

Motivation to Use of Virtual Social Networks in Iranian users

Maryam Salami¹, Meisam Dastani²

1- PhD in Knowledge and Information Science; Assistant Professor; Payame Noor University.
salamilib@yahoo.com

2- MSc Library and Information Science(IT Managment), Gonabad University of Medical Sciences, Gonabad, Iran.
mdastani@gmu.ac.ir

Abstract:

Nowadays, the social networks became one of the crucial communicating tools in social and globe and they have a high reputation between people. As study the motivation of the users in using the social networks is important; this study aims to investigate this motivation. This is a review-descriptive study reviewing the previous studies on the reason and motivation of Iranian users applying for the social networks. To do so, data and information of this study were gathered by searching a keyword in both Persian data base (SID, Noormags, Ensani) and Google Scholar. The results of nineteen articles were checked. The results indicate that Iranian users use the social network with different incentives which communicating with friends, finding new friends, fun and hobby, sharing the data, learning the new capabilities, education and being updated by news are among the most important ones.

Keywords: virtual social networks, motivation, Iranian users.

Archive of SID

انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در کاربران ایرانی

مریم سلامی^۱، میثم داستانی^۲

۱- استادیار علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه پیام نور مشهد، مشهد، ایران.

salamilib@yahoo.com

۲- نویسنده مسوول: کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی (مدیریت فناوری اطلاعات)، دانشگاه علوم پزشکی گناباد، گناباد، ایران.

mdastani@gmu.ac.ir

چکیده

امروزه شبکه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی در سطح جامعه و جهان تبدیل شده و از شهرت فراوانی برخوردار هستند، از آنجایی که بررسی انگیزه استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی دارای اهمیت می‌باشد، این مطالعه به بررسی انگیزه کاربران ایرانی از کاربرد شبکه‌های اجتماعی پرداخته است. پژوهش حاضر یک پژوهش مروری-توصیفی می‌باشد که به مرور مطالعات انجام‌شده در خصوص دلایل و انگیزه کاربران ایرانی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی پرداخته است. بدین منظور، داده‌ها و اطلاعات این پژوهش با استفاده از جستجوی کلیدواژه‌ای در بانک‌های اطلاعاتی فارسی و موتور جستجوی علمی گوگل اسکالر به دست آمده است. در این پژوهش نتایج ۱۹ مقاله به دست آمده مورد بررسی قرار گرفت که نتایج حاکی از آن است کاربران ایرانی با انگیزه‌های مختلفی از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، که مهم‌ترین این موارد شامل ارتباط با دوستان و پیدا کرده دوستان جدید، سرگرمی و تفریح، به اشتراک‌گذاری اطلاعات، کسب توانمندی‌های روز، آموزش، کسب اطلاعات و اخبار روز می‌شود.

کلمات کلیدی

شبکه‌های اجتماعی مجازی، انگیزه، هدف، کاربران ایرانی.

۱- مقدمه

فراهم می‌کنند که همزمان با انجام سایر فعالیت‌های اجتماعی از طریق رایانه یا تلفن همراه، فعالیت خود را در این جوامع مجازی نیز پیگیری کنند [1]. یک شبکه اجتماعی، مجموعه‌ای از سرویس‌های مبتنی بر وب است که این امکان را برای اشخاص فراهم می‌آورد که توصیفات عمومی یا خصوص برای خود ایجاد کنند، یا با دیگر اعضای شبکه ارتباط برقرار کنند، منابع خود را با آن‌ها به اشتراک بگذارند و از میان توصیفات عمومی دیگر افراد، برای یافتن اتصالات جدید جستجو کنند. همچنین شبکه‌های اجتماعی، خدمات برخی^۱ هستند که به افراد اجازه می‌دهند در یک سیستم مشخص و معین پروفایل شخصی خود را داشته باشند، خود را به دیگران معرفی کنند، اطلاعاتشان را به اشتراک بگذارند. با دیگران ارتباط برقرار کنند. از این طریق افراد می‌توانند ارتباطشان با دیگران را حفظ کرده و همچنین، ارتباط‌های اجتماعی جدیدی را شکل دهند [2]. در واقع، شبکه‌های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای

