

مطالعه تاثیر کاربری در فیسبوک بر محرومیت نسبی و رضایت از زندگی

حمید عبداللهیان، * مهین شیخ انصاری **

(تاریخ دریافت ۹۵/۰۱/۱۵، تاریخ پذیرش ۹۶/۰۲/۰۵)

چکیده: مساله‌ای که این مقاله به آن می‌پردازد به تاثیر کاربری در فیسبوک بر "محرومیت نسبی" و "رضایت از زندگی" کاربران فعال و غیرفعال فیسبوک مربوط می‌شود. داده‌های تحقیق در دو مرحله و با روش ترکیبی جمع آوری شده اند. در مرحله اول با روش پیمایشی و در حجم ۲۴۳۷ نفر داده‌ها جمع آوری شدند و تاثیر کاربری در فیسبوک بر محرومیت نسبی کاربران فعال و غیرفعال فیسبوک سنجیده شد. در مرحله دوم برای تکمیل نتایج تحقیق در حجم ۲۸۸ نفر و در بین دانشجویان پیام نور با روش پیمایشی به جمع آوری داده‌ها پرداختیم و تاثیر کاربری در فیسبوک را بر رضایت از زندگی کاربران فعال و غیرفعال فیسبوک ارزیابی کردیم. همچنین با روش مشاهده مشارکتی و مستقیم به ارزیابی اظهارنظر کاربران فیسبوک پرداخته‌ایم تا بهتر بتوانیم نتایج تحقیق را تحلیل کنیم.

نتایج تحقیق نشان داد که کاربری در فیسبوک بر کاربران فعال و غیرفعال فیسبوک تاثیری متفاوت دارد. بدین معنی که کاربری در فیسبوک حس محرومیت نسبی کاربران غیرفعال فیسبوک را افزایش می‌دهد. این در حالی است که کاربری در فیسبوک نه تنها بر میزان حس محرومیت نسبی کاربران فعال تاثیری ندارد، بلکه میزان رضایت از زندگی آن‌ها را نیز افزایش می‌دهد.

همچنین نتایج مشاهده مشارکتی و مستقیم در فیسبوک نشان داد که تعداد زیاد دوستان فیسبوکی، برای کاربر، اعتبار و تعداد زیاد لایک‌های نوشته‌های کاربر بر صفحه‌های فیسبوکش برای او محبوبیت به همراه می‌آورد و به نظر می‌رسد تفاوت تاثیر کاربری در فیسبوک بر کاربران فعال و غیرفعال فیسبوک، به میزان اعتبار و محبوبیت

*. استاد گروه ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول) habdolah@ut.ac.ir

** دانشجوی پسادکتری دانشگاه تهران mahin.sh.ansari@gmail.com

آن‌ها در فیسبوک مربوط می‌شود.

مفاهیم کلیدی: رضایت از زندگی؛ کاربری در فیسبوک؛ کاربران فعال؛ کاربران غیرفعال؛ محرومیت نسبی.

