

تاریخ دریافت مقاله: ۹۲/۱۰/۲۸

تاریخ تصویب مقاله: ۹۴/۱۰/۱۶

بررسی رابطه ابعاد شخصیت و سبک‌های هویت با میزان استفاده از اینترنت و مقایسه آن در بین دانشجویان دختر و پسر

دکتر بهرام اصل فتاحی*، سعید نجارپور استادی**

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه ابعاد شخصیت و سبک‌های هویت با میزان استفاده از اینترنت و مقایسه آن در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر انجام شده است. بدین منظور ۳۷۰ دانشجو با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی، انتخاب و پرسشنامه‌های پنج‌عاملی شخصیت (NEO-FFI)، سبک‌های هویت برزونسکی و اعتیاد به اینترنت یانگ، توسط آن‌ها پاسخ داده شد. نتایج نشان داد که از بین ابعاد شخصیت، بُعد با وجدان بودن با استفاده از اینترنت، رابطه منفی و معنادار دارد. همچنین مشخص شد که با افزایش برونگرایی، موافق بودن و با وجدان بودن، میزان استفاده از اینترنت به صورت معنادار کاهش می‌یابد. نتایج تحلیل رگرسیون برای سبک‌های هویت و میزان استفاده از اینترنت، بیانگر ارتباط معنادار بین سبک‌های هنجاری و سردرگم، با میزان استفاده از اینترنت بود. همچنین مشخص شد که با افزایش سبک هویت هنجاری، میزان استفاده از اینترنت کاهش می‌یابد؛ اما با افزایش سبک هویت سردرگم، میزان استفاده از اینترنت نیز افزایش می‌یابد. یافته دیگر پژوهش این بود که میزان استفاده از

bahramaslefatahi@yahoo.com

* استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر

** مربی و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر

اینترنت در دانشجویان پسر، بیشتر از دختران و در مورد سبک هویت تعهد، تفاوت به نفع دانشجویان دختر بود. بنابراین استفاده از اینترنت، با برخی از ابعاد شخصیتی و سبک‌های هویت ارتباط دارد و دانشجویان پسر، بیشتر از دانشجویان دختر، از اینترنت استفاده می‌کنند.

واژه‌های کلیدی: ابعاد شخصیت، سبک‌های هویت، اینترنت، دانشجویان.

مقدمه

شخصیت^۱ ساختار فرضی پیچیده‌ای است که به صورت‌های مختلف تعریف شده است. دامنه تعاریف موجود، از مفهوم فرآیندهای درونی ارگانیزم تا رفتارهای مشهود ناشی از تعامل افراد، در نوسان است (فتحی آشتیانی، ۱۳۸۸). مدی^۲ (۱۹۸۹) شخصیت را مجموعه‌ای باثبات از تمایلات و ویژگی‌ها می‌داند که مشترکات و تفاوت‌های رفتاری- روان شناختی (افکار، احساسات و اعمال) افراد را تعیین می‌کند و ممکن است به آسانی، به‌عنوان نتیجه فشارهای زیست‌شناختی و اجتماعی زمان، قابل درک نباشد. صفات شخصیت اولین راهنمای تشخیص وضعیت شناختی و عاطفی افراد هستند و بر نقش‌های عاطفی-اجتماعی و رفتارهای بین فردی یا شغلی افراد تأثیر می‌گذارند (موینی‌هان و پترسون^۳، ۲۰۰۱). همه انسان‌ها از حیث داشتن شخصیت، به معنای وسیع کلمه روانشناسی، با هم همانند هستند؛ یعنی هر کسی شخصیتی دارد؛ ولی این شخصیت یا خویشتن، در همه یکسان نیست، بلکه در هر کسی به صورت خاصی است که او را از دیگران متمایز می‌سازد. تفاوت‌هایی که افراد با هم دارند به حدی است که نمی‌توان از میان آن‌ها حتی دو نفر را یافت که از هر لحاظ شبیه یکدیگر باشند. هر انسانی و رویدادی منحصر به فرد است. با وجود این، بین انسان‌ها و رویدادهای زندگی آن‌ها آن قدر شباهت وجود دارد که بتوان نکات مشترکی را در نظر گرفت و درست همین الگوهای رفتاری است که مورد علاقه روانشناسی است (قرباغی، ۱۳۸۲).

^۱- Personality

^۲- Maddi

^۳- Moynihan & Peterson

روانشناسان دربارهٔ خصوصیات شخصیتی انسان‌ها، نظرات مختلفی ارائه داده‌اند. آیزنک^۱ که از صاحب‌نظران حوزهٔ شخصیت است، اظهار می‌دارد که ابعاد شخصیت، آفریده‌های اتفاقی فرهنگ نیستند؛ بلکه ثمرهٔ ساخت ژنتیکی و نوروفیزیولوژیکی گونهٔ انسان هستند (فیست و فیست^۲، ۱۳۸۷). برن رویتر^۳ شخصیت را دارای شش جنبه می‌داند: ۱. تمایل به عصبی بودن^۲. تمایل به با خود بودن^۳. درون‌گرایی-برون‌گرایی^۴. سلطه‌جویی-سلطه‌پذیری^۵. اعتماد به نفس^۶. اجتماعی بودن (نریمانی، خان‌بابازاده، فرزانه، ۱۳۸۶). یکی از نظریه‌های معروف در حیطهٔ شخصیت، نظریهٔ پنج عاملی شخصیت (یا پنج عامل بزرگ^۴) است. این نظریه از سوی دو روانشناس، به نام‌های کاستا^۵ و مک کرا^۶ در اواخر دههٔ ۸۰ ارائه شد و در اوایل دههٔ ۹۰ مورد تجدید نظر قرار گرفت. پنج عاملی که آن‌ها در مورد شخصیت ارائه دادند، عبارت بودند از: روان‌رنجوری، برون‌گرایی، گشودگی، موافق بودن و با وجدان بودن (باگی^۷ و همکاران، ۲۰۰۷). بدیهی است که هر یک از افراد، با توجه به ابعاد گوناگون شخصیت خود، به شیوه‌های خاصی رفتار می‌کنند؛ دارای نیازها، انتظارات و افکار خاصی هستند؛ توانایی‌ها و مهارت‌های منحصر به فردی دارند و بر پایهٔ ویژگی‌های شخصیتی خود اهداف خاصی را دنبال می‌کنند.

روانشناسان در بحث از شخصیت بیش از هر چیز به تفاوت‌های فردی توجه دارند؛ یعنی به ویژگی‌هایی که یک فرد را از افراد دیگر متمایز می‌سازد. آنان برای مطالعهٔ تفاوت‌های فردی، مجبور بوده‌اند که شیوه‌ها و روش‌هایی برای سنجش تفاوت‌های فردی پیدا کنند. فرایند اندازه‌گیری شخصیت، سنجش^۸ نامیده می‌شود. سنجش فرایند اندازه‌گیری شخصیت، چیزی است که افراد به آن شباهت دارند. وقتی یک روان‌شناس شخصیت، فردی را مورد سنجش قرار

^۱Eysenck

^۲Feist & Feist

^۳Bernreuter

^۴Big Five

^۵Costa

^۶McCrae

^۷Bagby

^۸Assessment

می‌دهد، در واقع از شخص می‌خواهد که نمونه‌ای از رفتاری را که باید مشاهده و تعبیر و تفسیر شود، از خود بروز دهد. رفتار مورد نظر شاید توصیف‌های کلامی یا پاسخ دادن به یک آزمون چند گزینه‌ای و یا رفتار آشکار باشد. همه این رفتارها به‌عنوان نمونه‌ای از رفتار کلی فرد که جنبه‌ای خاص از شخصیت او را نمایان می‌سازد، مورد استفاده قرار می‌گیرد (اسویکرت، هیتنر، هریس و هرینگ^۱، ۲۰۰۲؛ کارور و شی‌یر، ۱۳۷۵).