امروزه با گسترش کاربردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در زندگی روزمره شاهد شکل‌گیری نسل جدید از ابزارهای اینترنتی هستیم که امکانات بی‌شماری را برای روابط متقابل، مذاکره، گفتگو و به طور کلی ارتباط دوسویه فراهم آورده است. وب ۲ ناظر به شکل‌گیری اینترنت محاوره‌ای است که امکان برقراری ارتباطات چند سویه میان کاربران شبکه جهانی اینترنت را فراهم ساخته است. در حالی که وب ۱ امکان استفاده افراد از منابع عظیم اطلاعاتی را از طریق شبکه جهانی اینترنت و ارسال و دریافت ایمیل فراهم می‌کرد، وب ۲ بر مبنای محاوره دائمی میان کاربران اینترنت شکل گرفته است، شبکه‌های اجتماعی^۱ اینترنتی به عنوان مهم‌ترین مصادیق این امر، به محلی برای حضور اقشار مختلف جامعه به ویژه جوانان و مکان تبادل آرا و افکار ایشان و تأمین نیازهای متناسب با زندگی اجتماعی جوانان تبدیل شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی اینترنتی علاوه بر اینکه مرجع تأمین بسیاری از نیازهای فرهنگی و اجتماعی اعضای خود هستند، این امکان را برای اعضا

در انتها پس از بررسی پژوهش‌های انجام‌شده دلایل و انگیزه استفاده کاربران ایرانی از شبکه‌های اجتماعی استخراج گردید.

۳- یافته‌ها

یافته‌های این پژوهش در جدول شماره ۱ مشاهده می‌شود. داده‌های جدول شماره ۱ حاکی از آن است که در پژوهش‌های صورت گرفته در ایران کاربران بانگیزه‌های مختلفی از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، که مهم‌ترین این موارد به ترتیب، ارتباط با دوستان و پیدا کردن دوستان جدید، سرگرمی و تفریح، به اشتراک‌گذاری اطلاعات، کسب توانمندی‌های روز، آموزش، کسب اطلاعات و اخبار روز بوده است.

۴- نتیجه‌گیری

شبکه‌های اجتماعی، نسل جدیدی از پایگاه‌هایی هستند که این روزها در کانون توجه کاربران شبکه‌های جهانی اینترنت قرار گرفته‌اند. این‌گونه پایگاه‌ها بر مبنای تشکیلات آنلاین فعالیت می‌کنند و هر کدام دسته‌ای از کاربران اینترنتی با ویژگی خاص را گرد هم می‌آورند. شبکه‌های اجتماعی را گونه‌ای از رسانه‌های اجتماعی می‌دانند که امکان دستیابی به شکل جدیدی از برقراری ارتباط و به اشتراک‌گذاری محتوا در اینترنت را فراهم آورده‌اند.

اینترنت و سرویس‌های ارائه‌شده در قالب آن، در عین حال که ابزار مفیدی برای کسب و تبادل اطلاعات است اما می‌تواند مخرب نیز باشد؛ به بیان دیگر، اینترنت ابزار قدرتمندی است که هم می‌تواند باعث فساد گردد و هم ابزار آموزش و تعلیم و رشد علمی، فرهنگی و اجتماعی نوجوانان و جوانان را فراهم آورد.

شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان جدیدترین رسانه در فرآیند تحولات ارتباطات نوین مطرح هستند، همچنین با توجه به امکانات متنوعی که دارند، کاربران بانگیزه‌های متفاوت از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند که این تفاوت می‌تواند ناشی از جامعه پژوهش، نوع پژوهش و ابزار پژوهش باشد. به‌طور کلی نتایج این پژوهش نشان داد از مهم‌ترین دلایل و انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین کاربران ایرانی تقویت و توسعه روابط اجتماعی که همان ارتباط با دوستان و پیدا کردن دوستان جدید بوده است، اشتراک اطلاعات و سرگرمی بوده است. با توجه به نوظهور بودن شبکه‌های اجتماعی مجازی، مخصوصاً شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و عدم آشنایی افراد با تمامی آثار استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، انجام پژوهش‌های بیشتری بر روی سایر جنبه‌های تأثیرگذار آن بر زندگی افراد ضروری به نظر می‌رسد. همچنین ضروری است که سازمان‌های مسئول با همکاری مراکز مشاوره به اطلاع‌رسانی دقیق در خصوص استفاده از شبکه‌های مجازی و پیامدهای مثبت و منفی آن اقدام نمایند و کاربران را نتایج استفاده از این ابزار مطلع سازند تا بادی و نگرش بهتری نسبت به استفاده از آن اقدام نمایند.

مجازی طراحی شده‌اند. به طور کلی از طریق اطلاعاتی که بر روی پروفایل افراد قرار می‌گیرد، مانند عکس کاربر، اطلاعات شخصی و علایق (که همه این‌ها اطلاعاتی را در خصوص هویت فرد فراهم می‌آورد) برقراری ارتباط تسهیل می‌گردد. کاربران می‌توانند پروفایل‌های دیگران را ببینند و از طریق برنامه‌های کاربردی مختلف مانند پست الکترونیک و گپ با یکدیگر ارتباط برقرار کنند [3].

از زمان ایجاد اولین شبکه اجتماعی مجازی تا کنون هزاران نوع از این دست وبگاهها در سطح جهان ایجاد شده است [4] و در حال حاضر یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی در سطح جامعه و جهان تبدیل شده و از شهرت فراوانی برخوردار هستند. برای بسیاری از افراد استفاده از این شبکه‌ها یکی از کارهای روزمره در نظر گرفته می‌شود. این وبگاهها به طور بالقوه ای چه در سطح روابط بین فردی و چه در سطح روابط اجتماعی، توانایی ایجاد تغییرات اساسی در زمینه زندگی اجتماعی هر فرد را دارند [5]. در اغلب موارد مهم‌ترین تأثیر این گونه وبگاهها را حفظ و ارتقای روابط گذشته می‌دانند [6]. این درحالی است که نباید از نقش این وبگاهها در شکل‌گیری روابط جدید بین فردی غافل شد [7]. از سوی دیگر هر چند که فعالیت در این گونه شبکه‌ها سبب تسهیل ارتباط دوستان می‌شود [3] اما افراد با توجه به علایق و انگیزه‌های شخصی از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند. کاربران ایرانی نیز از این بستر ارتباط جهانی به دور نمانده و در میان دیدگاههای متفاوت تأیید کننده و نهدی کننده، با استقبال کم سابقه‌ای، حضور در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی را تجربه می‌کنند. دانستن این نکته که کاربران ایرانی با چه هدف و انگیزه‌ای از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، بسیار با اهمیت می‌باشد، زیرا انگیزه‌های استفاده از این شبکه بر یادگیری، حال و هوای کلاسی، سبک زندگی و بسیاری از جهات بر رفتار کاربران تأثیر می‌گذارد لذا با توجه به اینکه میزان عضویت در شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر از افزایش قابل ملاحظه‌ای برخوردار بوده است این مقاله‌ها مرور مطالعات گذشته، دلایل و انگیزه استفاده کاربران ایرانی از شبکه‌های اجتماعی را بررسی نموده است.

۲- مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر یک پژوهش توصیفی بوده است که به مرور مطالعات انجام‌شده در خصوص دلایل و انگیزه کاربران ایرانی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی پرداخته است. بدین منظور، داده‌ها و اطلاعات این پژوهش با استفاده از جستجوی کلیدواژه‌ای در بانک‌های اطلاعاتی فارس، پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی^۱، نورمگز^۲، انسانی^۳ و همچنین موتور جستجوی علمی گوگل اسکالر^۴ در بازه زمانی مقالات منتشر شده از ابتدا تا دی ماه ۱۳۹۶ به‌دست‌آمده است. جهت جستجو از کلیدواژه‌های شبکه‌های اجتماعی، شبکه اجتماعی استفاده شده است. پس از جستجوی پژوهش‌های انجام‌شده، موارد مرتبط مطالعه و در صورت تأیید، دریافت گردیده است، مطالعات نامرتب نیز از لیست بررسی حذف گردیده است، که

