگی و افزایش

ارتباطات فرهنگ‌های مختلف با یکدیگر در هویت افراد تأثیر می‌گذارد. فضای مجازی با ایجاد ظرفیتی بالا برای کنش متقابل با افراد دیگر و دریافت اطلاعات آن‌سوی زمان و مکان، به کاربران اجازه می‌دهد تا بی‌واسطه و بی‌هیچ محدودیتی از اطلاعات مختلف استفاده و بادانش و میراث‌های فرهنگی کشورهای دیگر آشنا شوند، در حقیقت منبعی از اطلاعات و دانش فرهنگی در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد. با افزایش استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی که امکان ارتباطات بی‌واسطه و با هزینه پایین را فراهم می‌کنند به‌طور حتم این فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی به‌عنوان یک منبع هویتی بااهمیت محسوب می‌شوند که در هویت فرهنگی افراد تأثیر دارند (احیایی، ۱۳۹۴، صص ۱۰۹-۱۱۲).

ازجمله تأثیراتی که فضای مجازی بر منابع هویت دارد، فشردگی فضا و زمان و سرزمین‌زدایی ناشی از آن می‌باشد که این خود مرزهای محلی و ملی را به‌اندازه‌ای نفوذپذیر می‌کند که گستره روابط اجتماعی بیش‌ازپیش فراملی و پیوند جماعت‌های مختلف با محل و مکان معین به نحو چشمگیری سست می‌شود (Appadurai, 1996, p.147).

حال نیز در این مورد بیان داشته است که با فرسوده‌تر شدن مرزهای ملی، مرزهای هویتی درهم می‌ریزد و سلطه بلامنازع هویت و فرهنگ ملی مخدوش می‌گردد (Hall, 1996, p. 229). لذا می‌توان نتیجه گرفت که استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی همچون اینترنت، هویت فرهنگی خاص افراد یک جامعه را دستخوش تغییر می‌نماید.

هابرماس^۶ نیز جامعه اطلاعاتی و جهانی‌شدن رسانه‌ای را در قالب «حوزه عمومی» موردتوجه قرار داده است. وی اینترنت را محیطی می‌داند که یک حوزه و فضای عمومی را در جامعه فراهم کرده است. حوزه عمومی هابرماس عرصه‌ای است که در آن حضور افراد در مباحثات باز و علنی و کنش ارتباطی از طریق بیان و گفتگو تحقق می‌یابد. این حوزه فقط در جامعه‌های باز و مردم‌سالار شکوفا می‌شود، قدرت در آن دخالتی ندارد و در این فضا گفتگوها به‌صورت آزادانه انجام شده و افراد می‌توانند مسائل موردعلاقه خود را مطرح کنند. در نگاه هابرماس شبکه ارتباطی اینترنت مدت‌هاست که به‌عنوان یک حوزه عمومی جدید مطرح شده و هرچند به نظر بعضی‌ها

آن فقط یک حوزه عمومی مجازی است، ولی باین‌حال این حوزه به‌شدت در حال رشد است.

به‌زعم هابرماس در تمام انسان‌های آزاد یکسری نیازهای اساسی و اصیل وجود دارد و این نیازها زمانی که فرد با دیگران صمیمانه وارد گفتگو شود کشف خواهد شد. در محیط‌های تعاملی اینترنتی (ایمیل، وبلاگ، چت روم‌ها، شبکه‌های اجتماعی مجازی و غیره) در واقع شرایط آرمانی موردنظر هابرماس به‌خوبی تحقق می‌یابد. در این محیط‌ها افراد معمولاً راحت‌تر می‌توانند نیازهای خود را مطرح کنند و این طرح کردن نیازها باعث شکل‌گیری یک فضای گفتگو و مباحثه می‌شود. کاربران در آن فضا به گفتگو می‌پردازند، احساسات خود را ابراز می‌کنند و از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند (زنجان‌زاده و محمدجوادی، ۱۳۸۴، ص ۱۲۶). با توجه به این‌که در فضای مجازی اینترنت نوعی اعتماد و صمیمیت در میان کاربران شکل می‌گیرد، بنابراین آن‌ها همچنین ممکن است الگوهای هویت‌یابی خود را نیز در این محیط‌ها بگیرند و این دریافت‌ها احتمالاً بر احساس تعلق فرد به هویت فرهنگی خود نیز می‌تواند مؤثر واقع شود، و در این رابطه است که نظریه «حوزه عمومی» هابرماس را می‌توان جزئی از چهارچوب نظری تحقیق حاضر در نظر گرفت.

همچنین به اعتقاد کاستلز شبکه اینترنت ستون فقرات ارتباطات جهانی از دهه ۱۹۹۰ به بعد است، چراکه به‌تدریج بیشتر شبکه‌های اجتماعی را به یکدیگر پیوند خواهد داد. مسئله بدین جا ختم نشده بلکه انتشار اینترنت و شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری به‌تدریج فرهنگ کاربران شبکه و حتی الگوهای ارتباطی آینده را نیز شکل می‌دهد. از نظر کاستلز جامعه شبکه‌ای (که محصول اصلی اینترنت است) بر ساخته شدن هویت افراد مؤثر خواهد افتاد. به نظر وی، فرآیند جهانی شدن و به دنبال آن جامعه شبکه‌ای با تولید و رشد آگاهی در مردم به تضعیف مسائلی چون دولت ملی و هویت ملی و فرهنگی مرتبط با آن منجر می‌شود، بدین‌صورت که با برجسته شدن بسیاری هویت‌های خاص‌گرایانه (همانند هویت‌های قومی و مذهبی) در داخل کشورها، سلطه دولت و نقش آن در تعریف هویت ملی و فرهنگی به چالش کشیده خواهد شد. بدین ترتیب کاستلز بر این باور است که فناوری‌های نوین با تضعیف پدیده دولت-ملت و

ایجاد شکاف در هویت ملی و فرهنگی باعث تقویت هویت‌های فرو ملی (هویت مقاومت) می‌شود (Castells, 1997, p.17). هویت مقاومت در نگاه کاستلز یک نوع هویت ویژه است و غالباً به دست آن کنشگرانی ایجاد می‌شود که در اوضاع و شرایطی قرار دارند که از طرف منطبق سلطه بی‌ارزش دانسته شده و یا داغ ننگ به آن‌ها زده می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۵، ص ۵۲). از آنجایی که پژوهش حاضر در پی بررسی رابطه اعتیاد اینترنتی و هویت فرهنگی است؛ و همچنین طبق نظر کاستلز که معتقد است فضای مجازی می‌تواند زمینه تضعیف هویت‌های ملی و فرهنگی را فراهم کند، بنابراین نظریه وی می‌تواند به‌عنوان بخشی از چارچوب نظری تحقیق مورد استفاده و در جامعه مورد مطالعه مورد آزمایش و سنجش قرار گیرد.