عصر کنونی، عصر سرعت و تغییرات فناوری و اجتماعی است. در این راستا، تلاش برای سازگاری همزمان با عناصر بیرونی و درونی تغییر، می‌تواند فشار زیادی بر نوجوانان و جوانان وارد سازد (دوروتی^۲، ۱۹۷۲). افراد، در سن نوجوانی و جوانی در می‌یابند که بین آنچه فکر و احساس می‌کنند و نحوه‌ای که رفتار می‌کنند، تفاوت وجود دارد. آن‌ها با بکارگیری مهارت‌های عقلانی، از ویژگی‌های شخصی خود انتقاد و خود را با دیگران مقایسه می‌کنند (برک، ۱۳۸۹). در واقع به‌طور مداوم، نوجوان یا جوان، برای کسب هویت تلاش می‌کند. هویت را به‌عنوان یکی از متغیرهای مهم مرتبط با شخصیت می‌توان قلمداد کرد. هویت، بر اساس تأیید یا تکذیب کردن، همانند سازی‌های دوران کودکی به‌وسیله نوجوانان و وضعیت تاریخی و اجتماعی که فرد را برای دنباله‌روی از معیارهای ویژه‌ای راغب می‌کنند، شکل می‌گیرد (اریکسون^۳، ۱۹۸۲). عمده‌ترین مشکلات تعیین هویت انسان را چنین خلاصه کرده‌اند: پیچیدگی زندگی امروزی با تضادها و تعارض‌های روزمره، داشتن مشکل در شناخت خود و این‌که در آینده چه خواهد شد، تمایل به خود بودن با وجود فشارهای متعددی که انسان را خواه‌ناخواه به جلو می‌برد و حفظ هویت در جهان پر از ازدحام و در حال تغییر (پاپالیا، وندکس و الدز^۴، ۲۰۰۵).

از سوی دیگر، در سپیده دم هزاره سوم، شاهد تحولات شگرف فناوری و تأثیرات فرهنگی، اجتماعی و حرفه‌ای ناشی از آن هستیم. انقلاب الکترونیک، انفجار اطلاعاتی و انقلاب رایانه‌ای،

¹Swickert, Hittner, Harris & Herring

²Dorothy

³Erikson

⁴Papalia, Vendkos & Olds

تفاوت‌های کمی و کیفی بسیاری را در جهان، نسبت به دو دهه پیش، با خود به همراه آورده است. اینترنت قبل از آن که در دسترس عموم قرار گیرد (قبل از سال ۱۹۹۰)، بیشتر به عنوان وسیله‌ای برای مکاتبات محرمانه برای دستیابی به روابط مطرح بود. سپس به صورت وسیعی رشد کرد و تبدیل به وسیله‌ای ضروری در زندگی ما گردید. رشد جمعیت استفاده کننده از اینترنت، ادامه دارد و ممکن است برای کاربران و جامعه، بحرانی باشد. ایوان گلدبرگ^۱، روان‌پزشک دانشگاه کلمبیا، در سال ۱۹۹۵ برای اولین بار اختلال اعتیاد به اینترنت را مطرح کرد. وی واژه اعتیاد به اینترنت را ابداع و معیارهای تشخیصی آن را ثبت کرد (شایق، آزاد، بهرامی، ۱۳۸۸). اختلال اعتیاد به اینترنت یک پدیده بین رشته‌ای است و علوم مختلف پزشکی، رایانه‌ای، جامعه‌شناسی، حقوق، اخلاق و روانشناسی، هر یک از زوایای مختلف، این پدیده را مورد بررسی قرار داده‌اند (معیدفر، حبیب‌پورگتایی، گنجی، ۱۳۸۴).

دسترسی به اینترنت، پدیده‌ای رو به گسترش است و هر روز تعداد بیشتری از افراد در زمره استفاده‌کنندگان از اینترنت قرار می‌گیرند (علوی، جنتی‌فرد، مرآئی، رضاپور، ۱۳۸۸). بیشترین کاربران اینترنت جوانان هستند. نتایج تحقیقات انجام شده نیز مؤید این مطلب است؛ به عنوان مثال در ایالات متحده استفاده از اینترنت در میان جوانان، بیش از هر گروه سنی دیگری است. کودکان نیز به عنوان گروه سنی متفاوت، در شمار رو به فزونی کاربران اینترنت قرار می‌گیرند. در سال ۲۰۰۵، بیش از ۷۷ میلیون کودک، وارد فضای سایبر شده‌اند (غمامی، ۱۳۸۴). هلسپر (۲۰۱۰) معتقد است که میزان استفاده از اینترنت بستگی به سن کاربران دارد و مراحل زندگی نیز میزان بهره‌مندی از امکانات اینترنت را مشخص می‌کند. اینترنت در همه جا حضور دارد: در خانه، مدرسه، دانشگاه، محل کار و از این قبیل و به همین دلیل تعداد کاربران اینترنت، به طور شگفت‌آوری در حال افزایش است (علوی و همکاران، ۱۳۸۸). امروزه اینترنت وسیله‌ای

¹ Ivan Goldberg

حیاتی برای بسیاری از مردم کشورها به شمار می‌رود؛ شاید به این دلیل که از این طریق، اطلاعات باارزشی به دست می‌آورند (درگاهی و رضوی، ۱۳۸۶).

اینترنت انتخاب‌هایی برای مخاطبان فراهم می‌کند که در برگزیده انتخاب‌های سایر رسانه‌ها نیز می‌باشد. به عبارت دیگر، مجموعه‌ای از رسانه‌ها را به صورت یک واحد کل ارائه می‌دهد. کاربران اینترنت نیازهایی که در سایر منابع رسانه‌ای نظیر تلویزیون، رادیو، روزنامه، کتاب و فیلم یافت می‌شود، به اشتراک گذاشته و از آن بهره می‌برند؛ زیرا ویژگی چند رسانه‌ای^۱ اینترنت، می‌تواند همه استفاده‌های کاربران را برای بهره‌وری و خرسندی، متنوع و نیز آسان گرداند (بهار، حاجی‌محمدی، ۱۳۸۶). بیون^۲ و همکاران (۲۰۰۹) معتقدند که بسیاری از تحقیقاتی که در زمینه اعتیاد به اینترنت صورت گرفته، به ارتباط و همبستگی بسیاری از متغیرها با این پدیده اشاره دارند؛ اما تحقیقاتی که به رابطه علی و سببی این متغیرها، اشاره کنند، بسیار کم است. با وجود این و با وجود امتیازها و قابلیت‌های فراوان، اینترنت مشکلات جدی بسیاری را ایجاد کرده است؛ مانند انبوه‌سازی و انفجار اطلاعات، ارائه تصاویرها و مطالب ناهنجار و محرمانه نمودن اطلاعات (درگاهی و رضوی، ۱۳۸۶). بنابراین می‌توان اظهار داشت که اینترنت به خودی خود ابزار بی‌ضرری است؛ اما استفاده بیش از حد و نادرست از آن، خطر اعتیاد به اینترنت را به دنبال دارد که این پدیده، مشکل عمده‌ای را برای بهداشت روانی جامعه ایجاد می‌کند.