رتبه	پژوهشگران	سال	انگیزه استفاده به ترتیب اولویت
۱۱	مرادی و همکاران [18]	۱۳۹۳	خود افشاشگری، بهبود وضعیت فردی، غوطه ور شدن در رسانه، جستجوی اطلاعات، وقت گذرانی، حفظ روابط، سرگرمی
۱۲	یعقوبی ملال، ریاحی نیا و کیان [19]	۱۳۹۴	تفریح و سرگرمی، تقویت ارتباطات فعلی، بازیابی اطلاعات قبلی، اطلاع یابی و اطلاع رسانی، کسب توانمندی های روز
۱۳	داستانی و همکاران [20]	۱۳۹۴	ارتباط با دوستان قبلی، ارتباط با دوستان کنونی، سرگرمی، استفاده از تجربیات سایرین، آموزش، به اشتراک گذاری تصاویر، پیدا کردن دوستان جدید
۱۴	کاروانی و آتش افروز [21]	۱۳۹۴	اشتراک گذاری مطلب، کسب خبر و اطلاعات روز، لایک و کامنت گذاری، تفریح و سرگرمی و چت، دوست یابی و بازی های آنلاین
۱۵	کاظمی و همکاران [22]	۱۳۹۴	پر کردن اوقات فراغت، تبادل اطلاعات، برقراری ارتباط با دیگران، پر کردن خلا تنهایی و عاطفی
۱۶	خلیلی [23]	۱۳۹۵	سرگرمی، ارتباط با دوستان جدید، ارتباط با دوستان قدیم، آموزش، به اشتراک گذاری تصاویر، استفاده از تجربه دیگران و پیدا کردن دوستان جدید
۱۷	همتی و همکاران [24]	۱۳۹۵	مشارکت و تعامل، سرگرمی و تفریح
۱۸	رازقی و همکاران [25]	۱۳۹۶	انگیزه های اولیه (کنجکاوی، فشار دوستان و همسالان، نمایش به روز بودن، سرگرمی، بازسازی اجتماعی) و انگیزه های ثانویه (احیای روابط قدیمی، خود ابرازی، احساس بودن، بحث آزاد، اطلاع یابی و اطلاع رسانی، عضویت در اجتماعات مجازی)
۱۹	داستانی و همکاران [26]	۱۳۹۶	ارتباط بیشتر با دوستان، سرگرمی، یادگیری علمی، ارتباط بیشتر با خوشنودندان، عضویت در گروه های مورد علاقه، اطلاع از اخبار ایران و جهان، کنجکاوی، پیدا کردن دوستان قدیمی، پیدا کردن دوستان جدید