از عوامل دیگری که در ارتباط با اعتیاد اینترنتی مورد بررسی قرار گرفته است دین‌داری است. به اعتقاد دورکیم، دین یک نظام یکپارچه عقاید و اعمال به چیزهای مقدس است. دین یک پدیده سراسر جمعی و وسیله‌ای است که انسان‌ها را به همدیگر پیوند می‌دهد. دین چیزی جز نیروی جمعی جامعه بر افراد نیست. دین نظام فکری است که افراد، جامعه را به وسیله آن خودشان بازمی‌نمایند و روابط مبهم و در ضمن صمیمانه‌شان را با جامعه، از این طریق بیان می‌کنند (احمدی و احيایی، ۱۳۹۲، ص ۱۱). در باب اینترنت و تأثیرات آن بر ابعاد مختلف زندگی بشر، که ساحت‌های گوناگون اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اخلاقی - تربیتی را در برمی‌گیرد می‌توان گفت یکی از عرصه‌های مهم زندگی که بر سایر ابعاد نیز تأثیر شگرفی دارد، دین است. بدون شک در مواجهه با فن‌آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی جدید و دگرگون شدن و درهم آمیختن عقاید، فرهنگ‌ها و شیوه‌های زیستی، دین انسان نیز دستخوش تحولاتی می‌شود. در مجموع می‌توان گفت: فضای مجازی به‌عنوان یک میدان، متأثر از فرهنگ و فضای جهانی و غربی است؛ بنابراین، کاربران مختلف متأثر از طبیعت ثانویه خود، هنگام استفاده از این رسانه پیچیده و چند ساحتی، با مخاطراتی مواجه می‌شوند. گرچه این مخاطرات از یک جنس نبوده و میزان آسیب‌زایی آن‌ها نیز یکسان نیست (کرم‌الهی، ۱۳۹۰، ص ۱۴۳-۱۴۴).

پیشینه پژوهش

مهدی‌زاده و عنبرین (۱۳۸۸) رابطه بین میزان، نوع و نحوه استفاده از اینترنت را با هویت فرهنگی جوانان بررسی کرده‌اند. هویت فرهنگی در این پژوهش بر اساس دو بعد هویت دینی و هویت ملی سنجیده شده است. نتایج پژوهش از نمونه‌ای با ۳۸۴ نفر از جوانان شهر تهران به شیوه پیمایش و با استفاده از فن پرسشنامه حاصل شده بود. تجزیه و تحلیل اطلاعات نشان داد که اولاً اینترنت را می‌توان به‌عنوان یک رسانه تأثیرگذار بر هویت فرهنگی تلقی نمود و ثانیاً هر چه میزان استفاده از اینترنت بیشتر باشد عام شدن هویت فرهنگی و یا به‌عبارت‌دیگر تضعیف هویت فرهنگی افزایش می‌یابد. نحوه استفاده از اینترنت نیز تأثیرگذار بر هویت فرهنگی می‌باشد.

یافته‌های محمدپور و همکارانش (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «تأثیر ماهواره بر هویت فرهنگی در کردستان ایران: بررسی موردی دانشجویان کرد دانشگاه‌های سنندج»، حاکی از آن است که بین میزان استفاده از ماهواره و نیز محتوای سه‌گانه آن (به‌ویژه محتواهای خبری و سرگرمی) با هویت فرهنگی بومی دانشجویان رابطه معنادار وجود دارد؛ به‌این‌ترتیب که افرادی که زمان بیشتری را صرف استفاده از ماهواره کرده‌اند، به نسبت، نمره کمتری از سازه هویت فرهنگی محلی دریافت کرده‌اند که به‌نوبه خود نشانگر تغییر رفتار به سمت الگوهای جدید است. به‌علاوه، نمره میزان هویت فرهنگی دانشجویان مورد مطالعه به حد وسط گرایش دارد؛ به این معنا که هویت آنان نه منسجم و نه گسسته، بلکه بی‌طرفانه و سازش‌کار است.

رسولی و آزاد مجد (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی اعتیاد به اینترنت و اثرات ناشی از آن در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر تهران به روش پیمایشی پرداخته‌اند. یافته‌های حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که اینترنت به‌عنوان رسانه‌ای قوی و فناوری چندرسانه‌ای، موجب وابستگی دانش‌آموزان برای تأمین نیازهایشان به دنیای مجازی است. همچنین یافته‌های تحقیق نشان داد که اعتیاد به اینترنت تأثیر بسزایی بر شاخص‌هایی چون تغییرات فرهنگی، اثرات اجتماعی، آموزش مجازی و فضای مجازی دارد.

نوابخش و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان اینترنت و هویت اجتماعی در بین جوانان پسر ۱۶ تا ۲۹ ساله شهر خلخال به روش پیمایشی پرداختند. نتایج تحقیق

نشان داد که میزان استفاده از اینترنت بر ابعاد هویت اجتماعی (هویت ملی، خانوادگی، فردی و گروهی) اثر می‌گذارد و تنها اثر معناداری بر هویت دینی ندارد. 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 مسئله اجتماعی است که زمینه‌ساز بحران هویتی جوانان می‌شود. یافته‌های پژوهش عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۳) حاکی از آن است که بین مدت‌زمان عضویت، میزان استفاده و میزان مشارکت و فعالیت کاربران در فیس‌بوک و هویت فرهنگی کاربران رابطه معنادار معکوس و بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک و هویت فرهنگی کاربران رابطه معنادار مثبتی وجود دارد. یعنی هر چه مدت‌زمان عضویت، میزان استفاده و میزان فعالیت و مشارکت کاربران در فیس‌بوک از سوی کاربران افزایش پیدا می‌کند هویت فرهنگی کاربران ضعیف‌تر می‌شود.

از نخستین پژوهش‌های صورت گرفته در خارج از کشور با موضوع اعتیاد اینترنتی پژوهش یانگ^۷ در سال ۱۹۹۹ می‌باشد. از نظر وی اعتیاد به اینترنت مرتبط با معیارهای زیر است: (۱) شیفته اینترنت شدن (۲) احساس نیاز به استفاده از آن (۳) تلاش برای متوقف کردن استفاده از آن (۴) احساس پریشانی بدون وجود اینترنت (۵) بی‌میلی به روابط اجتماعی (۶) استفاده از اینترنت به‌عنوان راه‌حل فرار از مشکلات. یانگ به این نتیجه رسید که بیشتر معتادان اینترنتی مردان جوان با اعتماد به نفس پایین و گروه‌گرایی ضعیف هستند.