در مطالعه گومبور^۳ و واس^۴ (۲۰۰۸) نتایج نشان داد که بین ویژگی‌های شخصیتی برونگرایی، با وجدان بودن، گشودگی و موافق بودن با استفاده زیاد از اینترنت، در بین آزمودنی‌های مرد رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. یافته‌های دیگر پژوهش بیانگر این بود که در بین آزمودنی‌های زن، ویژگی‌های شخصیتی موافق بودن و روان رنجوری با استفاده مفرط از اینترنت رابطه مثبت و معنادار دارد. اسویکرت و همکاران (۲۰۰۲) در پژوهشی نشان دادند که

^۱- multimedia

^۲- Byun

^۳- Gombor

^۴-Vas

بین استفاده زیاد از اینترنت و آسیب‌های شخصیتی و ارتباط اجتماعی پایین، همبستگی وجود دارد. کونیمورا^۱ و توماس^۲ (۲۰۰۰) در بررسی خود به این یافته رسیدند که بین روان رنجوری با اعتیاد به اینترنت، رابطه مثبت و معنادار و بین برونگرایی با اعتیاد به اینترنت، رابطه منفی و معنادار وجود دارد. مطالعه اسمخانی اکبری نژاد و نجارپور (۱۳۸۹) نشان داد که از بین ویژگی‌های شخصیت، تنها روان رنجوری با اعتیاد به اینترنت رابطه معناداری دارد. نتایج پژوهش احمدیان و ذوالفقاری (۱۳۸۹) بیانگر این بود که بین ویژگی‌های شخصیتی برونگرایی، روان رنجوری و پرخاشگری با اعتیاد به اینترنت رابطه وجود دارد. یافته‌های به دست آمده از بررسی برقی ایرانی و بیات (۱۳۸۹) حاکی از این بود که از نظر ویژگی‌های برونگرایی و انعطاف‌پذیری، با اعتیاد به اینترنت در بین کاربران معتاد، پرکار و کم‌کار تفاوت وجود دارد. در مطالعه شایق و همکاران (۱۳۸۸) ارتباط معناداری بین اعتیاد به اینترنت و روان رنجور خوبی در میان نوجوانان دختر و پسر و همچنین رابطه معناداری میان خوشایندی و وظیفه‌شناسی با اعتیاد به اینترنت در نوجوانان پسر به دست آمد. قاسم‌زاده، شهرآرای، مرادی (۱۳۸۶) در مقایسه ویژگی‌های شخصیتی افراد معتاد به اینترنت و افرادی که هیچ وابستگی به اینترنت نداشتند، به این نتیجه رسیدند که افراد دارای اعتیاد به اینترنت در متغیرهای روابط بین فردی، کمرویی، عزت نفس و زیر مقیاس‌های افسردگی، تفاوت معناداری را در مقایسه با گروه کنترل به دست آوردند. در مطالعه درگاهی و رضوی (۱۳۸۶) این یافته به دست آمد که کاربران معتاد به اینترنت، درجات مختلفی از اختلال‌های روانی-اجتماعی؛ مانند احساس خودبیگانگی، احساس ضعف و ناتوانی در انجام امور، رفتار ناهنجار اجتماعی، اجتماع‌گریزی، درون‌گرایی و رفتار احساسی را دارا هستند.

نتایج بررسی عزیزی نژاد، سیدعباس‌زاده، نجفی قره‌آغاجی (۱۳۸۹) نشان داد که بین فناوری‌های نوین اینترنت با هویت دینی و قومی دانشجویان، همبستگی معناداری وجود دارد؛ به

¹- Kunitmura

²-Thomas

عبارت دیگر با افزایش استفاده از اینترنت، شاخص هویت دینی و قومی کاربران کاهش می‌یابد. یافته‌های پژوهش نوابخش، هاشم‌نژاد و زادشم‌پور (۱۳۸۹) حاکی از این بود که بین هویت فردی و اجتماعی با استفاده از اینترنت رابطه معنادار وجود دارد. در پژوهش علوی، هاشمیان و جنتی‌فرد (۱۳۸۷)، نتایج بیانگر این بود که در مورد نمرات هویت شخصی در بین افراد استفاده‌کننده بیش از حد از اینترنت و افرادی که از اینترنت کمتر استفاده می‌کردند، تفاوت وجود نداشت؛ اما میان نمرات هویت ملی و هویت مذهبی، بین دو گروه تفاوت وجود داشت و در این هویت‌ها افرادی که از اینترنت به‌طور مفرط استفاده می‌کردند، نمرات پایین‌تری داشتند.

جانسون^۱ (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای به این نتیجه رسید که بین دو جنس از نظر استفاده از اینترنت تفاوت وجود دارد و مردان در مقایسه با زنان از اینترنت، بیشتر استفاده می‌کنند. نتایج پژوهش احمدی، هاشمی و روحانی (۱۳۸۹) نشان داد که بین دو جنس از لحاظ استفاده از اینترنت، تفاوت وجود دارد و پسران نسبت به دختران بیشتر از فناوری اینترنت بهره می‌برند. به نظر می‌رسد که تحقیقات ضد و نقیضی در زمینه ارتباط ویژگی‌های شخصیتی و هویت، با میزان استفاده از اینترنت وجود دارد. با این تفصیل، پژوهشگران با اجرای این پژوهش به دنبال بررسی این موضوع هستند که نحوه ارتباط ابعاد شخصیت و سبک‌های هویت با میزان استفاده از اینترنت چگونه است؟

روش

طرح پژوهش از نوع طرح‌های همبستگی است. در طرح‌های همبستگی، روابط چندین متغیر با یکدیگر بررسی می‌شود. هدف روش تحقیق همبستگی، مطالعه حدود تغییرات یک یا چند متغیر با حدود تغییرات یک یا چند متغیر دیگر است (دلاور، ۱۳۸۷). این طرح مقدمه‌ای است بر به‌کارگیری روش‌های آماری رگرسیون چندگانه و تحلیل عاملی. جامعه پژوهش شامل کلیه دانشجویان دختر و پسر دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر در سال تحصیلی ۱۳۹۰-۱۳۸۹ است.

