

بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در تغییر ویژگی‌های شخصیتی جوانان

الهه ودودی^۱

علی دلاور^۲

تاریخ وصول: ۱۳۹۳/۷/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۲/۸

چکیده

این پژوهش به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در ویژگی‌های شخصیتی جوانان می‌پردازد و تلاش می‌کند به این پرسش پاسخ دهد که شبکه‌های مجازی چه جایگاهی در شکل‌دهی رفتارهای ما دارند؟ و اینکه آیا شبکه‌های اجتماعی موجب تغییر ویژگی‌های شخصیتی در جوانان می‌شوند؟ جهت پاسخ به این پرسش‌ها، پنج فرضیه با استفاده از آزمون استاندارد ویژگی‌های شخصیتی نئو، به مقایسه روان‌نژندگرایی، گشودگی، برون‌گرایی، توافق و وجدان‌گرایی بین جوانانی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند و جوانانی که استفاده نمی‌کنند، پرداخته شده است. این پژوهش از نوع توصیفی و طرح تحقیق آن پس‌رویدادی (علی-مقایسه‌ای) هست دو جامعه آماری آن کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات و حجم نمونه طبق فرمول کوکران ۲۹۳ نفر هست که نمونه‌گیری به روش طبقه‌ای نسبی متناسب با حجم مطالعه انتخاب شد. جهت جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه ویژگی‌های شخصیتی نئو، استفاده شد. همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها درد و حیطه تحلیل‌های توصیفی و استنباطی با تأکید بر مفروضات مدل آماری T دو گروه مستقل اقدام به تجزیه و تحلیل داده‌ها نموده است که عمده‌ترین نتایج عبارتند از: کلیه فرضیه‌های این پژوهش به‌غیر از فرضیه گشودگی تأیید شده و وجود رابطه و ارتباط بین متغیر وابسته تحقیق (روان‌نژندگرایی، برون‌گرایی، توافق‌گرایی و وجدان‌گرایی) و متغیر مستقل تحقیق (شبکه‌های اجتماعی مجازی) نیز به اثبات رسیده است. ولی در فرضیه گشودگی معنادار بودن رابطه متغیرها تأیید نشده و ثابت گردید که هر دو گروه از گشودگی یکسانی برخوردار می‌باشند.

۱. استادیار علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد آشتیان، آشتیان، ایران

eli_vadodi@yahoo.com

۲. استاد علوم تربیتی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

delavar@atu.ac.ir

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی مجازی، ویژگی‌های شخصیتی، بی‌ثباتی هیجانی، برونگرایی، گشودگی، توافق، وجدانی بودن

مقدمه

پژوهش‌های گوناگون در حوزه‌های مختلف در ارتباط با فضای مجازی نشان داده است که یکی از مهم‌ترین جنبه‌های موفقیت در دنیای مجازی، شناخت بیشتر کاربران اینترنتی است تا به این طریق بتوان محیطی مطلوب جهت استفاده بهینه از این فضا و پیشگیری از عواملی که می‌تواند منجر به انحطاط کاربران شود نیز ارائه داد. (هاو کینز، ۲۰۰۱)

الگوی ویژگی‌های شخصیتی همواره تأثیر بسزایی بر عقاید و تفکرات مربوط به بهره‌گیری از رسانه‌ها داشته است. به همین خاطر جمعی از روانشناسان و صاحب‌نظران عقاید مربوط به شخصیت، سعی کرده‌اند رابطه و تعمق در فضای مجازی را برحسب صفات شخصیت تبیین نمایند. آن‌ها بر این باورند که فضای مجازی فرصت‌های جدیدی برای نمایش و معرفی شخصیت در اختیار کاربران قرار می‌دهد.

در این فضا، یک فرد خجالتی تبدیل به یک آدم معاشرتی می‌گردد، یک فرد عادی تبدیل به یک فرد جذاب می‌شود و یک فرد متزلزل به یک فرد قدرتمند تبدیل می‌گردد و یک شخصیت گوشه‌گیر تبدیل به آدمی اجتماعی می‌گردد. افراد وابسته قادرند تا قسمت‌هایی از خودشان را ارائه کنند که در حالت خودآگاه از روبرویی با چنین جنبه‌هایی متنفر بوده و یا وحشت دارند، همچنین به شکل نزدیکی با شخصیت‌های بازی خود همانندسازی می‌کنند چراکه آن‌ها به این وسیله حس تأیید و افزایش عزت‌نفس در مواجهه مجازی را تجربه کرده‌اند. (تارکل، ۱۹۹۶)

نقاب‌ها به افراد، یک وسیله بیانی عرضه می‌دارند تا دسترسی به جنبه‌های مختلف شخصیت خود را تجربه کند و به افراد این امکان را می‌دهند تا دامنه‌ای از احساسات تجربه‌شده و بیان‌شده نسبت به دیگران را گسترش دهند، همچنین خلق یک نقاب شخصیتی از طریق لقب‌های ساختگی به فرد این امکان را می‌دهد تا خود را از لحاظ ذهنی به یک شخص جدید روی خط تغییر دهد. در اکثر مواقع یک نقاب روی خط، متناقض با زندگی

واقعی فرد است: یک وجود متن محور محض از لحاظ کیفی متفاوت با دنیای واقعی است. وضعیت اقتصادی و اجتماعی، جنسیت، سن و نژاد، همگی در توسعه هویت نقش دارند که بنیان تعاملات میان فردی را می‌سازد. در فضای مجازی، چنین مواردی در پس‌زمینه از بین می‌رود چرا که تمام ساکنین دنیای مجازی برابر می‌باشند.

این چنین است که فضای مجازی برای تعریف هویت‌ها و لایه‌های ناشناخته و یا برای تولید گوناگونی سرکوب‌شده درون افراد تبدیل شده است. برخی مواقع لایه‌های پنهان همان شخصیتی است که جوانان به علت محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی در دنیای واقعی مجبور به فرونشاندن آن هست و اکنون در فضای مجازی به واسطه نوشتن و اغلب تحت نام مستعار، آن را فاش و آشکار می‌سازند. (امیرابراهیمی، ۲۰۰۴)

بر این اساس جای تردید باقی نمی‌ماند که برای شناخت بهتر کاربران اینترنتی و به احتمال زیاد پیش‌بینی رفتار آن‌ها و درنهایت تأثیرگذاری بر عملکرد آنان، شناخت ویژگی‌های شخصیتی این کاربران از عوامل مهم و مؤثر به شمار می‌آید. (تسیا، ۲۰۰۳، وانسینک، ۲۰۰۰) چنانچه برخی تحقیقات انجام شده در این زمینه حساسیت پرداختن به این موضوع را نیز تأیید می‌کند.