انتقال هویت فرهنگی در عصر فناوری ارتباطات و اطلاعات (مطالعه موردی مهاجران فیجیان در بریسبان استرالیا) پژوهشی است که توسط پاتریک^۸ و همکارانش (۲۰۰۵) به روش کیفی انجام شده است. از جمله نتایج مهم این پژوهش این است که بین اینترنت و هویت فرهنگی رابطه وجود دارد و اینترنت یکی از عوامل و منابع رو به گسترش و همچنین تأثیرگذار بر هویت فرهنگی مهاجران تلقی می‌شود (به نقل از مهدی‌زاده و عنبرین، ۱۳۸۸).

لانگ^۹ و همکارانش (۲۰۰۷) در مطالعه خود با عنوان «تأثیر اینترنت بر رشد خود هویتی جوانان»، به تأثیرات اینترنت در شکل‌گیری هویت فردی نوجوانان چینی

می‌پردازند. نتایج این تحقیق نشان داد که کاربرد اینترنت نه تنها بر چهار بعد از رشد هویت تأثیر گذاشته، بلکه شیوه‌های جدیدی از درک صورت‌بندی هویت نیز در میان آنان مشاهده شده است. در این بررسی نشان داده شد که استفاده از اینترنت به مثابه روشی جهت دریافت تجربیات در محیط سایبرنتیک فهم شده و رشد هویت نیز به‌عنوان میزان تعهد به یک مفهوم معین از خود، درک می‌گردد.

یافته‌های کاس و گریفیس^{۱۱} (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی مجازی و اعتیاد»، حاکی از آن است که افراد عمدتاً برای افزایش تعاملات و ارتقاء اجتماعی از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند. آن‌ها در تحلیل اثرات منفی این شبکه‌های اینترنتی معتقدند که اعتیاد به شبکه‌های مجازی باعث کاهش مشارکت اجتماعی، موفقیت تحصیلی و افزایش مشکلات ارتباطی در خانواده‌ها می‌شود.

یافته‌های پژوهش تیلر^{۱۱} (۲۰۱۲) نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترکیب با نفوذ قدرت‌های غربی، حرکتی را به سوی همگن‌سازی جهان آغاز کرده‌اند که این حرکت سبب ایجاد تضاد و ستیز در جهان و حرکت برخی ملت‌ها به سوی شکست و تضعیف هویت ملی و سنت‌هایشان شده است. همچنین وی معتقد است که به واسطه این شبکه‌های اجتماعی مجازی افراد قابل توجهی در سراسر دنیا در تعامل با یکدیگر قرار گرفته‌اند و با فرهنگ و عقاید بیگانه‌رو به رو شده‌اند و در خصوص از دست دادن هویت‌های ملی و دینی‌شان احساس خطر کرده‌اند.

در مجموع با تکیه بر چارچوب نظری و پیشینه پژوهش می‌توان فرضیه‌های زیر را طرح نمود:

میزان اعتیاد اینترنتی پاسخگویان به تفکیک جنس آن‌ها متفاوت است.

بین اعتیاد اینترنتی و هویت فرهنگی در بعد تعلق به زبان رابطه معناداری وجود دارد.

بین اعتیاد اینترنتی و هویت فرهنگی در بعد تعلق به میراث فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد.

بین اعتیاد اینترنتی و هویت فرهنگی در بعد تعلق به هنر رابطه معناداری وجود دارد.

بین اعتیاد اینترنتی و دین‌داری رابطه معناداری وجود دارد.

روش پژوهش

تحقیق حاضر به جهت نوع آن، پیمایشی بوده که می‌توان آن را جزء تحقیقات پنهانگر به حساب آورد. همچنین بر اساس معیار زمانی مقطعی است؛ چراکه تحقیق حاضر در سال ۱۳۹۲ اجرا شده است. برای گردآوری داده‌ها، از پرسش‌نامه محقق ساخته با پرسش‌های بسته (در قالب طیف لیکرت) و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش را دانش‌آموزان پسر و دختر مقطع متوسطه شهرستان سراب تشکیل می‌دهند که تعداد کل آن‌ها برابر با ۸۳۶۰ نفر می‌باشد. شیوه نمونه‌گیری در تحقیق حاضر خوشه‌ای چندمرحله‌ای بوده، که برای این کار ابتدا لیست تمامی دبیرستان‌های شهرستان سراب که شامل ۹ دبیرستان دولتی و ۴ دبیرستان غیردولتی می‌باشد و تعداد دانش‌آموزان هر یک از دبیرستان‌ها با استفاده از آمار موجود که از کارشناس آمار (آموزش و پرورش) به دست آمده است، لذا برای به دست آوردن حجم نمونه با توجه به نسبت دبیرستان‌های دولتی و غیرانتفاعی به صورت تصادفی ۲ دبیرستان از میان دبیرستان‌های غیرانتفاعی و ۴ دبیرستان دولتی از میان دبیرستان‌های دولتی، با توجه به تناسب حجم دانش‌آموزان و پایه تحصیلی آن‌ها انتخاب شدند؛ که با توجه به فرمول کوکران حجم نمونه برابر با ۳۰۰ نفر برآورد گردید.

اعتبار و پایایی متغیرهای پژوهش

در پژوهش حاضر، جهت تأمین اعتبار به‌کاررفته در سنجش متغیرها از اعتبار محتوایی و همچنین اعتبار صوری استفاده شده است. بدین صورت که هر متغیر با استفاده از تعاریف نظری موجود و سازه‌های نظری به صورت یک سازه عملیاتی مفهوم بندی شده است (اعتبار محتوایی). همچنین پرسشنامه پس از طراحی توسط دو نفر از اساتید جامعه‌شناسی مورد تأیید قرار گرفته است (اعتبار صوری). برای سنجش میزان قابلیت اعتماد پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شده است. برای تمام متغیرها، میزان آلفا بیش از ۰/۷ به دست آمد. این محاسبات در جدول شماره ۱ نشان داده شده است:

جدول ۱. ضرایب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پرسشنامه

متغیر	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
اعتیاد اینترنتی	۱۲	۰/۸۶
هویت فرهنگی	۵۲	۰/۷۸
تعلق به زبان محلی	۱۶	۰/۸۲
تعلق به هنر محلی	۱۵	۰/۷۹
تعلق به میراث فرهنگی	۲۱	۰/۷۵
دین‌داری	۱۹	۰/۸۵

تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

اعتیاد اینترنتی: اعتیاد اینترنتی به گستره وسیعی از مشکلات رفتاری و کنترل انگیزه استفاده از اینترنت اشاره دارد. اعتیاد اینترنتی به عنوان یک رفتار وسواسی، یا آرزوی برقراری پیوند، یا شاید حتی نمودی از انتقال و یا بازتاب روابط، و یا رفع نیاز قلمداد می‌شود. این متغیر با معرف‌هایی همچون جایگاه اینترنت در فعالیت‌های روزانه، ترجیح اینترنت به سایر امور، میزان دستیابی به اینترنت، اختصاص میزان زمان به اینترنت، هیجان اینترنتی، دوست‌یابی اینترنتی، جذابیت اینترنتی، افت تحصیلی، اختلال افکار، عصبانیت و کمبود خواب موردسنجش قرار گرفت.