^۱ Johnson

مطابق آمار مرکز آمار و اطلاعات دانشگاه آزاد اسلامی شبستر، حجم جامعه آماری ۷۳۶۷ نفر بود. از این تعداد ۱۶۳۷ نفر مؤنث (علوم انسانی ۷۵۶ نفر، فنی-مهندسی ۵۳۳ نفر و تجربی ۳۴۸ نفر) و ۵۷۳۰ نفر مذکر (علوم انسانی ۶۹۹ نفر، فنی-مهندسی ۴۲۲۷ نفر و تجربی ۸۰۴ نفر) بودند. مطابق جدول مورگان (۱۹۷۰) از جامعه مورد نظر ۳۷۰ نفر (تقریباً ۵ درصد جامعه) به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی بر اساس جنسیت و گروه آموزشی تحصیلی (انسانی، فنی-مهندسی و تجربی) انتخاب شدند. در این پژوهش از ابزارهای زیر استفاده گردید:

الف) پرسشنامه پنج عاملی شخصیت (NEO-FFI): این پرسشنامه دارای ۶۰ سؤال است که برای نخستین بار در سال ۱۹۸۵ ساخته شده و در سال ۱۹۹۱ مورد بررسی مجدد قرار گرفته است. این پرسشنامه از پنج عامل شخصیت، شامل انعطاف پذیری (O)، روان رنجوری (N)، برون‌گرایی (E)، دلپذیر بودن یا گشودگی (A)، و با وجدان بودن (C) تشکیل شده است. پرسشنامه از لحاظ ساختاری و گزاره‌ها از نوع پنج درجه‌ای لیکرت است که مقوله‌های پاسخ آن یکسان است. پرسشنامه از اعتبار و قابلیت لازمی برخوردار است. در یک بررسی، آلفای محاسبه شده بر روی ۴۰ نفر از کارشناسان وزارت جهاد کشاورزی برابر ۰/۷۴ به دست آمده است. در ضمن ضریب قابل اعتماد برای هر یک از عوامل، ۰/۸۵ برای روان‌رنجوری، ۰/۷۰ برای برون‌گرایی، ۰/۶۸ برای انعطاف پذیری، ۰/۵۴ برای گشودگی و ۰/۸۲ برای با وجدان بودن گزارش شده است (نقل از حجازی و ایروانی، ۱۳۸۲). در پژوهش حاضر نیز به منظور اعتبار سنجی پرسشنامه، در مطالعه مقدماتی که بر روی ۳۰ نفر انجام گرفت، نتایج حاصل از ضریب آلفای کرونباخ برای روان‌رنجوری ۰/۸۸، برون‌گرایی ۰/۷۶، انعطاف‌پذیری ۰/۷۲، گشودگی ۰/۶۶ و با وجدان بودن ۰/۷۹ به دست آمد.

ب) پرسشنامه سبک‌های هویت (ISI-6G): این پرسشنامه اولین بار توسط برزونسکی¹ برای اندازه‌گیری فرایندهای اجتماعی-شناختی نوجوانان که در برخورد با مسایل مربوط به

¹ Berzonski

هویت از آن استفاده می‌کنند، طراحی شد. این پرسشنامه سه سبک هویتی شامل اطلاعاتی، هنجاری و سردرگم/اجتنابی را مورد ارزیابی قرار می‌دهد و شامل ۴۰ سؤال است. پاسخ هر ماده بر روی یک طیف ۵ درجه‌ای (از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) مشخص می‌شود. بررسی‌ها نشان داده است که ISI به این دلیل که برای دانشجویان کالج طراحی شده از ساختار زبانی پیچیده‌ای استفاده کرده‌است و اجرای آن در میان گروه‌های جوان‌تر با تحصیلات پایین‌تر از سازگاری نتایج تحقیق با نظریهٔ هویت جلوگیری می‌کند. لذا وایت^۱ و همکاران (۱۹۹۸) کوشیدند تا ابزاری مشابه با ISI را با دستور زبان و ساختار ساده‌تر طراحی کنند. در نتیجه، ISI-6G برای سطح خواندن پایهٔ ششم طراحی شد. وایت و همکاران (۱۹۹۸) برای نسخهٔ تجدید نظر شدهٔ پرسشنامهٔ سبک هویت، آلفای کرونباخ ۰/۵۹، ۰/۶۴ و ۰/۷۸ را برای سبک‌های هویت اطلاعاتی و هنجاری و سردرگم/اجتنابی و آلفای ۰/۷۶ را برای تعهد هویت به‌دست آوردند (نقل از حجازی و فرتاش، ۱۳۸۵). در مطالعهٔ مقدماتی پژوهش حاضر نیز، ضریب آلفای کرونباخ برای هویت‌های اطلاعاتی، هنجاری، مغشوش/اجتنابی (سردرگم) و تعهد به ترتیب ۰/۵۵، ۰/۶۸، ۰/۷۱ و ۰/۶۹ به‌دست آمد.

ج) پرسشنامهٔ اعتیاد به اینترنت یانگ^۲: در این پژوهش از پرسشنامهٔ ۲۰ سؤالی یانگ برای ارزیابی استفاده از اینترنت استفاده شد. این آزمون بر روی مقیاس ۱ تا ۵ نمره‌گذاری می‌شود. در این آزمون، اگر فرد نمرهٔ مساوی یا پایین‌تر از ۴۹ به‌دست آورد، در گروه کاربران عادی اینترنت و اگر نمرهٔ بالاتر از آن را به‌دست آورد، در گروه کاربران معتاد به اینترنت قرار می‌گیرد. اعتبار این پرسشنامه با روش آلفای کرونباخ، توسط قاسم‌زاده و همکاران (۱۳۸۶) ۰/۸۳ و توسط ناستی‌زایی (۱۳۸۸)، ۰/۸۱ به‌دست آمده‌است. در این پژوهش نیز اعتبار آزمون، مطابق با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۵ به‌دست آمد.

^۱- White

^۲-Young

یافته‌ها

فرضیه اول: بین ابعاد شخصیت با میزان استفاده از اینترنت رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۱: خلاصه آماره‌های آزمون ضریب همبستگی

معناداری	مقدار ضریب همبستگی	تعداد	همبستگی
۰/۰۰۰	-۰/۱۸۵	۳۷۰	بُعد برونگرایی و میزان استفاده از اینترنت
۰/۵۶۶	-۰/۰۳۰	۳۷۰	بعد روان رنجوری و میزان استفاده از اینترنت
۰/۸۸۸	۰/۰۰۷	۳۷۰	بُعد گشودگی و میزان استفاده از اینترنت
۰/۰۰۰	-۰/۱۸۵	۳۷۰	بُعد موافق بودن و میزان استفاده از اینترنت
۰/۰۰۰	-۰/۴۲۳	۳۷۰	بُعد با وجدان بودن و میزان استفاده از اینترنت

نتایج جدول شماره ۱ نشان می‌دهد که بین ابعاد برونگرایی، موافق بودن و با وجدان بودن، با میزان استفاده از اینترنت، رابطه معنادار است. با توجه به این که علامت ضریب همبستگی برای هر سه بُعد شخصیت، منفی است؛ بنابراین می‌توان گفت با افزایش ویژگی‌های شخصیتی برونگرایی، موافق بودن و با وجدان بودن، میزان استفاده از اینترنت کاهش می‌یابد.