گافمن (۱۹۶۴) در کتاب خود به نام استیگما به توصیف تکنیک‌ها و امکاناتی می‌پردازد که افراد از آن برای ارائه تصویری مطلوب و قابل‌پذیرش از خویش استفاده می‌کنند. توصیف مجازی که کاربران از ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی خود در فضای چت روم به عمل می‌آورند را می‌توان با توجه به این گزاره‌ها تبیین کرد. تلاش برای پیش‌دستی در گرفتن اطلاعات، شناسایی اولیه از مخاطب، گفتگو، توصیف انتخابی و گاه مبالغه‌آمیز و یا نادرست از برخی ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی و نشان دادن همدردی و همسویی برای جلب پشتیبانی و حمایت عاطفی مخاطب، از جمله زمینه‌های نشان‌دهنده تدارکات و آمادگی‌های پشت‌صحنه‌ای افراد برای نمایش روی صفحه‌ای یا نقاب شخصیتی خود هستند. (گافمن، ۱۹۹۰، ص ۵۳)

1. Tsailien
2. Wansink
3. Goffman

همچنین نتایج تحقیقات انجام شده توسط آنتا گومبور و لیلیاناواس^۱ (۲۰۰۸) روی ۳۰۰ دانشجوی پزشکی که ۱۵۰ نفر آن‌ها مجارستانی (۷۵ زن و ۷۵ مرد) بودند نشان داد که ویژگی‌های شخصیتی تأثیر مهمی بر استفاده از فضای مجاز دارد. در این تحقیق ارتباط مثبت و معناداری میان برون‌گرایی (در سطح ۰/۰۱) و خوشایندی (در سطح ۰/۰۵) با استفاده از اینترنت در مردان اسرائیلی وجود داشت. هم‌چنین نتایج، ارتباط مثبت معناداری نیز میان خوشایندی و روان رنجور خویی در سطح ۰/۰۱ با استفاده از اینترنت در میان زنان اسرائیلی نشان داد. علاوه بر این استفاده مفرط از اینترنت ارتباط مثبت و معناداری (در سطح ۰/۰۵) با وظیفه‌شناسی و روان رنجور خویی در آن‌ها نشان می‌داد و ارتباط مثبت و معناداری میان مقیاس آزمون نئو و استفاده مفرط از اینترنت در زنان مجارستانی مشاهده شد. (گومبور^۲، ۲۰۰۸، صص ۶-۱)

یانگ^۳ (۱۹۹۸) و دیویس^۴ (۲۰۰۸) نیز در تحقیقات خود در تایوان جنوبی که بر روی ۳۶۶۲ دانشجویانم گرفت با استفاده از آزمون شخصیتی سه‌بعدی تفاوت ویژگی‌های شخصیتی در دانشجویان کاربر و غیر کاربر را مورد سنجش قرار دادند. نتایج تحقیقات آن‌ها نشان داد که استفاده نامحدود و ناسالم و بدون حدود و مرز از فضای مجازی علاوه بر عوارض جسمانی منجر به اختلالات شخصیتی مانند تعارض بین فردی، حساسیت، زودرنجی، اضطراب، بدخلقی افسردگی، انکار مشکلات خود، دروغ‌گویی، انکار سواسی، انزوایی، احساس پوچی و ناامیدی، احساس گناه، لذت نبردن از سرگرمی‌های گروهی، غیبت از جمع خانواده، دوستان، مدرسه و... در فرد وابسته به اینترنت مشاهده می‌شود (یانگ، ۱۹۹۸، ص ۳۸)

همچنین هامبورگروآرتزی^۵ (۲۰۰۵) این مسئله را مطرح نمودند که ویژگی‌های شخصیتی گوناگون موجب می‌شود افراد اثرات متفاوتی از استفاده از اینترنت بپذیرند. این

-
1. Lilia navas
 2. Gombor
 3. Young
 4. Daivis
 5. Humburger and Artiz

ویژگی‌های شخصیتی منحصربه‌فرد (برون‌گرا، درون‌گرا) که کراوات آن را سنجید مطرح نمود که شخصیت‌های گوناگون مانند ریسک‌پذیر، احساسی، لذت‌جو را می‌توان در این افراد مشاهده نمود. آن‌ها در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که کار با اینترنت روی این گونه شخصیت‌ها چه اثراتی برجای خواهد گذاشت. (هامبورگر و آرتیز، ۲۰۰۵، ص ۷۷)

شواهد پیشنهادی زیادی وجود دارد که افراد کم‌رو در مقایسه با افراد خجالتی فضای سایبر را به شکل خاص برای انجام تماس‌های اجتماعی مفید می‌دانند. برای مثال شارلوت و کروات^۱ (۱۹۹۵) کاربران یک سیستم قرار ملاقات الکترونیک قدیمی که می‌کر نامیده می‌شد را مطالعه کردند. آن‌ها با تمایز معناداری میان کاربران خجالتی و غیر خجالتی را بررسی کردند. کاربران خجالتی در مقایسه با کاربران غیر خجالتی احتمالاً بیشتر از سیستم برای (جستجوی جنبه‌های جدید شخصیت خودشان) و (جستجوی خیال‌پردازی‌ها در یک محیط ناشناس و بدون تهدید) استفاده می‌نمایند. (کرات، ۱۹۹۸، ص ۱۹۸)

در پژوهش‌های داخلی نیز ناخدایی (۱۳۸۵) که به بررسی مقایسه خصوصیات شخصیتی کاربران اینترنت و غیر کاربران اینترنت با استفاده از پرسشنامه نئو پرداخته بود نشان داد که بین میانگین دو گروه کاربر و غیر کاربر در عامل یک پرسشنامه نئو (روان رنجور خوبی) و عامل پنج (وظیفه‌شناسی) تفاوت معناداری وجود دارد ولی بین میانگین دو گروه کاربر و غیر کاربر در عامل دو (برون‌گرایی) و عامل سه (گشودگی) و عامل پنج (توافق جویی) تفاوت معناداری وجود ندارد.