هویت فرهنگی: مجموعه‌ای از ارزش‌ها، سمبل‌ها، باورها و غیره است که سبب تمایز فرد و جامعه‌ای از دیگر افراد و جوامع می‌شود (مرادی، ۱۳۹۱، ص ۱۰). در تعریف عملیاتی، هویت فرهنگی از سه بعد موردبررسی قرار گرفته است: تعلق به زبان محلی، تعلق به هنر محلی و تعلق به میراث فرهنگی. برای سنجش بعد تعلق به زبان محلی از گویه‌هایی همچون نگارش صحیح کلمات، تنوع زبانی، استفاده از ضرب‌المثل‌ها، استفاده از واژگان بیگانه و غیره استفاده شده است. برای سنجش تعلق به هنر محلی از گویه‌هایی چون آثار هنری، معرفی هنرهای محلی، موسیقی، نقاشی و غیره

استفاده شده است. تعلق به میراث فرهنگی نیز با استفاده از گویه‌هایی چون پوشش، معماری، آثار تاریخی، غذاها و غیره موردسنجش قرار گرفت.

دین‌داری: به معنای داشتن حساسیت سنتی به رفتارهای دینی و رعایت موازین دینی در اعمال زندگی روزانه است (احمدی، ۱۳۷۹، ص ۴۳). این متغیر با معرف‌هایی چون (قرائت کتاب آسمانی، شرکت در نماز جماعت، مراسم مذهبی، مسلمان بودن، احساس توبه، احساس ترس از خدا و غیره) موردسنجش قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

اطلاعات حاصل از جدول شماره ۲ نشان می‌دهد، ۶۳/۳ درصد از پاسخگویان را دانش‌آموزان دختر و ۳۹/۷ درصد را دانش‌آموزان پسر تشکیل می‌دهند که از این تعداد ۷۷/۷ درصد آن‌ها در مدارس دولتی و ۲۲/۳ درصد آن‌ها در مدارس غیرانتفاعی مشغول تحصیل هستند. یافته‌های این جدول حاکی از آن است که ۵۵/۴ درصد از پاسخگویان مورد مطالعه در مقطع دوم و سوم قرار دارند. ۶۷/۲ درصد اظهار داشته‌اند که پدرشان دارای شغل دولتی نمی‌باشد و ۸۸ درصد در خانه ملکی زندگی می‌کردند.

جدول ۲. توزیع فراوانی مربوط به متغیرهای زمینه‌ای

متغیرها	توزیع داده‌ها
جنس	دختر ۱۹۰ نفر (۶۳/۳ درصد) / پسر ۱۱۰ نفر (۳۹/۷ درصد)
نوع مدرسه	دولتی ۲۳۳ نفر (۷۷/۷ درصد) / غیرانتفاعی ۶۷ نفر (۲۲/۳ درصد)
پایه تحصیلی	اول ۷۸ نفر (۲۶ درصد) / دوم ۸۳ نفر (۲۷/۷ درصد) / پیش‌دانشگاهی ۵۶ نفر (۱۸/۷ درصد) / سوم ۸۳ نفر (۲۷/۷ درصد)
شغل پدر	دولتی ۹۸ نفر (۳۲/۸ درصد) / آزاد ۲۰۲ نفر (۶۷/۲ درصد)
نوع منزل مسکونی	ملکی ۲۶۳ نفر (۸۸ درصد) / استیجاری ۳۰ نفر (۱۰ درصد) / سایر ۶ نفر (۲ درصد)

همان‌طور که ذکر شد، برای سنجش متغیر هویت فرهنگی در بین پاسخگویان، از ۵۲ گویه ۶ گزینه‌ای در سطح سنجش فاصله‌ای استفاده شده است. با توجه به نتایج نشان داده شده در جدول شماره (۳)، میانگین شاخص ۷۹/۹۱ بوده که از میانگین طیفی کمتر می‌باشد و می‌توان گفت که متغیر هویت فرهنگی در بین پاسخگویان در حد متوسطی است.

همچنین برای سنجش متغیر اعتیاد اینترنتی در بین پاسخگویان، از ۱۱ گویه ۶ گزینه‌ای در سطح سنجش فاصله‌ای استفاده شده است، با توجه به نتایج نشان داده شده در جدول شماره ۳، میانگین شاخص ۳۵/۵۷ بوده که از مقدار میانگین طیفی کمتر می‌باشد. در نتیجه بر اساس آماره‌های توصیفی می‌توان گفت که احساس اعتیاد اینترنتی در بین پاسخگویان در حد متوسطی است. برای سنجش میزان دین‌داری پاسخگویان، از ۱۹ گویه ۶ گزینه‌ای در سه بعد (پیامدی، مناسکی و تجربی) استفاده شده است. میانگین این شاخص ۳۹/۵ بوده که از مقدار میانگین طیفی کمتر است و نشان می‌دهد میزان دین‌داری پاسخگویان در حد متوسطی می‌باشد.

جدول ۳. آماره‌های توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیرها	دامنه تغییرات	حداقل	حداکثر	میانگین طیف	میانگین به‌دست‌آمده
هویت فرهنگی	۷۷	۴۲	۱۱۹	۸۰/۵	۷۹/۹۱
تعلق به هنر محلی	۴۱	۱۷	۵۸	۳۷/۵	۳۷/۶۴
تعلق به زبان محلی	۴۵	۲۱	۶۶	۴۳/۵	۴۴/۷۱
تعلق به میراث فرهنگی	۳۷	۲۲	۵۹	۴۰/۵	۳۹/۰۸
اعتیاد اینترنتی	۵۵	۱۱	۶۶	۳۸/۵	۳۵/۵۷
دین‌داری	۴۱	۱۸	۵۹	۴۷/۵	۳۹/۵

اطلاعات جدول شماره ۴ نشان می‌دهد، جنس، وضعیت شغلی پدر و اجاره‌ای یا ملکی بودن واحد مسکونی با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده، تأثیری در میزان

هویت فرهنگی دانش آموزان ندارند. همچنین اطلاعات جدول نشان می‌دهد، دولتی یا آزاد بودن شغل پدر دانش‌آموزان و زندگی کردن در خانه شخصی یا اجاره‌ای تأثیری در تعلق به میراث فرهنگی دانش‌آموزان ندارند. جنس در بعد تعلق به میراث فرهنگی مؤثر است و دانش‌آموزان پسر تعلق بیشتری نسبت به دانش‌آموزان دختر دارند. همچنین سایر یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که جنس در بعد تعلق به زبان محلی دانش‌آموزان مؤثر است و دانش‌آموزان پسر تعلق بیشتری به زبان محلی نسبت به دانش‌آموزان دختر دارند. علاوه بر این، نوع منزل مسکونی در بعد تعلق به زبان محلی دانش‌آموزان مؤثر است و دانش‌آموزانی که در منزل شخصی سکونت دارند، از تعلق به زبان محلی بالایی برخوردارند و وضعیت اشتغال پدر تأثیری در میزان تعلق به زبان محلی دانش‌آموزان ندارد. بر اساس اطلاعات جدول جنس، نوع شغل پدر و نوع منزل مسکونی تأثیری در میزان دین‌داری دانش‌آموزان ندارند.