جدول شماره ۲: خلاصه آماره‌های آزمون رگرسیون

مقدار R ²	مقدار R	ANOVA				مقدار بنا	مقدار F	مقدار بنا	رگرسیون	Enter (همزمان)
		میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات	F					
۰/۱۸۵	۰/۴۳	۰/۰۰۰	۱۶/۵۰۲	۶۹۱۱/۴۴۴	۵	۳۴۵۵۷/۱۲۱	۰/۳۲۹	-۰/۹۷۸	-۰/۱۶۳	روان رنجوری
		۴۱۸/۸۱۵			۳۶۴	۱۵۲۴۴۸/۶۸۷	۰/۷۹۷	۰/۲۵۷	۰/۰۵۶	برونگرایی
					۶۹	۱۸۷۰۰۵/۸۰۸	۰/۲۰۲	۱/۲۷۷	۰/۲۹۳	گشودگی
							۰/۶۸۱	-۰/۴۱۱	-۰/۰۹۴	موافق بودن
							۰/۰۰۰	-۷/۴۷۳	-۱/۳۵۷	با وجدان بودن

متغیر وابسته: میزان استفاده از اینترنت

نتایج نشان می‌دهد که از بین ابعاد شخصیت، بُعد باوجدان بودن، پیش‌بین معنادار برای متغیر میزان استفاده از اینترنت است؛ اما برای چهار بعد دیگر از ابعاد شخصیت، رابطه معنادار نیست. مقادیر **Beta** نشان می‌دهند که رابطه ابعاد روان رنجوری، موافق بودن و با وجدان بودن، با میزان استفاده از اینترنت، منفی و رابطه ابعاد گشودگی و برونگرایی با میزان استفاده از اینترنت مثبت است. لذا می‌توان گفت افزایش در ابعاد روان رنجوری، موافق بودن و با وجدان بودن با کاهش در میزان استفاده از اینترنت همراه است، ولی آهنگ تغییرات ابعاد گشودگی و برونگرایی با میزان استفاده از اینترنت همسو است.

همچنین تحلیل واریانس معادله با بیش از ۹۹ درصد اطمینان معنادار است و در نهایت این که مقدار R^2 نشان می‌دهد که از روی متغیرهای پیش بین می‌توان ۱۸/۵ درصد از واریانس متغیر وابسته؛ یعنی میزان استفاده از اینترنت را تبیین نمود.

فرضیه دوم: بین سبک‌های هویت با میزان استفاده از اینترنت رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۳: خلاصه آماره‌های آزمون ضریب همبستگی

معناداری	مقدار ضریب همبستگی	تعداد	همبستگی
۰/۰۶۲	-۰/۰۹۷	۳۷۰	سبک هویت اطلاعاتی و میزان استفاده از اینترنت
۰/۰۰۳	-۰/۱۵۶	۳۷۰	سبک هویت هنجاری و میزان استفاده از اینترنت
۰/۰۰۰	۰/۲۰۰	۳۷۰	سبک هویت سردرگم و میزان استفاده از اینترنت
۰/۹۳۱	-۰/۰۰۴	۳۷۰	سبک هویت تعهد و میزان استفاده از اینترنت

نتایج جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که بین سبک‌های هویت هنجاری و سردرگم با میزان استفاده از اینترنت، رابطه معنادار است. با توجه به این که علامت ضریب همبستگی در مورد سبک هویت هنجاری منفی است؛ لذا می‌توان گفت که با افزایش هویت هنجاری، میزان استفاده

از اینترنت کاهش می‌یابد. این موضوع در مورد سبک هویت سردرگم برعکس است؛ یعنی با افزایش سبک هویت سردرگم، بر میزان استفاده از اینترنت نیز افزوده می‌شود.
جدول شماره ۴: خلاصه آماره‌های آزمون رگرسیون

مقدار		ANOVA				مقدار بنا		مقدار بنا		مقدار بنا	
R ²	R	F	میانگین	درجه	مجموع	مقداری	مقدار ۴	مقدار ۴	مقدار ۴	مقدار ۴	مقدار ۴
			مقداری	مقداری	مقداری						
۰/۰۹۴	۰/۳۰۷	۰/۰۰۰	۹/۴۸۷	۴۴۰۲/۹۴	۴	۱۷۶۱۱/۸۴	رگرسیون	۰/۰۹۰	-۱/۷۰۱	-۰/۱۱۶	هویت اطلاعات
				۴۶۴/۰۹	۳۶۵	۱۶۹۳۹۴/۰۲۴	باقیمانده	۰/۰۰۶	-۲/۷۸۲	-۰/۱۸۷	هویت هنجاری
					۳۶۹	۱۸۷۰۰۵/۸۰۸	کل	۰/۰۰۰	۵/۰۰۳	۰/۲۷۰	هویت سردرگم
								۰/۲۱۱	۱/۲۵۳	۰/۰۷۵	هویت تمهد

متغیر وابسته: میزان استفاده از اینترنت

نتایج نشان می‌دهد که از بین سبک‌های هویت، هویت هنجاری و هویت سردرگم پیش‌بین‌های معنادار برای متغیر میزان استفاده از اینترنت هستند، برای دو بُعد دیگر از هویت؛ یعنی هویت اطلاعاتی و هویت تمهد، رابطه معنادار نیست. مقادیر **Beta** نشان می‌دهند که رابطه هویت هنجاری با میزان استفاده از اینترنت، منفی و رابطه هویت سردرگم با میزان استفاده از اینترنت، مثبت است. لذا می‌توان گفت افزایش در هویت هنجاری با کاهش در میزان استفاده از اینترنت همراه است، ولی آهنگ تغییرات هویت سردرگم و میزان استفاده از اینترنت همسواست. همچنین تحلیل واریانس معادله با بیش از ۹۹ درصد اطمینان، معنادار است و در نهایت این‌که مقدار **R²** نشان می‌دهد که از روی متغیرهای پیش‌بین می‌توان ۹/۴ درصد از واریانس متغیر وابسته؛ یعنی میزان استفاده از اینترنت را تبیین نمود.

فرضیه سوم: بین دانشجویان دختر و پسر از نظر ابعاد شخصیت، سبک‌های هویت و میزان استفاده از اینترنت، تفاوت وجود دارد.