به نظر می‌رسد با توجه به گسترش سریع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران، بررسی تبعات و پیامدهای گسترش به‌کارگیری این فناوری‌ها در عرصه‌های گوناگون کاملاً ضروری است. استفاده از این فناوری‌های نوین در محیط‌های زندگی، یک فرهنگ رسانه‌ای جهانی یکپارچه و بی‌سابقه نیز ایجاد نموده است که فرهنگ، رفتار، شخصیت و هویت کاربران را به مبارزه خوانده و اغلب از آن‌ها سبقت گرفته است. اندیشه‌ای که در ورای این فناوری‌های نوین وجود دارد این است که این شبکه‌های مجازی در حال ایفای یک نقش اساسی در زندگی جوانان در سطح گسترده در سطح

1. Kraut

جامعه است. از سوی دیگر بررسی کیفیت استفاده از این فناوری‌ها و طیف وسیع امکانات ایجاد شده بوسیله آن‌ها از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی موضوعی جدی است که متأسفانه از آن غفلت شده است و به واقع فقر منابع و پژوهش در این حوزه کاملاً مشهود است این در حالی است که شاهد موج گسترده علاقه‌مندی پژوهشگران در عرصه بین‌المللی به تحقیق در این حوزه هستیم. از این رو با توجه به گسترش استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین جوانان، ضرورت بررسی تأثیر این فناوری در الگوهای رفتاری جوانان احساس می‌گردد. لذا محقق در تحقیق حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که شبکه‌های مجازی چه جایگاهی در شکل‌دهی رفتارهای فردی ما دارند؟ و آیا شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب تغییر ویژگی‌های شخصیتی در جوانان می‌شوند؟

فرضیه‌های تحقیق: - بی‌ثباتی هیجانی جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده

می‌کنند بیشتر از جوانانی است که استفاده نمی‌کنند.

- برونگرایی جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند کمتر از جوانانی است که استفاده نمی‌کنند.

- گشودگی جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند کمتر از جوانانی است که استفاده نمی‌کنند.

- توافق یا سازگاری جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند کمتر از جوانانی است که استفاده نمی‌کنند.

- وجدانی بودن جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند کمتر از جوانانی است که استفاده نمی‌کنند.

روش پژوهش

جامعه آماری پژوهش حاضر عبارت است از کلیه دانشجویان دانشگاه علوم و تحقیقات تهران که در سال تحصیلی ۹۰-۸۹ در این دانشگاه مشغول به تحصیل هستند.

در تحقیق حاضر از بین جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران نمونه‌ای معادل با ۲۹۳ نفر انتخاب گردید. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، روش تصادفی طبقه‌ای نسبی انتخاب گردیده است. جهت استفاده از این روش ابتدا از بین دانشکده‌های علوم و

تحقیقات، دانشکده علوم انسانی انتخاب گردید. سپس بر اساس دو مقطع تحصیلی کارشناسی ارشد و دکتری پنج رشته که دارای این دو مقطع بودند انتخاب گردید (تاریخ، تربیت‌بدنی، جغرافیا، روانشناسی، ارتباطات). در نهایت با توجه به تعداد این پنج رشته (با کلیه گرایش‌ها) در دو مقطع ارشد و دکتری، نمونه‌ای معادل با ۲۹۳ نفر بر اساس فرمول کوکران به دست آمده است.

پژوهش حاضر در زمره تحقیقات توصیفی است و طرح تحقیق آن پس رویدادی (علی-مقایسه ای) هست که باهدف علت‌های احتمالی یک الگوی رفتاری مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای دستیابی به این هدف آزمودنی‌هایی که دارای رفتار مورد مطالعه هستند با آزمودنی‌هایی که این رفتار در آن‌ها مشاهده نمی‌شود، مقایسه می‌شوند. (دلاور، ۱۳۸۷، ص ۳۹۳)

$$n = \frac{NZ^2PQ}{Nd^2 + Z^2PQ} = \frac{1233 * (.5) * (.5) * (1.96)^2}{1233 * (.5) + (.5) * (.5) * (1.96)^2} = 292/9 \approx 293$$

$$/ \cdot = \text{ضریب اطمینان} = 0/05 \quad p=q= /5 \quad d^2$$

$$N = 1233Z^2 = 1/96$$

در این تحقیق تجزیه و تحلیل اطلاعات در دو حیطه توصیفی و استنباطی صورت پذیرفته است. در حوزه تحلیل‌های توصیفی با تأکید بر شاخص‌های نما، میانه، میانگین که معرف شاخص‌های گرایش مرکزی، شاخص‌های دامنه تغییرات، واریانس و انحراف استاندارد که معرف شاخص‌های پراکندگی و شاخص‌های خطای استاندارد و میانگین و ضریب کجی و ضریب کشیدگی که معرف توزیع نمرات هست اقدام به تحلیل‌های توصیفی نموده و همچنین به منظور نمایش تصویری داده‌های مربوطه از نمودارهای ستونی (میله‌ای) بهره‌مند شده‌ایم.

در حیطه تحلیل‌های استنباطی نیز با تأکید بر هدف تحقیق که در زمره تحقیقات علی-مقایسه ای قرار می‌گیرد و پژوهشگر قصد دارد که به مقایسه دو گروه (آزمودنی‌هایی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند با آزمودنی‌هایی که از این شبکه‌ها استفاده نمی‌کنند) پردازد و می‌توان با تأکید بر مفروضات مدل آماری T دو گروه مستقل اقدام به تجزیه و تحلیل داده‌ها نمود که کلیه عملیات توسط نرم‌افزار SPSS شده است.

معرفی آزمون نئو: در این پژوهش نیز جهت سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه نئو NEO PI-OR استفاده شده است. این یکی از آزمونهای جامعی است که پنج جنبه یا محدوده اصلی شخصیت و ویژگی‌های مرتبط با این جنبه را می‌سنجد. این پنج جنبه یا محدوده اصلی که در ۵ شاخص آزمون مورد بررسی قرار می‌گیرند که عبارت‌اند از: بی‌ثباتی هیجانی، برون‌گرایی، گشودگی، توافق و وجدانی بودن که به ترتیب ضریب پایایی آن‌ها در ایران ۰/۷۵/۸۳، ۰/۸۰/۰، ۰/۷۹/۰، ۰/۷۹/۰، ۰/۰ به‌دست آمده است. (گروسی^۱، ۱۹۹۸، صص ۷۴-۵۳)

آزمون نئو در سال ۱۹۸۵ از سوی کاستا و مک‌گری ارائه شد. ترجمه و انطباق فارسی این آزمون به وسیله حق‌شناس در سال ۱۳۷۶ انجام گردید. (هاگسنس، ۲۰۰۶، صص ۱۳-۹) چنانچه قبلاً گفته شد این آزمون دارای ۵ عامل یا شاخص اصلی است و هر شاخص ۶ مقیاس دارد. شرح این ۵ عامل به ترتیب زیر هست:

روان رنجور خوئی (N): روان رنجور خوئی یا هیجان‌پذیری منفی به تعدادی از محرک‌های نیرومند که لازمه بیرون کشیدن هیجان‌ات منفی در شخص است مربوط است. عامل هیجان‌پذیری منفی به توانایی شخص برای مقابله با استرس و تحمل آن اشاره دارد. از این عوامل به‌عنوان ثبات هیجانی نیز نامبرده شده است. پیوستار n شامل اشخاص واکنشی (N)، پاسخی (N=) و ارتجاعی (N) هست.