جدول ۴. نتایج تحلیلی روابط میان متغیرهای زمینه‌ای و ابعاد هویت فرهنگی و دین‌داری

نوع منزل		شغل پدر		جنس		متغیرهای زمینه‌ای	
استیجاری	شخصی	آزاد	دولتی	دختر	پسر	ابعاد هویت فرهنگی	
۲۴/۶	۲۵/۳۴	۲۵/۱۲	۲۵/۶۳	۲۵/۳	۲۵/۷	میانگین	تعلق به هنر محلی
۰/۳۹۵		۰/۲۰۸		۰/۱۱۹		معناداری t	
۲۳/۱۶	۲۳/۹۳	۲۳/۷۳	۲۴/۰۱	۲۳/۳۷	۲۴/۶۹	میانگین	تعلق به میراث فرهنگی
۰/۴۸		۰/۷۵۳		۰/۰۴		معناداری t	
۲۲/۷۶	۲۴/۵۲	۲۴/۳۰	۲۴/۵۱	۲۳/۸۳	۲۵/۱۵	میانگین	تعلق به زبان محلی
۰/۰۳۷		۰/۶۹		۰/۰۰۸		معناداری t	
۲۴/۹۳	۲۴/۴۶	۲۴/۴۲	۲۴/۷۷	۲۴/۴۳	۲۴/۷۱	میانگین	دین‌داری
۰/۴۴۹		۰/۳۷۷		۰/۴۹۸		معناداری t	

اطلاعات حاصل از جدول شماره (۵) نشان می‌دهد که میزان اعتیاد اینترنتی دانش آموزان به تفکیک جنس متفاوت از هم می‌باشد و دانش آموزان پسر از اعتیاد اینترنتی بیش‌تری نسبت به دانش آموزان دختر برخوردارند.

جدول ۵. آزمون تفاوت میانگین اعتیاد اینترنتی به تفکیک جنس

جنس		متغیر زمینه‌ای	
دختر	پسر	میانگین	اعتیاد اینترنتی
۲۱/۰۱	۴۸/۱۷		
۰/۰۰۰		معناداری t	

یافته‌های استنباطی

برای آزمون رابطه بین متغیرهای هویت فرهنگی و اعتیاد اینترنتی، از آزمون t پیرسون استفاده شده است. طبق اطلاعات جدول شماره ۶، ضریب همبستگی برابر با $۰/۲۴۸-$ و سطح معناداری برابر با $۰/۰۰۱$ است که نشان می‌دهد رابطه معنادار معکوسی بین هویت فرهنگی و اعتیاد اینترنتی وجود دارد؛ بدین معنی که هر چه میزان اعتیاد اینترنتی دانش‌آموزان افزایش می‌یابد، هویت فرهنگی آن‌ها تضعیف می‌شود و بالعکس.

برای آزمون رابطه بین ابعاد متغیر هویت فرهنگی با اعتیاد اینترنتی نیز از آزمون همبستگی t پیرسون استفاده شده است. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که (نگاه کنید به جدول ۶) سه بعد متغیر هویت فرهنگی (تعلق به هنر محلی، تعلق به میراث فرهنگی، تعلق به زبان محلی) در سطح احتمال ۹۵ درصد همبستگی معنادار معکوسی با اعتیاد اینترنتی دارند. این بدین معناست که هر چه میزان اعتیاد اینترنتی در بین افراد مورد مطالعه بالا باشد به همان میزان تعلق به هنر محلی، تعلق به میراث فرهنگی، تعلق به زبان محلی در بین پاسخگویان ضعیف‌تر است و برعکس هر چه میزان تعلق به هنر محلی، تعلق به میراث فرهنگی، تعلق به زبان محلی در بین افراد مورد مطالعه بالا باشد، به همان اندازه از اعتیاد اینترنتی کاسته می‌شود.

برای آزمون رابطه بین متغیرهای دین‌داری و اعتیاد اینترنتی، از آزمون t پیرسون استفاده شده است. طبق اطلاعات جدول شماره ۶، ضریب همبستگی برابر با $۰/۲۵۱-$ و

سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۴ است که نشان می‌دهد رابطه معنادار معکوسی بین متغیرها وجود دارد؛ این بدین معناست که هرچه میزان دین‌داری پاسخگویان مورد مطالعه افزایش می‌یابد، به همان اندازه از میزان اعتیاد اینترنتی آن‌ها کاسته می‌شود و عکس آن نیز صادق است. بر اساس اطلاعات جدول شماره ۶، بعد تعلق به زبان محلی با ضریب همبستگی ۰/۱۴۶- کمترین شدت همبستگی و متغیر دین‌داری با ضریب همبستگی ۰/۲۵۱- بالاترین شدت همبستگی را با اعتیاد اینترنتی دارند.

جدول ۶. آزمون همبستگی پیرسون (بررسی رابطه بین متغیرها وابسته و مستقل)

آزمون فرضیه	سطح معناداری	شدت همبستگی	بررسی رابطه بین متغیرها
تأیید	۰/۰۰۱	-۰/۲۴۸	رابطه بین هویت فرهنگی و اعتیاد اینترنتی
تأیید	۰/۰۰۰	-۰/۱۹۷	رابطه بین تعلق به هنر محلی و اعتیاد اینترنتی
تأیید	۰/۰۰۰	-۰/۱۷۲	رابطه بین تعلق به میراث فرهنگی و اعتیاد اینترنتی
تأیید	۰/۰۰۰	-۰/۱۴۶	رابطه بین تعلق به زبان محلی و اعتیاد اینترنتی
تأیید	۰/۰۰۴	-۰/۲۵۱	رابطه بین دین‌داری و اعتیاد اینترنتی

تحلیل رگرسیونی

بر اساس نتایج حاصل از روش رگرسیون هم‌زمان، متغیر وابسته (اعتیاد اینترنتی) بیشتر متأثر از متغیر دین‌داری به صورت معکوس است. به عبارتی به ازای یک واحد افزایش در متغیر دین‌داری متغیر مذکور با ضریب ۰/۲۱۵ کاهش می‌یابد و متغیر تعلق به میراث فرهنگی کمترین تأثیر را بر متغیر اعتیاد اینترنتی داشته است. اطلاعات این جدول حاکی از آن است که رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته، تأیید شده است و ضریب تبیین تعدیل‌شده نشان می‌دهد که ۱۹/۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل (دین‌داری، هویت فرهنگی، تعلق به زبان محلی، تعلق به هنر محلی، تعلق به میراث فرهنگی) تبیین شده است.