جدول (۱): بررسی دلایل و انگیزه کاربران ایرانی در استفاده از

شبکه های اجتماعی

رتبه	پژوهشگران	سال	انگیزه استفاده به ترتیب اولویت
۱	شهابی و بیات [8]	۱۳۹۱	تقویت و توسعه ارتباطات اجتماعی، بروز خود واقعی و تخلیه عاطفی، اطلاع یابی و اطلاع رسانی عمومی، سرگرمی و تفریح، کسب توانمندی های روز
۲	کیا و نوری مرادآبادی [9]	۱۳۹۱	آزادی در ارتباط، تسهیم اطلاعات، کنترل اطلاعات، جریان آزاد، برابری اصولی
۳	رسولی و مرادی [10]	۱۳۹۱	کسب اطلاعات و اخبار، دوست یابی و ارتباط با دوستان، تولید محتوا، سرگرمی و تفریح
۴	رسول زاده و همکاران [11]	۱۳۹۱	گذران وقت، سرگرمی، پیدا کردن دوستان قدیمی
۵	امیری و نوری مرادآبادی [12]	۱۳۹۱	سهیم شدن در اطلاعات، جریان آزادی در ارتباط، آزادی اطلاعات و کنترل اطلاعات
۶	سلطانی فر، بخشی، فرامرزیانی [13]	۱۳۹۲	سرگرمی، ایجاد و برقراری ارتباط، دوست یابی، گذران وقت، آموزش و یادگیری
۷	جوادی نیا و همکاران [14]	۱۳۹۲	استفاده از تجربیات سایرین، ارتباط با دوستان قبلی، پیدا کرده دوست جدید، ارتباط با دوستان کنونی، سرگرمی، به اشتراک گذاری تصاویر، آموزش
۸	صبوری خسروشاهی و آذر گون [15]	۱۳۹۲	پیدا کردن دوستان قدیمی، تبادل اطلاعات با گروه های مختلف، سرگرمی و چت، تماشای تصاویر، مطالعه اخبار، ارسال اطلاعات، جستجوی علمی
۹	مزینانی [16]	۱۳۹۲	کسب اخبار و اطلاعات، ارتباط با دوستان و تعامل با دیگران، تفریح و سرگرمی
۱۰	اخوان ملایری و همکاران [17]	۱۳۹۳	مطالعه مطالب به اشتراک گذاشته شده، دیوارنویسی، شرح احوال روزانه و پیدا کردن دوستان قدیمی

[2] Boyd, D., and Ellison, N.: 'Social network sites: definition, history, and scholarship', IEEE Engineering Management Review, 2010, 3, (38), pp. 16-31.

[3] Pempek, T.A., Yermolayeva, Y.A., and Calvert, S.L.: 'College students' social networking experiences on Facebook', Journal of applied developmental psychology, 2009, 30, (3), pp. 227-238

مراجع

[1] بشیر حسن، افراسیابی محمدصادق. شبکه های اجتماعی فرهنگی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگترین جامعه مجازی ایرانیان. (۱۳۹۱). فصلنامه تحقیقات فرهنگی. ۵(۱): ۳۱-۶۲.

- [18] مرادی شهاب، رجب پور مجتبی، کیان ارثی فرحناز، حاجلو نادر، رادبخش ناهید. (۱۳۹۳). انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی. فصلنامه فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۱۰(۴):۹۵-۱۱۸.
- [19] کیان، مرجان، یعقوبی ملال، نیما، ریاحی نیا، نصرت، "واکاوی نقش و کاربرد شبکه‌های اجتماعی برای دانشجویان"، فناوری آموزش و یادگیری، ۱(۳):۷۰-۸۸، ۱۳۹۴.
- [20] داستانی میثم، کرامتی جواد، پورفاطمی علی، اکرامی علی. (۱۳۹۴). دلایل و انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گناباد. مجله علم سنجی کاسپین. ۱۳۹۴؛ ۲(۳): ۲۴-۲۷.
- [21] کاروانی، عبدالطیف، آتش افروز، سمیرا، "بررسی و شناخت رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و نحوه اوقات فراغت (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه کاشان)"، مدیریت فرهنگی، ۹(۳۹):۶۱-۸۲، ۱۳۹۵.
- [22] کاظمی، صدیقه، صولتی، نجمه، طالب دوست، مریم، "میزان و نحوه استفاده دانشجویان دانشگاه فرهنگیان از شبکه‌های اجتماعی مجازی"، فناوری آموزش و یادگیری، ۱(۳):۵۷-۶۸، ۱۳۹۴.
- [23] خلیلی لیلان. "استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی"، تعامل انسان و اطلاعات، ۲(۱):۶۰-۷۳، ۱۳۹۴.
- [24] همتی، رضا، حاجیلری، آمنه، اصلانی، شهناز. "دانشجویان دختر و تجربه فیسبوک: یک پژوهش کیفی"، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۶(۱۸):۸-۴۵، ۱۳۹۵.
- [25] رازقی، نادر، شارع پور، محمود، عزیزاده، مهدی، "تحلیل کیفی انگیزه‌های عضویت در شبکه اجتماعی فیسبوک"، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۳(۴۷):۱۲-۴۲، ۱۳۹۶.
- [26] داستانی، میثم، محمدپور، علی، باقری، جواد، "فرصت‌ها و تهدیدهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی"، طرح تحقیقاتی: دانشگاه علوم پزشکی گناباد، ۱۳۹۶.