برون‌گرایی (E): این عامل سطح راحتی شخص را با ارتباط توصیف می‌کند. برون‌گرایی به تعدادی از ارتباطات که در آن شخص احساس راحتی می‌کند اشاره دارد. برون‌گرایی با درجه بالا با برقراری زیاد ارتباطات و احساس لذت از آن مشخص می‌شود. پیوستار برون‌گرایی شامل اشخاص برون‌گرا (E+)، دوسوگرایا میانه گرا (E=) و درون‌گرا (E-) هست.

گشودگی (o): عامل گشودگی دامنه علایق شخص را مورد خطاب قرار می‌دهد. این عامل به علایقی که شخص مجذوب آن‌ها شده و نیز به شدتی که آن علایق دنبال می‌شوند

اشاره دارد. گشودگی نسبت به تجربه عنصر مهم خلاقیت است. پیوستار گشودگی شامل اشخاص کاوشگر (O) میانه‌رو (O) و نگهدارنده یا محافظه کار (O) هست.

توافق گرایی (A): عامل توافق گرایی به میل باطنی و گرایش فرد در جهت تمکین و احترام گذاشتن به دیگران اشاره دارد پیوستار توافق گرایی شامل چالش گرا (A^-)، مذاکره یا سودگرا ($A^=$) و سازگار A^+ می‌باشند.

وجدان گرایی (c): عامل وجدان گرایی به تعدادی اهداف اشاره دارد که فرد بر روی آن متمرکز هست. پیوستار عامل وجدان گرایی شامل اشخاص متمرکز (c)، متعادل (C) و انعطاف پذیر (C) هست.

اعتبار و روایی آزمون: در زمینه روایی سازه این پرسشنامه، تحقیقات فراوانی صورت گرفته است که در آغاز با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی و پس از آن روش تحلیل عامل تأییدی، روایی این ابزار مورد تأیید قرار گرفت. در ایران نیز می‌توان به پایان‌نامه دکتری تخصصی کروس فرشی (۱۳۸۰) اشاره نمود که جامعه آماری او بیش از ۱۵۰۰ دانشجوی را دربرمی‌گرفت. وی با استفاده از روش تحلیل عامل تأییدی و بهره‌گیری از شیوه چرخش واریماکس دریافت که هر ۵ عامل، مقادیر ویژه بالاتر از یک را نشان می‌دهند و در مجموع ۶۰٪ ویژگی‌های شخصیتی را تبیین می‌کنند. علاوه بر روایی سازه، می‌توان به روایی محتوای این آزمون اشاره کرد که در مجموع پنج صفت را به‌عنوان پنج عامل عمده اندازه‌گیری می‌کند. برای هر عامل، شش شاخص طراحی شده است که برای هر شاخص نیز ۲ گویه یا معرفه در نظر گرفته می‌شود؛ که مجموع سؤالات به گونه منظم دارای ۶۰ سؤال است.

اعتبار درازمدت این پرسش‌نامه نیز مورد ارزیابی قرار گرفته است. یک مطالعه طولانی شش‌ساله روی مقیاس‌های روان‌نژندگرایی، برون‌گرایی و انعطاف‌پذیری ضریب‌های اعتبار ۶۸٪ تا ۸۳٪ را هم در گزارش‌های شخصی و هم در گزارش‌های زوج‌ها نشان داده است. ضریب اعتبار دو عامل دلپذیری (توافق گرایی) و بار جوانی بودن به فاصله دو سال به ترتیب ۷۶٪ و ۶۳٪ بوده است (مک کری و کاستا، ۱۹۷۰). در هنجاریابی آزمون نثو که توسط کروس فرشی (۱۳۸۰) روی نمونه‌ای با حجم ۲۰۰۰ نفر از بین دانشجویان

دانشگاه‌های تبریز، شیراز و دانشگاه‌های علوم پزشکی این دو شهر، صورت گرفت، ضریب همبستگی بعد اصلی را بین ۵۶٪ تا ۸۷٪ گزارش کرده است. ضرایب آلفای کرونباخ در هر یک از عوامل اصلی، روان نژندگرایی، برون‌گرایی، انعطاف‌پذیری یا تجربه‌گرایی، دلپذیری یا سازگاری و وجدان‌گرایی یا مسئولیت‌پذیری به ترتیب ۸۶٪، ۷۳٪، ۵۶٪، ۶۸٪، ۸۷٪ به دست آمده است. صحت بررسی اعتبار محتوای این آزمون از همبستگی بین دو فرم گزارش شخصی S و فرم ارزیابی مشاهده‌گر (R) استفاده شد که حداکثر همبستگی به میزان ۶۶٪ در عامل برون‌گرایی و حداقل آن به میزان ۴۵٪ در عامل توافق‌پذیری بود. اعتبار این پرسش‌نامه در پژوهشی که توسط امانی (۱۳۸۴) انجام شد ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از ۵ بعد اصلی با استفاده از این روش جهت عوامل اصلی روان نژندگرایی، گشودگی، برون‌گرایی، توافق‌گرایی، وجدان‌گرایی به ترتیب ۸۴٪، ۶۶٪، ۵۴٪، ۵۵٪، و ۷۹٪ به دست آمد. در پژوهش ناصری تفتی (۱۳۸۵) با استفاده از روش همسانی درونی ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از ۵ مؤلفه اصلی: روان نژندگرایی، برون‌گرایی، توافق‌گرایی، تجربه‌گرایی و وجدانی بودن به ترتیب ۸۷٪، ۶۶٪، ۳۲٪، ۴۵٪، ۷۴٪ به دست آمد. بنابراین می‌توان مطرح نمود که آزمون ۵ عاملی دارای تجانس درونی و ویژگی ثبات‌پذیری بوده و عنوان می‌شود آزمون فوق، از ویژگی‌های روان‌سنجی مطلوب برخوردار است که علاوه بر روایی آن، اعتبار ابزار اندازه‌گیری نیز مورد تأیید است.

یافته‌های پژوهش

جدول ۱. توزیع فراوانی مرتبط با متغیرهای رشته‌های تحصیلی و مقطع تحصیلی

رشته‌های تحصیلی	کارشناسی ارشد		دکترا		مرد	زن	جمع	درصد	نمونه
	جمع	درصد	مرد	زن					
تاریخ (کلیه رشته‌ها)	۷۱	۶	۳۴	۱۲	۴۰	۳۱	۴۶	۴	۱۲
تربیت بدنی (کلیه رشته‌ها)	۱۳۷	۱۱	۳۴	۱۹	۱۰۰	۳۷	۵۳	۴	۱۲
روانشناسی (کلیه رشته‌ها)	۳۵۵	۲۹	۲۶	۴۹	۳۰۳	۵۲	۷۵	۶	۱۸
ارتباطات (کلیه رشته‌ها)	۱۰۱	۸	۱۳	۱۴	۵۸	۴۳	۲۷	۲	۶