جدول ۷. آماره‌های تحلیل رگرسیون چندمتغیره اعتیاد اینترنتی

متغیر	Beta	T	سطح معناداری	ضریب همبستگی چندگانه	۰/۵۸۰
دین‌داری	-۰/۲۱۵	-۵/۰۷۸	۰/۰۰۰	ضریب تبیین	۰/۲۲۱
هویت فرهنگی	-۰/۱۹۲	-۳/۶۰۱	۰/۰۰۰	ضریب تبیین تعدیل شده	۰/۱۹۸
تعلق به هنر محلی	-۰/۱۸۴	-۳/۱۲۳	۰/۰۰۰	کمیت دوربین واتسون	۱/۷۹
تعلق به زبان محلی	-۰/۱۳۶	-۲/۹۶۲	۰/۰۰۱	کمیت F تحلیل واریانس	۳۹/۲۵
تعلق به میراث فرهنگی	-۰/۱۰۹	-۲/۵۵۹	۰/۰۰۹		سطح معناداری

جمع بندی

فراگیر شدن رسانه‌ها در آغاز قرن بیست و یکم باعث افزایش نقش اینترنت در شکل‌دهی به فرهنگ، هویت و باورها و ارزش‌های اجتماعی شده است. در واقع، یکی از مسائل روان‌شناختی و جامعه‌شناختی درباره اینترنت، هویت است. هویت، واجد سه عنصر است: عنصر شخصی، فرهنگی و اجتماعی، که هر یک در تکوین شخصیت فرد نقش مهمی را ایفا می‌کنند. در این میان اینترنت صحنه فرهنگی و اجتماعی است که فرد خود را در موقعیت‌های متنوع نقش‌ها و سبک‌های زندگی قرار می‌دهد، ویژگی عمده‌ای که در اینترنت وجود دارد و در سایر رسانه‌ها دیده نمی‌شود، تعامل است در گذشته هویت افراد و روابطشان با دیگران وابسته به فضای مادی‌ای بود که در آن زندگی می‌کردند و مکان عنصری تعیین‌کننده بود؛ اما در حال حاضر به واسطه ظهور فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، محدودیت‌های زمان و مکان از بین رفته و فرد دیگر به مکان محلی و بومی خود وابسته نیست. امروزه مشاهده می‌کنیم مؤلفه‌های

فرهنگی که توسط رسانه به ذهن مخاطبان نفوذ می‌کنند در هویت‌یابی افراد تأثیرگذار بوده و در این شرایط نوجوان، به‌خصوص در دوران بلوغ که مرحله شکل‌گیری هویت اوست و همواره به دنبال کشف ارزش‌ها و درونی کردن آن‌ها می‌باشد، با اینترنت و حجم گسترده و گوناگون اطلاعات مواجه می‌شود و ناچار است که در این دنیای مجازی، هویت خویش را از این طریق پیدا کند. لذا ممکن است اینترنت در ایجاد هویت‌یابی جوانان اثر منفی داشته باشد. به همین دلیل برای پژوهش حاضر موضوع تأثیر اعتیاد اینترنتی بر روی هویت فرهنگی دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهرستان سراب در استان آذربایجان شرقی را انتخاب کرده و مورد مطالعه قرار داده‌ایم. نتایج این پژوهش را که به‌صورت پیمایشی اجرا شده به شرح زیر می‌توان خلاصه کرد:

اعتیاد به اینترنت در بین دانش‌آموزان شروع شده و رو به فزونی است و میزان اعتیاد اینترنتی دانش‌آموزان به تفکیک جنس متفاوت از هم می‌باشد و دانش‌آموزان پسر با میانگین $4/8/7$ از اعتیاد اینترنتی بیشتری نسبت به دانش‌آموزان دختر برخوردارند. این یافته در راستای نتایج تحقیق کیم و همکاران (۲۰۰۶) می‌باشد. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره تحقیق نشان می‌دهد، حدود ۲۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل پژوهش تبیین می‌شود.

یافته‌های پژوهش در مورد فرضیه‌ها مبنی بر اینکه بین اعتیاد اینترنتی و میزان دین‌داری دانش‌آموزان رابطه وجود دارد یا خیر؟ نشان می‌دهد که بین دانش‌آموزانی که اعتیاد اینترنتی دارند، رابطه بین این دو متغیر معکوس است و هرچه اعتیاد اینترنتی بالا باشد میزان دین‌داری در بین دانش‌آموزان تضعیف می‌شود. در این خصوص با توجه به نظریه دورکیم می‌توان گفت که دین به‌عنوان یک واقعیت اجتماعی ماهیتی ضد فردگرا داشته و برانگیزنده تعلق اشتراکی به هدف‌های اخلاقی می‌باشد و اگر دین که یک نیروی عظیم پیونددهنده است در آستانه مرگ افتد بیماری‌های جامعه نوین که گرایش به ازهم‌گسیختگی دارند ظهور پیدا می‌کنند. در این راستا می‌توان گفت که با توجه به این نکته که از یک طرف دین‌داری دانش‌آموزان فاقد استحکام معرفتی و نظری لازم است و از طرف دیگر اینترنت برای دانشجویان جذابیت زیادی دارد، بیشترین آسیب را متوجه دین‌داری آنان می‌کند. اعتیاد به اینترنت و عدم استفاده منطقی از آن در کشور ما،

به‌عنوان یک بیماری یا مسئله اجتماعی تلقی شده و یکی از جنبه‌های آسیب‌زای آن کاهش تعلقات دینی و اخلاقی در نوجوانان و جوانان است.

در رابطه با اعتیاد اینترنتی و تأثیر آن بر تعلق به زبان محلی، یافته‌ها نشان داد که میزان تعلق به زبان محلی در بین دانش‌آموزانی پسر تا حدودی بیشتر از دانش‌آموزان دختر بوده و افرادی که معتاد به اینترنت می‌باشند تعلق به زبان محلی در بین آن‌ها متوسط به پایین می‌باشد. این نتیجه با آنچه در زمینه همسان‌سازی فرهنگ کشورهای جهان سوم با کشورهای غربی صورت می‌گیرد نیز هم‌خوانی دارد. از آنجاکه ایجادکنندگان و پیام‌فرستندگان و برنامه‌سازان این فناوری ارتباطی و اطلاعاتی عمدتاً کشورهای توسعه‌یافته غربی هستند تعجبی هم ندارد که انبوه فیلم‌ها و وب‌گاه‌های پرمخاطب آن‌ها هویت فرهنگی، دینی، قومی و ملی کشورهای مصرف‌کننده را تحت تأثیر قرار داده و تضعیف نماید.