جدول شماره ۵: خلاصه آماره‌های آزمون t

تفاوت میانگین	آزمون F برای شرط تساوی واریانس‌ها			آزمون t برای برابری میانگین‌ها			میانگین	جنس	
	F	معناداری	T	درجه آزادی	معناداری	تفاوت میانگین			
۱۲/۸۳۳	۵/۳۳۹	۰/۰۲۱	۴/۷۶۶	۳۶۸	۰/۰۰۰	۱۲/۸۳۳	۳۴/۹۳	پسر	استفاده از اینترنت
۱۲/۸۳۳			۵/۱۳۷	۱۵۹/۱۷۶	۰/۰۰۰	۱۲/۸۳۳	۲۲/۰۹	دختر	
...									
-۱/۵۰۵	۰/۵۲۶	۰/۴۶۹	-۱/۸۲۴	۳۶۸	۰/۰۶۹	-۱/۵۰۵	۲۴/۵۱	پسر	روان رنجوری
-۱/۵			-۱/۹۰۹	۱۵۱/۰۵۲	۰/۰۵۸	-۱/۵	۲۶/۰۲	دختر	
...									
۰/۴۲۹	۱/۰۹۷	۰/۲۹۶	۰/۵۳۳	۳۶۸	۰/۵۵۴	۰/۴۲۹	۲۶/۸۹	پسر	برونگرایی
۰/۴۲۹			۰/۶۳۶	۱۵۷/۹	۰/۵۲۵	۰/۴۲۹	۲۶/۴۶	دختر	
...									
-۰/۰۲۹	۰/۶۶۲	۰/۴۱۶	-۰/۰۵۱	۳۶۸	۰/۹۶۰	-۰/۰۲۹	۲۴/۹۴	پسر	گشودگی
-۰/۰۲۹			-۰/۰۵۴	۱۵۵/۴۰۹	۰/۹۵۷	-۰/۰۲۹	۲۴/۹۷	دختر	
...									
-۰/۶۵۵	۱/۸۴۸	۰/۱۷۵	-۰/۹۹۶	۳۶۸	۰/۳۲۰	-۰/۶۵۵	۲۷/۴۶	پسر	موافق بودن
-۰/۶۵۵			-۰/۹۳۹	۱۲۹/۱۴۰	۰/۳۲۹	-۰/۶۵۵	۲۸/۱۱	دختر	
...									
-۲/۲۰۶	۰/۴۱۷	۰/۵۱۹	-۲/۵۳۹	۳۶۸	۰/۰۱۲	-۲/۲۰۶	۲۹/۳۱	پسر	با وجدان بودن
-۲/۲۰۶			-۲/۵۴۲	۱۴۰/۶۷۹	۰/۰۱۲	-۲/۲۰۶	۳۱/۵۲	دختر	
...									
۰/۸۴۶	۱/۸۱۹	۰/۱۷۸	۱/۰۶۰	۳۶۸	۰/۲۹۰	۰/۸۴۶	۳۵/۴۸	پسر	هویت اطلاعات
۰/۸۴۶			۱/۱۱۵	۱۵۲/۴۰۰	۰/۲۶۷	۰/۸۴۶	۳۴/۶۳	دختر	
...									
-۰/۰۷۱	۰/۰۷۹	۰/۷۷۹	-۰/۱۰۳	۳۶۸	۰/۹۱۸	-۰/۰۷۱	۲۹/۰۵	پسر	هویت هنجاری
-۰/۰۷۱			-۰/۱۰۱	۱۳۶/۹۵۱	۰/۹۲۰	-۰/۰۷۱	۲۹/۱۲	دختر	
...									
۱/۲۱۱	۱/۸۰۳	۰/۱۸۰	۱/۹۴۱	۳۶۸	۰/۰۵۳	۱/۲۱۱	۲۹/۴۷	پسر	هویت سردرگم
۱/۲۱۱			۲/۰۳۷	۱۵۱/۸۱۰	۰/۰۴۳	۱/۲۱۱	۲۸/۲۶	دختر	
...									
-۲/۶۶۷	۱۲/۳۳۹	۰/۰۰۰	-۴/۲۲۹	۳۶۸	۰/۰۰۰	-۲/۶۶۷	۳۰/۷۷	پسر	هویت تعهد
-۲/۶۶۷			-۳/۷۱۷	۱۱۸/۳۴۳	۰/۰۰۰	-۲/۶۶۷	۳۳/۴۴	دختر	
...									

نتایج جدول نشان می‌دهد که تفاوت میانگین‌ها در میزان استفاده از اینترنت و هویت تعهد در بین دانشجویان دختر و پسر متفاوت است. با مقایسه میانگین‌ها در مورد این دو متغیر،

می‌توان به این نتیجه رسید که میزان استفاده از اینترنت در بین دانشجویان پسر در مقایسه با دانشجویان دختر بیشتر است. اما از لحاظ هویت تعهد، موضوع برعکس است و دانشجویان دختر در مقایسه با دانشجویان پسر، نمرات بیشتری کسب نموده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به منظور بررسی رابطه بین سه متغیر ابعاد شخصیت و سبک‌های هویت با استفاده از اینترنت انجام شده است. برای ورود به بحث درباره یافته‌های پژوهش، ابتدا یافته‌های تحقیق، مطابق با فرضیه‌های پژوهش مرور می‌شود.

در این بررسی، نتایج تحلیل آماری رگرسیون چندگانه نشان داد که از بین ابعاد شخصیت، بُعد باوجدان بودن، پیش‌بین معنادار برای متغیر میزان استفاده از اینترنت است. اما برای چهار بُعد دیگر از ابعاد شخصیت (روان‌رنجوری، برونگرایی، موافق بودن و گشودگی)، رابطه معنادار نیست. با توجه به این که نوع رابطه بین این بُعد از شخصیت با استفاده از اینترنت، منفی بود، می‌توان این گونه اظهار داشت که با افزایش بُعد با وجدان بودن در افراد، از میزان استفاده از اینترنت در آن‌ها کاسته می‌شود. تحلیل رگرسیون همچنین نشان داد که $18/5$ درصد از تغییرات واریانس مربوط به استفاده از اینترنت، ناشی از متغیر شخصیت است. نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون نیز نشان داد که بین ابعاد برونگرایی، موافق بودن و با وجدان بودن، با میزان استفاده از اینترنت، رابطه معنادار است. با توجه به این که علامت ضریب همبستگی برای هر سه بُعد فوق، منفی بود؛ لذا می‌توان گفت که با افزایش ویژگی‌های شخصیتی برونگرایی، موافق بودن و با وجدان بودن، میزان استفاده از اینترنت کاهش می‌یابد. در مقایسه نتایج این پژوهش با سایر پژوهش‌ها، مشخص می‌شود که فقط در مورد بُعد برونگرایی، یافته این پژوهش همسو با نتایج پژوهش کونیمورا و توماس (۲۰۰۰) و برقی‌ایرانی و بیات (۱۳۸۹) است. در بررسی‌های گومبور و واس (۲۰۰۸) و احمدیان و ذوالفقاری (۱۳۸۹) ارتباط بین برونگرایی با استفاده از اینترنت، مثبت و معنادار بود. در مورد ابعاد با وجدان بودن و موافق بودن نیز یافته‌های این

پژوهش با یافته‌های پژوهش‌های گومبور و واس (۲۰۰۸) و شایق و همکاران (۱۳۸۸) در تضاد است. در ضمن، در پژوهش‌های گومبور و واس (۲۰۰۸)، کونیمورا و توماس (۲۰۰۰)، اسمخانی اکبری نژاد و نجارپور (۱۳۸۹)، احمدیان و ذوالفقاری (۱۳۸۹)، شایق، آزاد و بهرامی (۱۳۸۹)، قاسم‌زاده و همکاران (۱۳۸۶) و درگاهی و رضوی (۱۳۸۶)، بین بُعد روان‌رنجوری با استفاده از اینترنت ارتباط معنادار به دست آمده بود؛ اما در این مطالعه بین این دو بعد از شخصیت و استفاده از اینترنت، رابطه معنادار نبود. با توجه به این که اینترنت، پدیده‌ای نوظهور و کاملاً وابسته به فرهنگ است و از طرفی، افراد با نیازهای مختلف بسته به سن، جنس، تحصیلات، نظام ارزش‌ها و باورها و ... از این فناوری استفاده می‌کنند، بنابراین می‌توان انتظار داشت که دیدگاه‌ها و انگیزه‌های متفاوتی برای استفاده از اینترنت در جوامع مختلف وجود داشته باشد، در این صورت تعارض موجود بین نتایج پژوهش‌های مختلف قابل توجیه است.