۲۹	۱۰	۱۲۵	۳۳	۹۲	۵۹	۲۰	۲۴۳	۱۳۰	۱۱۳	جغرافیا (کلیه رشته‌ها)
۷۷	۲۶	۳۲۶	۱۲۷	۱۹۹	۲۱۶	۷۴	۹۰۷	۶۳۱	۲۷۶	جمع کل

جدول ۲. توزیع فراوانی مرتبط با متغیرهای شغل و درآمد

شغل		درآمد							
آزاد	دولتی	خانه‌دار	بیکار	سایر موارد	ندارد	کمتر از ۴۰۰ هزار	بین ۴۰۰ تا ۸۰۰	بالاتر از ۸۰۰	
۱۱۳	۴۰	۴۱	۴۵	۵۵	۷۸	۲۷	۱۳۲	۶۱	

جدول ۳. توزیع فراوانی مرتبط با متغیرهای سن، وضعیت تأهل و محل سکونت

وضعیت تأهل		محل سکونت							
زن	مرد	مجرد	متال	شمال تهران	مرکز تهران	جنوب تهران	بدون پاسخ		
۱۸۶	۱۱۴	۲۰۰	۹۳	۱۴۹	۸۱	۶۹	۱		

یافته‌های تحلیلی: نتایج حاصل از آزمون فرضیات تحقیق

جدول ۱. وضعیت متغیر «روان نژندگرایی» به تفکیک گروه

شاخص‌های گرایش مرکزی	شاخص‌های پراکنندگی	شاخص‌های توزیع	گروه
میانگین	انحراف معیار	میزان t	سطح معنی‌داری
۳۵/۱۳	۳۵/۵۰	۳۵	استفاده‌کنندگان
۲۸/۶۹	۲۴/۲۱	۲۸	غیر استفاده‌کنندگان

جدول ۲. (t دو گروه مستقل) مقایسه ویژگی روان نژندگرایی در بین استفاده‌کنندگان و غیر

استفاده‌کنندگان از شبکه‌های مجازی

متغیر	سطوح	میانگین	انحراف معیار	میزان t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
روان نژندگرایی	استفاده‌کننده	۳۵/۱۳	۹/۷۲	۷/۲۴	۲۹۸	۰/۰۱
	غیر استفاده‌کننده	۲۸/۶۹	۴/۹۰			

با تأکید بر میزان مقادیر t به دست آمده، مطرح می‌شود که تفاوت معنی‌داری بین ویژگی روان نژندگرایی افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که

استفاده نمی‌کنند وجود دارد. (تائید فرضیه) از این رو عنوان می‌گردد که روان نژندگرایی در افرادی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند بیشتر از افرادی است که از این شبکه‌ها بی‌بهره‌اند.

لازم به ذکر است که بی‌ثباتی هیجانی (روان نژندگرایی) اشاره به خصوصیات و ویژگی‌هایی دارد که افراد شامل آن از زندگی رضایت کمتری دارند، تمایل به تجربه عواطف منفی چون ترس، غم، دستپاچگی، عصبانیت، احساس گناه و نفرت دارند. مستعد عقاید غیرمنطقی بوده و کمتر قادر به کنترل تکانش‌های خود بوده و خیلی ضعیف‌تر از دیگران با استرس کنار می‌آیند؛ بنابراین در این تحقیق دانشجویانی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند خصوصیات روان نژندگرایی در آن‌ها بیشتر مشاهده می‌شود. از سوی دیگر نتایج این تحقیق با تحقیقات آیزنک (۱۹۶۴)، مک‌کریوکاستا (۱۹۹۲)، هاوارد و هاوارد (۱۹۹۵)، یانگ (۱۹۹۸)، مودی (۲۰۰۱)، سویکر توهم‌کاران (۲۰۰۲)، شاپیرو (۲۰۰۳) گامبو و ویلیاتاواس (۲۰۰۸)، ودیوس (۲۰۰۸) همسو هست. نتایج تحقیقات آن‌ها نشان داد که استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی علاوه بر عوارض جسمانی منجر به اختلالات شخصیتی مانند عصبانیت، ترس، نفرت، اضطراب، بدخلقی، احساس گناه و نفرت در بین کاربران می‌شود.

جدول ۲. وضعیت متغیر «گشودگی» به تفکیک گروه

گروه	شاخص‌های گرایش مرکزی			شاخص‌های پراکندگی			شاخص‌های توزیع		
	نما	میانه	میانگین	دامنه تغییرات	واریانس	انحراف	خطای معیار	ضریب کجی	ضریب کشیدگی
استفاده‌کنندگان	۳۶	۳۶	۳۵/۶۹	۲۷	۲۴/۵۸	۴/۹۵	۰/۴۱	۰/۰۴	-۰/۰۷
غیر استفاده‌کنندگان	۳۵	۳۵	۳۵/۴۶	۲۶	۱۷/۴۲	۴/۱۷	۰/۳۴	۰/۰۷	۰/۴۷

جدول ۳.۴ (دو گروه مستقل) مقایسه ویژگی‌های گشودگی در بین استفاده‌کنندگان و غیر استفاده‌کنندگان از شبکه‌های مجازی

متغیر	سطوح	میانگین	انحراف معیار	میزان t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
گشودگی	استفاده‌کننده	۳۵/۶۵	۴/۹۷	۰/۳۷	۲۹۷	-
	غیر استفاده‌کننده	۳۵/۴۶	۴/۱۶			

با تأکید بر میزان مقادیر به‌دست آمده، مطرح می‌شود که تفاوت معنی‌داری بین ویژگی‌های گشودگی افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند وجود ندارد. (ردفرضیه) از این رو عنوان می‌گردد که گشودگی در هر دو گروه یکسان است. لازم به ذکر است که گشودگی اشاره به خصوصیات ویژگی‌هایی دارد که شامل افرادی کاوشگر و جستجوگر هستند که مجذوب تازگی‌ها و نوآوری‌ها می‌گردند. کاوشگران به‌عنوان روشنفکران یاد می‌شوند. کاوشگران خود را نسبت به دیگران درون‌گرا و اندیشمند توصیف می‌کنند. گشودگی مخصوصاً با جنبه‌های مختلف هوش مانند تفکر و اگر که عاملی در خلاقیت است مربوط می‌شود. بنابراین در این تحقیق هر دو گروه که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند یا استفاده نمی‌کنند، گشودگی در آن‌ها مشاهده می‌شود. از سوی دیگر نتایج این تحقیق با تحقیقات آیزنک (۱۹۶۴)، مک کری و کاستا (۱۹۹۲)، هاوارد و هاوارد (۱۹۹۵)، هامبورگروآرتری (۲۰۰۵)، آنتیاکومبولیلیاناوس (۲۰۰۸)، همسو است. نتایج تحقیقات آن‌ها نشان داد که استفاده از اینترنت به دلیل قابلیت‌ها و ویژگی‌های خاص یک فناوری جدید ارتباطی می‌تواند در جذب کاربران به دلیل تازگی و نوآوری‌ها نقش مهمی داشته به‌ویژه آنکه افراد کاوشگر و خلاق در این فضای مجازی مجال جهت سیر و بهره‌مندی از تمامی جوانب و امکانات موجود سایت‌ها را پیدا می‌کنند به همین دلیل اکثر افراد که در این فضا سیر می‌کنند حداقل یکی از وجه اشتراک‌های آن‌ها با یکدیگر با ویژگی کاوشگری و جستجوگری آن‌ها در فضای مجازی همراه است