تحلیل داده‌ها در خصوص رابطه اعتیاد اینترنتی و تعلق به میراث فرهنگی و هنر آشکار ساخت که معمولاً دانش‌آموزانی که از اینترنت استفاده می‌کنند وقت کمتری را به شناخت میراث فرهنگی و هنرهای ملی و محلی خود اختصاص داده و به‌نوعی با آن بیگانه می‌شوند. در این راستا می‌توان به نظریه‌های صاحب‌نظرانی چون کاستلز و گیدنز اشاره کرد که معتقدند در جامعه‌ای که افراد به‌ویژه نوجوانان و جوانان با انبوهی از اطلاعات، ارزش‌ها، هنجارها و شیوه‌های مختلف زندگی روبه‌رو هستند، افراد با منابع هویت‌یابی متکثری روبه‌رو می‌شوند و هویت‌یابی شکلی غیر محلی و جهانی پیدا می‌کند. به باور آن‌ها، در این دوران هویت فرد ممکن است دارای ترکیبی از فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و آرمان‌های مختلف باشد. این یافته پژوهش با نتایج تحقیق مهدی‌زاده و عنبرین (۱۳۸۸) و عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۳) همخوانی دارد.

در مجموع با توجه به یافته‌های پژوهش، می‌توان گفت که قرار گرفتن جوانان ایرانی در معرض فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی با سیل عظیمی از اطلاعات و برنامه‌های متنوع از سراسر جهان که هرکدام فرهنگ خاص خود را ارائه و معرفی می‌کنند باعث می‌شود که نوجوانان و جوانان با فرهنگ‌های جدیدی روبه‌رو شوند که با فرهنگ خودشان متفاوت است. لذا در نتیجه این امر می‌توان شاهد تغییرات فرهنگی

همچون تغییر رویه، رفتار، طرز تفکر، هویت فرهنگی و در واقع منش زندگی جوانان بود. در واقع، شاید بتوان گفت هویت فرهنگی کنونی نوجوانان و جوانان ایرانی درگیر یک بحران ناشی از تجربه فضای هویت‌ساز رسانه‌های نوین در کنار پیدایش عناصر و فرآیندهای جهانی‌شدن است که تقریباً بر کلیه ابعاد فرهنگ کنونی کشور تأثیر نهاده است، همان‌طور که بسیاری از مطالعات دیگر نیز به همین استنتاج رسیده‌اند. به این معنا که جوانان امروز بر پایه‌های لرزانی از هویت‌های سیال عصر مدرن قرار گرفته‌اند که در قالب هیچ‌کدام از آن‌ها جای نمی‌گیرند. گسترش ارتباطات و گردش آزاد اطلاعات در جهان معاصر بستر نوین مملو از چالش و فرصت است که در آن هویت فرهنگی کلیه جوامع در معرض تغییرات شگرف قرار گرفته است. در یک جمع‌بندی کلی، بر این نکته تأکید می‌شود که امروزه هویت فرهنگی ایرانی در وضعیت مبهم و حساسی به سر می‌برد و بنابراین در معرض چالش‌های هویتی جدی متأثر از اثرات رسانه‌ای است.

ارائه راهکار

با پدید آمدن عصر اطلاعات و شکل‌گیری فضاهاى مجازى، هویت پیچیدگی و سیالیت بیش‌ازپیش یافته است. در این فضا، هر کاربری می‌تواند فارغ از الزامات و خصایص طبیعی و وجودی خویشتن، ظاهر شود و خود را آن‌طور که می‌خواهد، بنمایاند و در معرض دیگران قرار دهد. این جریان، سبب می‌شود فرد از پيله تنگ هویت‌های گروهی و محلی، به درجات رها شود و فارغ از تاریخ و فرهنگ خویشتن، در فضاهاى مجازى سیر کند. ناگفته پیداست که هویت در این فضا، مجازى است. از اینجاست که فرد تمامی مرزهای فرهنگی، سیاسى و اجتماعى را پشت سر می‌گذارد و با حرکت در امتداد بردارهای زمان و مکان، به‌سادگی این سو و آن سو می‌شود. با این توضیح، وظیفه‌ای که بر دوش رسانه ملی نهاده شده، بسی حساس، اساسی، مهم و به غایت دشوار است. با کمی تسامح، اساسی‌ترین رسالت رسانه ملی را می‌توان ایجاد همگونی و همبستگی جمعی و مقابله با شکاف و شقاق اجتماعى برشمرد؛ یعنی درست نقطه مقابل جریانی که تاریخ و جوامع به سمت آن سیر می‌کنند. به‌عنوان یک راهکار یا پیشنهاد عملی و اجرایی برای رسانه ملی، باید گفت که تحت چنین شرایطی، بهترین

گزینه برای رسانه ملی، نوعی راهبرد فرهنگی است که اگر قرار باشد برای آن نامی انتخاب شود، مناسب‌ترین نام «سیاست وحدت در تکرر فرهنگی» است. رسانه ملی باید بتواند به کمک زبان مشترک ملی نقطه اتکای وحدت نمادی، یا به عبارتی چارچوب فرا گفتمانی جامعه را تشکیل دهد، به طوری که این چارچوب فرا گفتمانی بتواند دربرگیرنده انواع خرده‌فرهنگ‌های قومی، زبانی و حرفه‌ای و گفتمان‌های شناختی، ارزشی، هنجاری و رویه‌ای متنوع باشد.

به نظر می‌رسد که رسانه ملی باید تحولات عظیم و پرشتاب در مقیاس جهانی و به‌ویژه در عرصه فناوری اطلاعاتی و ارتباطی را با دیده باز، موشکافانه و لحظه‌به‌لحظه رصد کند و با اخذ رویکردی آینده‌پژوهانه و با وقوف به ذات و ماهیت این نوع تحولات، اتفاقات و رویدادهای آینده را لااقل در کوتاه‌مدت و میان‌مدت پیش‌بینی نماید و پیش از آن‌که چرخ‌های سنگین فناوری جدید، مظاهر سنت‌ها، ارزش‌ها و فرهنگ ما را از بین ببرد، در استفاده از آن برای تصویب فرهنگ خودی و وحدت ملی بکوشد. برای تحقق این هدف حداقل تلاش، افزایش دانش، سواد رسانه‌ای و شناخت نوجوانان و جوانان و آگاه‌سازی آن‌ها از مؤلفه‌های ابعاد مختلف هویت، منطبق با ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگ ایرانی و اسلامی، از طریق ساخت مجموعه‌های تلویزیونی از قهرمانان ملی در عرصه‌های گوناگون، فیلم‌های سینمایی و زنجیره‌های تاریخی و برنامه‌های مستند است تا گامی هرچند کوچک برای مقابله با هجوم همه‌جانبه فرهنگی و اجتماعی کشورهای غربی علیه هویت نوجوانان و جوانان، به‌ویژه هویت اجتماعی و فرهنگی آنان برداشته شود. همچنین، حضور منظم و فعال در فضاهای مجازی، تولید بازی‌های کامپیوتری بومی، گسترش شبکه‌های ماهواره‌ای ایرانی، گسترش کانال‌های تلویزیونی، توسعه رادیوهای تخصصی و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی مجازی ملی از دیگر اقداماتی است که رسانه‌های کشور می‌توانند در آن نقش‌آفرینی کنند.