در بررسی فرضیه دوم پژوهش، نتایج تحلیل آماری رگرسیون چند متغیری، نشان داد که از بین سبک‌های هویت، هویت هنجاری و هویت سردرگم پیش‌بین‌های معنادار برای متغیر میزان استفاده از اینترنت بودند. برای دو بُعد دیگر از هویت؛ یعنی هویت اطلاعاتی و هویت تعهد، رابطه معنادار نبود. با توجه به این که رابطه هویت هنجاری با میزان استفاده از اینترنت، منفی و رابطه هویت سردرگم با میزان استفاده از اینترنت، مثبت بود؛ لذا می‌توان گفت که افزایش در هویت هنجاری با کاهش در میزان استفاده از اینترنت همراه است؛ ولی آهنگ تغییرات هویت سردرگم با میزان استفاده از اینترنت همسو است. تحلیل رگرسیون همچنین مشخص کرد که از روی متغیرهای پیش‌بین (سبک‌های هویت) می‌توان ۹/۴ درصد از واریانس متغیر وابسته؛ یعنی میزان استفاده از اینترنت را تبیین نمود. این نتایج در آزمون آماری ضریب همبستگی نیز به دست آمد. هر چند که بیشتر ادبیات مربوط به رابطه بین هویت و استفاده از اینترنت در ابعاد اجتماعی هویت (ملی، قومی، دینی و ...) و به‌طور خلاصه در چشم اندازی کلان مورد توجه پژوهشگران بوده است و به رابطه آن با هویت فردی و شخصی کمتر توجه شده است. در این راستا یافته‌های

پژوهش حاضر نشان می‌دهد، افرادی که در زمینه هویت، دچار مشکلاتی می‌باشند، از این فناوری به‌عنوان ابزاری در جهت جستجوی آن اقدام می‌کنند.

فرضیه سوم پژوهش، به بررسی این موضوع می‌پردازد که بین دانشجویان دختر و پسر از نظر ابعاد شخصیت، سبک‌های هویت و میزان استفاده از اینترنت تفاوت وجود دارد. نتایج آزمون آماری t نشان داد که فقط در میزان استفاده از اینترنت و هویت تعهد، بین دانشجویان دختر و پسر تفاوت وجود دارد. به عبارت بهتر، میزان استفاده از اینترنت در بین دانشجویان پسر در مقایسه با دانشجویان دختر بیشتر بود؛ که یافته اخیر با نتایج پژوهش جانسون (۲۰۱۰) همسو است. اما از لحاظ هویت تعهد، دانشجویان دختر در مقایسه با دانشجویان پسر، نمرات بیشتری کسب نموده بودند. همان‌طور که در تحلیل فرضیه دوم پژوهش مطرح شد، آزمودنی‌هایی که در زمینه هویت با مشکلاتی مواجه هستند، احتمالاً از این فناوری به‌عنوان ابزاری برای جستجوی آن استفاده می‌کنند. از طرفی می‌دانیم که هویت‌یابی در نوجوانان پسر فرایندی طولانی‌تر از نوجوانان دختر را طی می‌کند؛ لذا می‌توان انتظار داشت که میزان استفاده دانشجویان پسر از اینترنت نسبت به دختران بیشتر بوده و از طرفی میزان هویت تعهد در دختران بالاتر از پسران باشد.

در پایان با توجه به نتایج پژوهش و ناهمخوانی برخی از یافته‌های تحقیق حاضر با سایر پژوهش‌ها (به‌ویژه یافته‌های مستخرج از بررسی فرضیه اول) پیشنهاد می‌شود، در پژوهش‌های آتی، به جنبه‌های ویژه و اختصاصی موضوع تمرکز بیشتری شود. برای مثال رابطه منفی و معنادار مؤلفه‌هایی چون با وجدان بودن و موافق بودن، با میزان استفاده از اینترنت از سویی و رابطه مثبت آن با روان‌رنجوری (به گزارش بسیاری از پژوهش‌های داخلی) این شائبه را بر می‌انگیزاند که یکی از اهداف مهم کاربران ایرانی در استفاده از اینترنت، نه لزوماً پاسخ‌گویی به نیازها و کنجکاوی‌های علمی و فناوری؛ بلکه کنار آمدن با مشکلات عدیده روانی است. همچنین در این رابطه می‌توان به پاسخ‌گویی سؤالاتی برآمد که ضمن آن، رابطه بین ویژگی‌های خاص شخصیتی یا نگرش‌های اعتقادی، فرهنگی و اجتماعی افراد را با میزان استفاده از اینترنت بررسی می‌کنند.

در خصوص رابطه بین سبک‌های هویت (در ابعاد فردی) و استفاده از اینترنت نیز پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات آتی، این ارتباط تنها از دریچه ابعاد اجتماعی و متغیرهای کلان فرهنگی مورد امتنان محققین نباشد. همچنین بررسی رابطه بین میزان استفاده از اینترنت با آزمون‌هایی که ویژگی‌های شخصیتی را از بُعد مشکلات شخصیت بررسی می‌کنند؛ مانند آزمون MMPI، می‌تواند نتایج بسیار سودمندی فراهم نماید.



منابع

۱. احمدی، حبیب؛ هاشمی، سمیه؛ روحانی، علی. (۱۳۸۹). بررسی رابطه وسایل ارتباطی نوین با هویت جنسیتی جوانان شهر شیراز. مجله زن و جامعه، سال ۱، شماره ۴، ۶۰-۳۳.
۲. احمدیان، سپیده؛ ذوالفقاری، محمد. (۱۳۸۹). رابطه اعتیاد اینترنتی با چهار عامل شخصیتی آیسنک در نوجوانان. اولین همایش منطقه‌ای روان شناسی اینترنت و بازی های رایانه‌ای دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه.
۳. اسمخانی اکبری نژاد، هادی؛ نجارپوراستادی، سعید. (۱۳۸۹). بررسی اعتیاد به اینترنت و رابطه آن با ویژگی های شخصیتی و سلامت عمومی. اولین همایش منطقه‌ای روانشناسی اینترنت و بازی های رایانه‌ای دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه.
۴. برقی ایرانی، زیبا؛ بیات، شهره. (۱۳۸۹). سنجش و ارزشیابی سلامت روان و ویژگی های شخصیتی کاربران معتاد (بی وفایی آنلاین)، پرکار و کم کار به اینترنت شهر تهران. اولین همایش منطقه‌ای روانشناسی اینترنت و بازی های رایانه‌ای دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه.
۵. برک، لورا. (۱۳۸۹). روانشناسی رشد. ترجمه یحیی سید محمدی. جلد دوم. تهران: ارسباران.
۶. بهار، مهری؛ حاجی محمدی، علی. (۱۳۸۶). دانشجویان دانشگاه تهران و استفاده اینترنت: مطالعه بهرهوری و خرسندی. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۳، ۱۰، ۱۶۳-۱۸۵.
۷. حجازی، الهه؛ فرتاش، سهیلا. (۱۳۸۵). بررسی رابطه سبک‌های هویت و تعهد هویت با کیفیت دوستی. روانشناسی و علوم تربیتی، ۳۶، ۲، ۱۶۷-۱۸۴.
۸. حجازی، یوسف؛ ایروانی، محمود. (۱۳۸۲). رابطه میان ویژگی‌های شخصیتی و عملکرد شغلی. فصلنامه روانشناسی و علوم تربیتی، ۳۲، ۲، ۵۵-۶۷.
۹. شایق، سمیه؛ آزاد، حسین؛ بهرامی، هادی. (۱۳۸۸). بررسی اعتیاد به اینترنت و رابطه آن با ویژگی های شخصیتی در نوجوانان تهران. اصول بهداشت روانی، ۲، ۱۴۹-۱۵۸.
۱۰. درگاهی، حسین؛ رضوی، سیدمنصور. (۱۳۸۶). اعتیاد به اینترنت و عوامل مؤثر بر آن در ساکنان منطقه ۲ غرب تهران. فصلنامه پایش، ۳، ۶، ۲۶۵-۲۷۲.