جدول ۳. وضعیت متغیر «برونگرایی» به تفکیک گروه

گروه	شاخص‌های گرایش مرکزی			شاخص‌های پراکندگی			شاخص‌های توزیع		
	نما	میانه	میانگین	دامنه تغییرات	واریانس	انحراف معیار	خطای معیار	ضریب کجی	ضریب کشیدگی
استفاده‌کنندگان	۳۹	۳۹	۳۹/۲۸	۳۳	۵۵/۳۷	۷/۴۴	۰/۶۱	۰/۴۸	-۰/۱۷
غیر استفاده‌کنندگان	۴۶	۴۷	۴۵/۶۵	۲۱	۱۷/۱۱	۴/۱۳	۰/۳۳	۰/۹۲	۰/۹۱

جدول ۳. (t دو گروه مستقل) مقایسه ویژگی برونگرایی در بین استفاده‌کنندگان و غیر استفاده‌کنندگان از شبکه‌های مجازی

متغیر	سطوح	میانگین	انحراف معیار	میزان t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
برونگرایی	استفاده‌کننده	۳۹/۳۴	۷/۴۰	-۹/۱۲	۲۹۷	۰/۰۱
غیر استفاده‌کننده	غیر استفاده‌کننده	۴۵/۶۶	۴/۱۲			

با تأکید بر میزان مقادیر t به دست آمده، مطرح می‌شود که تفاوت معنی‌داری بین ویژگی برونگرایی افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند وجود دارد همچنین مطابق با تحقیق ورنیگول (۱۹۹۳)، کاتروآسپدن (۱۹۹۷)، کروتوهمکاران (۱۹۹۸) هارودوهمکاران (۲۰۰۱)، پیواینترنت (۲۰۰۱) لنهارتوهمکاران (۲۰۰۱)، هامبورگر آرتزی (۲۰۰۱)، آنتاکومبو و لیلیاناواس (۲۰۰۸)، استفاده از شبکه‌های مجازی همراه با افزایش ارتباطات همراه است. نتایج تحقیقات آن‌ها نشان می‌دهد که فضای مجازی فرصتی جهت ارتباطات بدون مرز همراه با بازداری در گروه‌ها را فراهم می‌آورد. این قابلیت که از مهم‌ترین ویژگی فضای مجازی است می‌تواند عرصه را جهت حضور بیشتر کاربران با ویژگی‌های برونگرایی فراهم کند. برونگرایان، جامعه‌گرا بوده و بیشتر اوقاتشان را به برقراری ارتباطات زیاد و لذت بردن از آن سپری می‌کنند به طوری که برونگرایان بامحبت و صمیمی هستند. آن‌ها اصالتاً مردم را دوست دارند و به راحتی دلبستگی نزدیکی با دیگران ایجاد می‌کنند. آن‌ها از جمع شدن با دیگران لذت می‌برند و هرچه جمع بیشتر باشد شادترند. بدون تردید حرف می‌زنند و اغلب رهبر گروه می‌شوند،

فعالیت سریعی دارند و در تلاش‌های خود قدرت و انرژی بیشتری صرف می‌کنند و توان بیشتری در تداوم کار نشان می‌دهند. همچنین زندگی پرتحرکی دارند و در آرزوی تحرک و هیجان هستند. رنگ‌های روشن را دوست دارند و خواهان محیط‌های شلوغ هستند، هیجان‌های مثبت چون لذت شادی، عشق رامی‌جویند و به راحتی می‌خندند و بشاش و خوش‌بین هستند بنابراین با تأکید بر میزان مقادیر به دست آمده در تحقیق می‌توان مطرح نمود که تفاوت معناداری بین ویژگی برونگرایی افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند وجود دارد. از این رو عنوان می‌شود که افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند از برونگرایی کمتری برخوردارند. (تائید فرضیه) البته لازم به ذکر است که بنا بر تحقیقات فوق فضای سایر مجالی جهت گسترش ارتباطات مجازی را فراهم می‌کند که این خود می‌تواند حتی به کسانی که برونگرا هستند نیز نسبت داده شده و ارتباطات را افزایش دهد ولی از آنجا که تحقیق حاضر برونگرایی در جهان واقعی را مدنظر قرار داده است از آن جهت دانشجویانی که بیشترین وقت خود را صرف جهان مجازی می‌کنند قطعاً تماس و ارتباط اجتماعی آن‌ها در جهان واقعی کاهش یافته و از نظر دیگران درون‌گرا تلقی می‌شوند. بنابراین تحقیق حاضر با تحقیقات ذکر شده مغایرت دارد. تأثیرات ترکیبی در مورد استفاده از شبکه‌های مجازی و برونگرایی نشان می‌دهد که برونگرایان بیشتر از درون‌گرایان با استفاده از شبکه‌ها سود می‌برند. ارتباط استفاده از شبکه‌های مجازی با افزایش در مشارکت اجتماعی برای برونگرایان قوی‌تر بود، برونگرایان در مقایسه با درون‌گرایان که بیشتر از شبکه‌ها استفاده می‌کردند از کاهش سطح تنهایی و انزوا تأثیر منفی فشار وقت و افزایش اعتماد به نفس را گزارش می‌دادند در واقع این تأثیرات جهت مخالفت برای درون‌گرایان بود.