یادداشت‌ها

1. Daniel Bell
2. Castells
3. Tada Umesao
4. Jenkins
5. Giddens
6. Habermas
7. Young
8. Patrick
9. Long
10. Kuss & Griffiths
11. Tyler

کتابنامه

- احمدی، آرمان؛ احیایی، پویان (۱۳۹۲). بررسی شکاف نسلی و عوامل مرتبط با آن مورد مطالعه دانش آموزان مقطع متوسطه شهرستان سراب، مجله جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه مطالعات علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال چهارم، شماره چهارم، صص ۱-۲۷.
- احمدی، طیب (۱۳۷۹)، مدیریت بدن و هویت، رساله کارشناسی ارشد، گیلان: دانشگاه گیلان.
- احیایی، پویان (۱۳۹۴)، فضای مجازی و تحولات هویتی در ایران، تهران: نشر پارسینه.
- امیدوار، احمدعلی و صارمی، علی اکبر (۱۳۸۱)، اعتیاد به اینترنت: توصیف، سبب‌شناسی، پیشگیری، درمان و مقیاس‌های سنجش اختلال اعتیاد به اینترنت، مشهد: انتشارات تمرین.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۹۱)، هویت اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: پردیس دانش.
- رسولی، محمدرضا، افروشه، آزادمجد (۱۳۹۲)، «اعتیاد به اینترنت و اثرات ناشی از آن در بین دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر تهران»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۶۷.
- رفعت‌جاه، مریم (۱۳۸۳)، زنان و بازتعریف هویت اجتماعی، رساله دکترای جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- زنجانی‌زاده، هما و محمدجوادی، علی (۱۳۸۴)، «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده در بین دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد»، مجله جامعه‌شناسی ایران، سال ششم، شماره ۲، صص ۱۴۶-۱۲۱.
- ساروخانی، باقر و همکاران (۱۳۸۷)، «تأثیر فضاهای مجازی بر کنش اجتماعی جوانان دانشجوی دختر با تأکید بر اینترنت»، پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، سال دوم، شماره ۱.

- سحابی، جلیل و هاشم آقاییگ پوری (۱۳۸۹)، «بررسی تأثیر بعد فرهنگی جهانی شدن بر هویت قومی: مطالعه موردی جوانان ۱۵-۲۹ ساله شهرستان بوکان»، *مطالعات ملی*، شماره ۴.
- شیخاوندی، داور (۱۳۸۷)، *جامعه‌شناسی آموزش و پرورش*، انتشارات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی.
- عدلی پور، صمد، قاسمی، وحید و میرمحمدتبار، سید احمد (۱۳۹۳)، «تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، دوره هفتم، شماره ۱، صص ۱-۲۸.
- عباس‌زاده، محمد، احیایی، پویان، مبارک بخشایش، مرتضی (۱۳۹۳) *مطالعه جامعه‌شناختی هویت اجتماعی و عوامل مرتبط با آن. پژوهش‌های اجتماعی پلیس*، سال اول، شماره اول، بهار و تابستان.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵)، *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ: قدرت هویت*، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: نشر طرح نو.
- کرم الهی، نعمت‌الله. (۱۳۹۰) *ایتترنت و دین‌داری*. قم: موسسه بوستان کتاب، ۴۷۲ صفحه.
- محسنی، علی‌رضا و هاشمی، محمدرضا (۱۳۹۰)، «تأثیر اینترنت بر هویت اجتماعی دانش‌آموزان»، *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، سال سوم، شماره ۲.
- محمد پور، احمد، نقدی، اسدالله و نادر نژاد، بهزاد (۱۳۸۹)، «تأثیر ماهواره بر هویت فرهنگی در کردستان ایران»، *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، شماره ۴، صص ۱۵۶-۱۳۱.
- مرادی، شهرام (۱۳۹۱)، *نقش صداوسیما استان چهارمحال و بختیاری (شبکه جهان‌بین) در تقویت هویت فرهنگی جوانان (۱۸-۲۹) شهرکرد*، رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان.
- مهدی‌زاده، شراره و عنبرین، زینب (۱۳۸۸)، «بررسی رابطه میزان و نحوه استفاده از اینترنت و هویت فرهنگی جوانان»، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۱۷، صص ۲۸-۱.
- نوابخس، فرزاد، خادم، رسول و آرام، هاشم (۱۳۹۲)، «ایتترنت و هویت اجتماعی»، *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، سال پنجم، شماره ۲.

- Appadurai, A (1996), *Modernity at Large*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Castells, M (1997), *The Power of Identity*, Oxford: Blackwell.
- Deschamps, Jean-Claude & Devos, Thierry (1998) "Regarding the relationship between social identity and personal identity", In: Stephen Worchel; Francisco J. Morales; Dario Paez; Jean-Claude Deschamps (eds.) *Social identity: International perspectives*, London: Sage. pp. 1-12.
- Daphne, J (2007), "Reconceptualizing cultural identity and its role in intercultural business communication", *Journal of Business Communication*, Vol. 14, No. 2.
- Hall, S. (1996), *The Question of Cultural Identity*, In S. Hall, D. Held and A. McGrew (eds) *Modernity and its Future*, Cambridge: Polity Press LTd.
- Kim, Kyunghye & et al. (2006), "Internet addiction in Korean adolescents and its relation to depression and suicidal ideation: A questionnaire survey", *International Journal of Nursing Studies*, No. 43.
- Kuss, Daria and Griffiths, Mark (2011), "Online Social Networking and Addiction", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, Vol 8, N.10.
- Long, et al. (2007), "Impact of internet on adolescent self-identity development", *China media Research*, Vol. 3, No. 1.
- Thompson, Jan (1998), *Community identity and world citizenship* ۹ In Archibugi, Held and Kohler (ed's), *Culture and global Change*, London: Routledge.
- Tyler, T. (2012), "Social networking and Globalization", *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 4, No. 6.
- Woodward, Kath (2000) "Introduction. In Kath Woodward" (ed.) (2000) *Questioning identity: Gender, class, nation*, London, Routledge in association with The Open University. pp. 1-24.
- Young, K. (1996), *Internet Addiction, Symptom, Evaluation and Treatment*, This article reproduced from *Innovation in Clinical Practice: A Source Book* (ed's L. VandeCreek & T. Jackson), *Professional Resource Press*. Vol. 17.