۱۱. دلاور، علی. (۱۳۸۷). *مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی*. تهران: رشد.

۱۲. عزیزی نژاد، بهاره؛ سیدعباس زاده، میرمحمد؛ نجفی قره‌آغاجی، مرتضی. (۱۳۸۹). *بررسی تأثیر اینترنت بر هویت دینی و قومی به عنوان ابعاد هویت اجتماعی در بین دانشجویان*. اولین همایش منطقه‌ای روانشناسی اینترنت و بازی‌های رایانه‌ای دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه.

۱۳. علوی، سید سلمان؛ جنتی فرد، فرشته؛ مرآئی، محمدرضا؛ رضاپور، حسین. (۱۳۸۸). *بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی پرسشنامه اعتیاد به اینترنت GPIUS در کاربران دانشجویی دانشگاه‌های شهر اصفهان در سال ۱۳۸۸*. دانش و پژوهش در روانشناسی کاربردی، ۱۱، ۴۰، ۳۸ - ۵۰.

۱۴. علوی، سید سلمان؛ هاشمیان، کیانوش؛ جنتی فرد، فرشته. (۱۳۸۷). *مقایسه هویت و سلامت روان در دانشجویان استفاده کننده از اینترنت و محیط‌های مجازی دانشگاه تهران*. تحقیقات علوم رفتاری، ۱، ۶، ۲۷ - ۳۵.

۱۵. غمامی، سیدمحمد مهدی. (۱۳۸۴). *خطر سایبر برای کودکان*. ماهنامه اصلاح و تربیت. سازمان زندان‌ها و اقدامات تأمینی و تربیتی کشور، شماره ۳۷.

۱۶. فتحی آشتیانی، علی. (۱۳۸۸). *آزمون‌های روانشناختی*. تهران: بعثت.

۱۷. فیست، جس؛ فیست، گریگوری جی. (۱۳۸۷). *نظریه‌های شخصیت*. ترجمه یحیی سیدمحمدی. تهران: روان.

۱۸. قاسم‌زاده، لیلی؛ شهرآرای، مهرناز؛ مرادی، علیرضا. (۱۳۸۶). *بررسی میزان شیوع اعتیاد به اینترنت و رابطه آن با تنهایی و عزت نفس در دانش‌آموزان دبیرستان شهر تهران*. فصلنامه تعلیم و تربیت، ۲۳، ۴۱ - ۶۸.

۱۹. قراباغی، حسین. (۱۳۸۲). *رابطه بین عوامل (صفات) شخصیتی و رضایت شغلی کارکنان کارخانه تراکتورسازی ایران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه تبریز.

۲۰. کارور، چارلز. اس؛ شی‌یر، مایکل. اف. (۱۳۷۵). *نظریه‌های شخصیت*. ترجمه احمد رضوانی. مشهد: آستان قدس رضوی.
۲۱. مشبکی، اصغر. (۱۳۷۷). *مدیریت رفتار سازمانی (تحلیل آموزشی، کاربردی از رفتار سازمانی)*. تهران: ترجمه.
۲۲. معیدفر، سعید؛ حبیب‌پورگنابی، کرم؛ گنجی، احمد. (۱۳۸۴). *اعتیاد اینترنتی، علل و پیامدهای آن*. فصلنامه رسانه. ۱۶، ۳، ۳۹-۶۷.
۲۳. ناستی‌زایی، ناصر. (۱۳۸۸). *بررسی ارتباط سلامت عمومی با اعتیاد به اینترنت*. مجله طبیب شرق، ۱۱، ۱، ۵۷-۶۳.
۲۴. نریمانی، محمد؛ خان‌بابازاده، مژگان؛ فرزانه، سعید. (۱۳۸۶). *بررسی ویژگی‌های شخصیتی و رضایت شغلی کارکنان دانشگاه‌های اردبیل*. مجله علوم پزشکی اردبیل، ۷، ۱، ۷۷-۸۳.
۲۵. نوابخش، مهرداد؛ هاشم‌نژاد، فاطمه؛ زادشم‌پور، وحید. (۱۳۸۹). *بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان ۱۵-۲۹ سال استان مازندران*. جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، ۱، ۱۴۵-۱۷۰.
26. Bagby, R.M; Vachon, D.D; Bulmash, E.L; Toneatto, T; Quilty, L.C & Costa, P.(2007). Pathological gambling and five factor model of personality. *Personality and Individual Differences*, 43, 17, 873-80.
27. Byun, S., Ruffini, C., Mills, J.E., Douglas, A.C., Niang, M., Stepchenkova, S., Lee, S.K., Loutfi, J., Lee, J.K., Atallah, M., & Blanton, M. (2009). Internet Addiction: Metasynthesis of 1996–2006 Quantitative Research. *CyberPsychology & Behavior*, 12, 2, 203-207.
28. Dorothy, R. (1972). *Issues in adolescent psychology*. NY: Meredith inc.
29. Erikson, E.H. (1982). *The life cycle completed: A review*. New York. Norton.
30. Helsper, E. J. (2010). Gendered Internet Use Across Generations and Life Stages. *Communication Research*, 37, 3, 352-374.
31. Johnson, V.(2010). Women and the Internet: A Micro Study in Chennai, India. *Indian Journal of Gender Studies*, 17. , 1, 151-163.

- 32.Krejcie, R. V .& Morgan. D. W.(1970). Determining sample size for research. *Activities Educational and Psychological Measurement*, 30:608.
- 33.Kunimura, M & Thomas, V.(2000). Summary and review of the NEO-PI-R personality test. *Journal of Loyola Mary Mount University*, 38, 4, 1-13.
- 34.Maddi, S. R.(1989). *Personality theories*. Wadsworth. Inc.
- 35.Moynihan, L. M. & Peterson, R. S.(2001). A contingent Configuration approach to understanding the role of personality in organizational groups. *Research in Organizational Psychology*, 23, 327-328.
- 36.Papalia, D., Wendkos, E. & Olds, S.(2005). *Human Development*. NY: McGraw Hill.
- 37.Swickert, R.J., Hittner, J.B., Harris, J.L, & Herring, J.A. (2002). Relationships among Internet use, personality, and social support. *Computers in Human Behavior*, 18, 437-45.