جدول ۴. وضعیت متغیر «توافق گرای» به تفکیک گروه

گروه	شاخص‌های گرایش مرکزی			شاخص‌های پراکندگی			شاخص‌های توزیع		
	نما	میانه	میانگین	دامنه تغییرات	واریانس	انحراف معیار	خطای معیار	ضریب کجی	ضریب کشیدگی
استفاده‌کنندگان	۴۰	۴۰	۴۰/۳۸	۲۸	۴۳/۳۶	۶/۵۸	۰/۵۴	۰/۱۸	-۰/۹۹
غیر استفاده‌کنندگان	۴۹	۴۸	۴۷/۸۸	۲۸	۳۳/۳۳	۵/۷۷	۰/۴۷	۰/۵۷	۰/۳۵

جدول ۵. (t دو گروه مستقل) مقایسه ویژگی توافق گرای در بین استفاده‌کنندگان و غیر استفاده‌کنندگان از شبکه‌های مجازی

متغیر	سطوح	میانگین	انحراف معیار	میزان t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
توافق گرای	استفاده‌کننده	۴۰/۴۴	۶/۵۹	-۱۰/۴۰	۲۹۷	۰/۰۱
	غیر استفاده‌کننده	۴۷/۸۹	۵/۷۵			

با تأکید بر میزان مقادیر t به دست آمده، مطرح می‌شود که تفاوت معناداری بین ویژگی توافق گرای افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند وجود دارد. (تائید فرضیه) لازم به ذکر است که توافق گرا اشاره به خصوصیات و ویژگی‌هایی دارد که شامل افرادی است که احترام زیادی به دیگران از جمله همسر، رهبران مذهبی، دوستان، روسا و چهره‌های محبوب فرهنگ عام قائل هستند. افراد سازگار نسبت به کسانی که فقط به سخنان و یا روش‌های خود ارزش قائل هستند به هماهنگی با دیگران بیشتر ارزش داده، آن را مغتنم می‌شمارند. اساساً نوع دوست هستند، نسبت به دیگران همدردی کرده و مشتاق هستند که کمک کرده و باور دارند که دیگران نیز متقابلاً کمک کننده هستند. از سوی دیگر نتایج این تحقیق با تحقیقات ویلیامز و رودونالد (۱۹۸۱)، تونیس (۱۹۸۳)، هومنت، کوهنوبلیس (۱۹۸۵)، دینر، سول، لوکاسواسمیت (۱۹۹۹)، کراتوهمکاران (۲۰۰۲)، آئورنبک (۲۰۰۲)، بولنهری (۲۰۰۵) و کریستوفرساندرز (۲۰۰۵) مغایرت دارد. نتایج تحقیقات آن‌ها نشان داده است که استفاده از اینترنت علاوه بر عوارض جسمانی منجر به اختلالات شخصیتی مانند تعارض بین فردی، حساسیت، زودرنجی،

انزوایی، لذت نبردن از سرگرمی‌های گروهی و عدم سازگاری با دیگران در کاربران می‌شود. همچنین در استفاده از شبکه‌های مجازی کاربران روابط اجتماعی با کیفیت پایین‌تر را، با روابط بهتر جایگزین می‌کنند و اصول درانجام امور، تک‌رو بود و نظر دیگران را بر خود مقدم می‌دانند. بنابراین در تحقیق حاضر فرضیه فوق با تفاوت معنادار بین متغیرها مورد تأیید قرار گرفت.

جدول ۶. وضعیت متغیر «وجدان گرایی» به تفکیک گروه

گروه	شاخص‌های گرایش مرکزی			شاخص‌های پراکندگی			شاخص‌های توزیع	
	نما	میانه	میانگین	دامنه تغییرات	وارianس	انحراف معیار	خطای معیار	ضریب کجی کشیدگی
استفاده‌کنندگان	۴۲	۴۲	۴۲/۸۶	۳۷	۶۳/۰۷	۷/۹۷	۰/۶۵	۰/۱۱
غیر استفاده‌کنندگان	۴۷	۴۷	۴۷/۴۶	۳۱	۳۵/۲۵	۵/۹۳	۰/۴۸	۰/۷۶

جدول ۷. (t دو گروه مستقل) مقایسه ویژگی وجدان گرایی در بین استفاده‌کنندگان و غیر استفاده‌کنندگان از شبکه‌های مجازی

متغیر	سطوح	میانگین	انحراف معیار	میزان t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
وجدان گرایی	استفاده‌کننده	۴۲/۸۷	۷/۹۴	-۵/۶۴	۲۹۷	۰/۰۱
	غیر استفاده‌کننده	۴۷/۴۵	۵/۹۲			

با تأکید بر میزان مقادیر t به دست آمده، مطرح می‌شود که تفاوت معنی‌داری بین ویژگی وجدان گرایی افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند وجود دارد. (تأیید فرضیه). از این رو عنوان می‌گردد که افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند از وجدان گرایی کمتری برخوردارند. عامل وجدان گرایی به تعدادی اهداف اشاره دارد که فرد بر روی آن متمرکز هست؛ یعنی شامل پیوستاری مانند متمرکز- متعادل و انعطاف‌پذیری هست. فرد با وجدان هدفمند با اراده و مصمم هست. افراد موفق، موسیقی‌دانان بزرگ و روشنفکران نامی، این صفات را در حد

بالا دارند. دیکمن و تاکوموتوچوک^۱ (۱۹۸۱) این حیطه را به نام تمایل به موفقیت نامیده‌اند. نتایج تحقیقات انجام‌شده با تحقیق آیتا کومبو و لیلیا ناواس (۲۰۰۸) همسو هست. نتایج تحقیقات وی نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی تأثیر مهمی بر استفاده از فضای مجازی دارد. در تحقیقات او که ارتباط مثبت و معناداری بین استفاده مفرط از اینترنت با وجدان‌گرایی (روان رنجورخویی) مشاهده می‌شود، نشان داده‌شده است که فضای مجازی به دلیل جذابیت آن واهدافی که به‌طور آشکار و پنهان در سایت‌ها و برنامه‌های آن طراحی شده قطعاً تمرکز فرد را در جهت رسیدن به هدف خاص با هدایت انجام می‌دهد. در آن صورت کاربر بدون اراده و مشتاق در جهت کانال‌های ایجادشده همسو می‌شود و این شرایط قطعاً هدفمندی و اراده‌ای که کاربران در جهت موفقیت مثبت برنامه‌ریزی می‌کنند را نیز، میسر نمی‌سازد. همچنین مطالعات لنهارت وهمکاران (۲۰۰۱)، هاروارد و همکاران (۲۰۰۱) نیز نشان می‌دهد که کاربران اینترنت نسبت به افراد دیگر بهتر می‌توانند کنترل امور شخصی خود را به دست گیرند و چیزهای جدید یاد گرفته و باعث بهبود شیوه یادگیری در مورد سرگرمی‌ها نیز شود. بنابراین در تحقیق حاضر نشان داده‌شده است که دانشجویانی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند به دلیل شرایط فضای مجازی از یک‌سو و ویژگی‌های شخصیتی از سوی دیگر شرایط تمرکز و هدفمندی آن‌ها پائین تر از دانشجویانی است که از شبکه‌های مجازی استفاده نمی‌کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر که به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در ویژگی‌های شخصیتی جوانان می‌پردازد به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که شبکه‌های مجازی چه جایگاهی در شکل‌دهی رفتارهای ما دارند؟ و اینکه آیا شبکه‌های اجتماعی موجب تغییر ویژگی‌های شخصیتی در جوانان می‌شوند؟

یافته‌های پژوهش حاضر نشان دادند که درون‌گرایی، بی‌ثباتی هیجانی، عدم توافق سازگاری و کاهش وجدانی بودن با استفاده از شبکه‌های مجازی همراه است. این یافته‌ها