مقدمه و بیان مسئله

در ایران اکنون کاربران اینترنت بیش از ۵۶ میلیون و هفتصد هزار نفر، تعداد کاربران فیسبوک به‌طور تخمینی بین ۱۷ میلیون تا ۱۸ میلیون نفر (عبداللهیان، شیخ انصاری، ۱۳۹۲)^۱ و تعداد کاربران تلگرام بیش از ۲۳ میلیون نفر است. به عبارت دیگر، فیسبوک بخشی از زندگی روزانه حدوداً ۱۷ میلیون کاربر ایرانی شده که اکثراً جوان هستند، و دیگر نمی‌توان روابط مجازی آن‌ها با دوستانشان را از روابط اجتماعی ایشان تفکیک کرد. همچنین در هنگام توزیع پرسش‌نامه مرتبط با این مطالعه متوجه شدیم اکثر دبیرستان‌های غیرانتفاعی و تیزهوشان مجهز به اینترنت پرسرعت و وب سایت بودند و کار با اینترنت، یک امر عادی آموزشی برای دانش آموزان تلقی می‌شد. هابرماس مطرح می‌کند اگر قرار باشد این حرکت رهائی بخش که رسانه‌های فراگیر و جهانی شدن بر جهان زیست ما تحمیل کرده است به بیماری اجتماعی تبدیل نشود اولین گام رسیدن به یک خودفهمی و خودآگاهی از جامعه در شرایط کنونی است (هابرماس، ۱۳۸۶: ۱۲۵). در این راستا پرسشی که در این‌جا مطرح می‌شود این است که این نسل چگونه زندگی را تجربه می‌کند؟ و این‌که آیا گستره اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی مجازی از جمله فیسبوک بر زندگی آن‌ها را می‌توان تعیین کرد؟ از آنجا که پاسخ به این پرسش‌ها هنوز فراهم نیست، فکر کردیم این یک مساله آکادمیک است که با انجام پژوهش می‌توان بخشی از آن را حل کرد و احتمالاً ابزار لازم را برای آگاه ساختن مردم از ابعاد کاربری در فیسبوک است. بدیهی است پرداختن به همه ابعاد کاربری در فیسبوک مقدور نیست و این مقاله تنها سعی دارد تا تاثیر کاربری در فیسبوک را بر رضایت از زندگی کاربران ارزیابی کند.

ملاحظات نظری: رویکرد دورکیم به تعادل بین نیازها و هنجارها و بازتاب آن در مطالعه

فیسبوک

بحث نظری را از این قضیه دورکیم آغاز می‌کنیم که خواسته‌ها، نیازها و هیجانان ما سیری ناپذیر هستند و اگر محدودیتی برای آن‌ها وجود نداشته باشد، حتی موجب رنج و دردسر نیز می‌شوند (کوزر، ۱۳۸۳: ۴۲۲ نقل از دورکیم ۱۹۹). رویکرد جامعه‌شناختی دورکیم تاکید دارد که در چنین شرایطی تنها این جامعه است که می‌تواند محدودیتی برای نیازها، هیجانان و آرمان‌های

1. <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm>

افراد به‌وجود بیاورد (همان: ۴۲۳، نقل از دورکیم). دورکیم معتقد است که تطبیق بین آرزوها و امکانات (یا نیازها و هنجارها) موجب می‌شود افراد از زندگی لذت ببرند و هر فرد در محیط اجتماعی خود به طور مبهمی درک می‌کند که حد نهایی قلمرو آرزوهایش تا کجاست (همان: ۴۲۴). دورکیم پایایی یک نظام را در تعیین این حد برای طبقات اجتماعی مختلف می‌داند (همان). به لحاظ نظری معتقدیم که اکنون در آغاز قرن بیست و یکم، رسانه‌های فراگیر موجب وجود آمدن روابط شبکه‌ای و افزایش تحرک فرد به شکل واقعی و مجازی حتی در کشورهای سنتی شده‌اند. روابط شبکه‌ای، تعامل بین افراد با دیگران بیگانه را گسترش می‌دهند و افراد با فرهنگ‌های و سبک‌های متفاوت زندگی آشنا می‌شوند (گیدنز، ۱۳۸۷: ۷۷-۷۸؛ هابرماس، ۱۳۸۶: ۱۲۴). این امر به نوبه خود موجب تضعیف ارزش‌ها و هنجارهای وابسته به محل، سنت و خانواده در جامعه می‌شود (هابرماس، ۱۳۸۶: ۱۲۴). به لحاظ تجربی نیز نتایج برخی از تحقیق‌ها (الیسون، ۲۰۰۷؛ استنفیلد، ۲۰۰۸؛ لويس، ۲۰۰۹؛ تومی، ۲۰۱۰؛ وانگ، ۲۰۱۲؛ عبداللهیان، شیخ انصاری، ۱۳۹۲) نشان می‌دهند که کاربری در فیسبوک روابط شبکه‌ای را گسترش می‌دهد. نتایج تحقیقات پیشین همچنین نشان می‌دهند که کاربران ایرانی از فیسبوک برای ارتباط با آشنایان در زندگی واقعی و افراد ناآشنا استفاده می‌کنند (عبداللهیان، شیخ انصاری، ۱۳۹۲). در نتیجه به نظر می‌رسد کاربری در فیسبوک نقش ارزش‌ها و هنجارهای وابسته به محل، سنت و خانواده را در تعیین حد نهایی قلمرو آرزوهای کاربران فیسبوک کم‌رنگ تر می‌کند و باعث بوجود آمدن حس محرومیت نسبی در بین کاربران فیسبوک می‌شود. از طرف دیگر، بر اساس نتایج تحقیق کرانسوا و همکاران (۲۰۱۳) تاثیر کاربری در فیسبوک بر رضایت از زندگی کاربران با توجه به فعال بودن و یا غیرفعال بودن آن‌ها در فیسبوک متفاوت است. وی معتقد است که کاربری در فیسبوک رضایت از زندگی کاربران غیرفعال در فیسبوک که بیشتر مصرف کننده مطالب دیگران هستند را کاهش می‌دهد. در تحقیق دیگری که وینینگر و همکاران (۲۰۱۴) انجام داده‌اند ملاحظه شده است که فیسبوک برای کاربران غیرفعال یک محیط استرس‌زا است و حس حسادت آن‌ها نسبت به افراد فعال در فیسبوک سبب می‌شود که رضایت زندگی آن‌ها کاهش یابد. بر این اساس چهار فرضیه زیر مطرح می‌شوند تا هم کفایت نظری مباحث بالا به شکل تجربی ارزیابی شوند و هم راه حلی برای مساله پژوهشی این مقاله بیابیم.

