

## عنوان مقاله:

نقش تفاوت های فرهنگی و هویتی در خودابرازی کاربران ایرانی شبکه های اجتماعی؛ مورد مطالعه، دانشجویان دانشگاه های تهران، امیرکبیر و صنعتی شریف

## محل انتشار:

فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره 10، شماره 4 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسندگان:

حمیده مولایی - استادیار علوم ارتباطات و رسانه، دانشکده مطالعات جهان، دانشگاه تهران، تهران، ایران

زهرا مجدی زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

شبکه های اجتماعی، با قابلیت های خاص خود از جمله مخاطب محوری، مشارکتی و تعاملی بودن، امکان گمنامی، و نظارت ناکافی، امکانات بالقوه ای را برای خودابرازی کاربران فراهم کرده اند. باوجود این، تفاوت های فرهنگی، در چگونگی خودابرازی کاربران در شبکه های اجتماعی تاثیرگذار است. این مقاله نقش تفاوت های فرهنگی را در خودابرازی دانشجویان سه دانشگاه تهران، امیرکبیر، و صنعتی شریف، در شبکه های اجتماعی فیس بوک و گوگل پلاس، بررسی و تبیین کرده است. به این منظور، یک پرسش نامه آنلاین، طراحی و به صورت تصادفی، برای دانشجویان مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد سه دانشگاه یادشده که کاربران شبکه های اجتماعی بودند، فرستاده شد. تعداد 371 دانشجو به سوالات پرسش نامه پاسخ دادند. نتایج تحلیل کمی داده ها نشان می دهد که زنان، در مقایسه با مردان و اقلیت های قومی، در مقایسه با گروه اکثریت، تمایل بیشتری به حمایت از تفاوت های فرهنگی خود در شبکه های اجتماعی دارند، اما این فعالیت در گروه اکثریت دینی (شیعه)، بیش از اقلیت های دینی ایران است و اقلیت های دینی در مقایسه با شیعیان به میزان کمتری به تولید محتوا در مورد حمایت از مذهب خود پرداخته اند.

## کلمات کلیدی:

خودابرازی، تفاوت فرهنگی، شبکه های اجتماعی، هویت، خودپنداره، گمنامی، اقلیت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/890495>