1. Takemoto-chock

با نتایج برخی پژوهش‌ها برای مثال مودی (۲۰۰۱)، آئورنگک، سویکرت و همکاران (۲۰۰۲)، شاپیرو (۲۰۰۳)، بولنهریو کریستوفر ساندرز (۲۰۰۵) و دیویس (۲۰۰۸) همسو بوده و با برخی از تحقیقات برای مثال هاوارد و همکاران، پیواینترنت، لنهاوت و همکاران، هامبورگر و آرتزی (۲۰۰۱)، آنتا کومبورولیلیاناواس (۲۰۰۸) مغایرت دارد. در تفسیر چنین یافته‌هایی می‌توان گفت در واقع شبکه‌ها به عنوان رسانه اجتماعی با قابلیت‌های متعدد، زندگی مفرح و امنی را برای تعدادی از افراد مهیا می‌کند که در دنیای واقعی انکار شده‌اند. این فضای مجازی می‌تواند گریزگاهی برای کسانی باشد که از مشکلات روانی رنج می‌برند و به تشویق و احساس تنهایی دچار هستند و همچنین وسیله‌ای برای ارضای نیازهای هیجانی و روانی آن‌هاست. همچنین افراد به دلیل پتانسیل بالای شبکه‌ها برای مصاحبت، الگوهای تغییر یافته تعاملات اجتماعی برخط و همچنین به عنوان شیوه‌ای برای حالات مرتبط با احساس تنهایی به سمت شبکه‌ها کشیده می‌شوند. گمنامی و نداشتن ارتباط رور در رو در شبکه‌ها، خودآگاهی و اضطراب اجتماعی را کاهش داده که خود به تسهیل رفتار جامعه‌پسند و شکل‌گیری روابط دوستانه در این محیط‌ها برای افراد تنها منجر می‌شود. کسانی که در روابط واقعی میان فردی توفیق چندانی نداشته‌اند، اکنون از این طریق قادر می‌شوند بی‌آنکه چهره خود را برملا کرده، روابط گسترده‌ای را برقرار کنند و احساسات خویش را بروز دهند. لذا: با راه یافتن گستره اینترنت به زندگی روزمره افراد، درک تأثیر فردی آن مهم هست. به این دلیل که تأثیر کوتاه‌مدت و بلندمدت اینترنت و شبکه‌های مجازی هنوز شناخته‌نشده است ما باید در چگونگی اقدام برای جمع‌آوری این اطلاعات محتاط باشیم و مراقب مخاطراتی که ناشی از این رفتارهاست باشیم.

طراحی تکنولوژی و سیاست‌گذاری برای اجتناب از پیامدهای منفی بستگی به درک کامل تراز مکانیسم‌هایی دارد که از طریق آن استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر سلامت روانی تأثیر می‌گذارد. اکثر مباحث سیاست‌گذاری عمومی در مورد فضای مجازی بر مزایای بالقوه آن به عنوان یک منبع اطلاعاتی و رسانه‌ای برای تبادلات تجاری تمرکز کرده است. با مداخلات تکنولوژی و سیاست‌گذاری برای حمایت بهتر در استفاده از اینترنت برای ارتباطات میان فردی می‌توان این عدم تعادل را اصلاح کرد.

منابع

- امامی، حسین. (۱۳۸۸). شبکه‌های اجتماعی (فرصت‌ها و تهدیدها). تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- حق‌شناس، حسن. (۱۳۸۸). روانشناسی شخصیت. شیراز: دانشگاه علوم پزشکی شیراز.
- دوران، بهزاد. (۱۳۸۱). تأثیر فضای سایبرنتیک بر شخصیت. رساله دکتری جامعه‌شناسی. دانشگاه تربیت مدرس.
- تانکارد، جیمز. (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان. تهران: دانشگاه تهران.
- دلاور، علی. (۱۳۷۶). مبنای نظری و علمی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. تهران: انتشارات رشد.
- نوابخش، مهرداد؛ هاشم نژاد، فاطمه. (۱۳۸۷). بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان، فصلنامه جامعه‌شناسی، ۱(۳)، صص ۳۳-۱۷.
- Amir Ebrahimi, M. (2004). Performance in Everyday life and Rediscovery of the self in Iranian webligs, cited 29 November, Available from world wide web: <http://www.badjens.com/rediscovery>.
- Bendora, A. (1960). *the coming of post – industrial society: Aventure in social forecasting*, new york: Basic Books.
- Comber, A. (2008). *Vasla nation and gendered-based study a bout the relationship between the big five and motives for internet use: A Hungarian and Israeil comparison*. *Theory and science*:10(1), pp.1-6.
- Davis, R. A. (2001). A cognitive- behavioral model of pathological internet use. *computers in human Behavior*, vol. 17, pp.96-187.
- Garousi, T. (1998). *Norming NEO personality test and analytic studying of characters and its structure in Iran universities students*. PhD. Dissertation. Tehran: Tarbiat Modarres university, college of psychology, pp.53-75.
- Gerbner, G. (). *cultivation theory: cultural indicators project*, available at: <http://www.nimbus.temple.edu/gerbner/ci.html>.
- Goffman, E. (1990). *The presentation of self in everyday life*, Newyork, Double Anchor, pp.117-123.
- Gombor, A. & vas, L. (2008). *A nation and gendered based study a bout the relationship between the Big five and motiress for internetuse: A itungarian and Isreeli comporison*, pp.10-1-6.
- Hawkins, D. & Best, R. & coney, A. (2001). *Consumer Behavior: Bulding Marketing strategy*, Newyork, McGraw, Hill.

- Haghshenas, H. (2006). Diary of personality theories. Five factor model of personality, shiraz university of Medical sciences press, pp.9-13.
- Hamburger, Y. A. & Ben-Artzi, E. (2005). The relationship between extraversion and neurotism and the different uses of the internet computers in Human behavior, pp. 70-75.
- Katz, J. & Aspden, p. (199).A nation of strangers?communications of the ACM,40(12),pp.81-86.
- Kraut, K. (1998). Internet paradox:A social technology that reduces social involvement and psychological well-being American psychologist, pp. 1017-1031.
- Keramer, K. (1996). Internet addiction and awining strategy for recovery, pp. 18.
- Tsailien, H. (2003). *Relationship between personality Attributes and Internet Marketing*. PhD Dissertation Alliant International university. San Diego. USA.
- Turkle, S. (1996). Who am we. In trend david (ed), Reading digital culture. Oxford. Blakwell.
- Wansink, B. & park, B. (2000). Methods and Measures that profile Heavy user. *Journal of Advertising Research*, July, pp...61-72.
- Young, D. (1998). Internet addiction and awining strategy for recovery, pp.14.