زیر نویس‌ها

- ⁱ Social Networks
ⁱⁱ Online
ⁱⁱⁱ SID
^{iv} Noormags
^v Ensani
^{vi} Google Scholar

- [4] Ellison, N.B.: 'Social network sites: Definition, history, and scholarship', Journal of computer-mediated Communication, 2007, 13, (1), pp. 210-230.
- [5] Ellison, N.B., Lampe, C., and Steinfield, C.: 'Feature social network sites and society: current trends and future possibilities', interactions, 2009, 16, (1), pp. 6-9.
- [6] Hampton, K., and Wellman, B.: 'Neighboring in Netville: How the Internet supports community and social capital in a wired suburb', City & Community, 2003, 2, (4), pp. 277-311.
- [7] Walther, J.B., and Parks, M.R.: 'Cues filtered out, cues filtered in', Handbook of interpersonal communication, 2002, 3, pp. 529-563.

- [8] شهابی محمود، بیات قدسی. اهداف و انگیزه‌های عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه‌ای درباره جوانان شهر تهران). (۱۳۹۱). فرهنگ-ارتباطات. ۱۳(۵۲):۶۱-۸۶.
- [9] کیا علی‌اصغر، نوری مرادی یونس. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر به گرایش دانشجویان به شبکه اجتماعی فیس بوک. مطالعات فرهنگ-ارتباطات. ۱۳(۱۷):۱۸۲-۲۱۲.
- [10] رسولی محمدرضا، مرادی مریم. میزان مشارکت دانشجویان ارتباطات در تولید محتوای رسانه‌های اجتماعی. (۱۳۹۱). فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات. ۱۳(۵۱):۱۱۳-۴۰.
- [11] رسول‌زاده اقدام، صمد، عدلی پور، صمد، زینی وند، یوسف، "نگرش کاربران جوان ایرانی به شبکه‌های اجتماعی مجازی"، مطالعات جامعه‌شناسی، ۵(۱۶):۴۹-۶۴، ۱۳۹۱.
- [12] امیری، مجتبی، نوری مرادآبادی، یونس، "بررسی رابطه میان نگرش سیاسی، اعتماد به رسانه ملی، مخاطبان فعال، و گرایش دانشجویان دانشگاه‌های تهران به شبکه‌های اجتماعی مجازی"، مطالعات بین‌رشته‌ای رسانه و فرهنگ، ۲(۴):۳۹-۶۳، ۱۳۹۱.
- [13] سلطانی‌فرمحمد، بخشی شیرزاد، رو فرامرزیانی سعید. (۱۳۹۲). بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی فیس بوک و توئیتر بر گرایش اعضا به این شبکه‌ها. پژوهش‌های ارتباطی. ۴(۲۰):۱۷۱-۱۹۰.
- [14] جوادی نیا سید علیرضا، عرفانیان مرتضی، عابدینی محمدرضا، بیجاری بیتا. (۲۰۱۳). الگوی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی بیرجند. طب و تزکیه. ۲۲(۲):۳۹-۸۱.
- [15] صبوری خسرو شاهی، حبیب، آذر گون، نسرن، "تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس بوک) بر هویت اجتماعی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی)"، مطالعات رسانه ای، ۲(۲۱):۹-۲۵، ۱۳۹۲.
- [16] مزینانی، کاظم. "بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی کاربران"، ره آورد نور، ۲۲:۶۴، ۱۳۹۳.
- [17] اخوان ملایری، فاتره، نوغانی، محسن، مظلوم خراسانی، محمد، "شبکه‌های اجتماعی مجازی و شادکامی"، مطالعات بین رشته ای رسانه و فرهنگ، ۴(۸):۱-۲۴، ۱۳۹۳.