فرضیه‌ها: مقایسه بین کاربران غیرفعال فیسبوک و افراد غیرعضو در فیسبوک

میانگین حس محرومیت نسبی در میان کاربران غیرفعال فیسبوک بیشتر از افرادی است که عضو فیسبوک نیستند.
میانگین رضایت از زندگی کاربران غیرفعال فیسبوک کمتر از رضایت از افرادی است که عضو فیسبوک نیستند.

فرضیه‌ها: مقایسه بین کاربران فعال و غیرفعال در فیسبوک

کاربری در فیسبوک حس محرومیت نسبی را در کاربران غیرفعال فیسبوک افزایش می‌دهد
کاربری در فیسبوک رضایت از زندگی کاربران فعال فیسبوک را افزایش می‌دهد.

روش‌شناسی تحقیق

لازم به ذکر است که جمع آوری داده‌های این تحقیق در دو مرحله انجام شده است. مرحله اول تاثیر کاربری در فیسبوک را بر حس محرومیت نسبی بر افراد غیرعضو فیسبوک، کاربران فعال و کاربران غیرفعال فیسبوک را در حجم ۲۴۳۷ نفر سنجیدیم. سپس، بعد از اثبات تاثیر کاربری در فیسبوک بر حس محرومیت نسبی کاربران غیرفعال فیسبوک، برای تکمیل نتایج تحقیق تصمیم گرفتیم که تاثیر کاربری در فیسبوک را بر رضایت از زندگی افراد غیرعضو در فیسبوک، کاربران فعال و غیرفعال فیسبوک را در حجم نمونه ۲۸۸ نفر بسنجیم. به همین دلیل مجدداً به جمع آوری داده‌ها پرداختیم. جزئیات انجام این دو مرحله به شرح زیر می‌باشد.

مرحله اول شامل جمع آوری داده‌های به روش ترکیبی بود. روش ترکیبی "به معنای ترکیب هر دو رهیافت کمی و کیفی است و از جانبداری روش شناختی از یکی از روش‌ها پرهیز می‌کند" (کرسول، ۲۰۰۹: ۳۵؛ محمدپور، ۱۳۸۹: ۳۴). در روش کمی از سه شیوه خوشه‌ای آفلاین، خوشه‌ای هدفمند آنلاین و تصادفی آنلاین برای جمع آوری داده‌ها استفاده کردیم.

در روش خوشه‌ای آفلاین (پرسش‌نامه مکتوب) در دبیرستان‌های پسرانه و دخترانه در کلاس‌های دوم و سوم با روش تصادفی در مناطق آموزش و پرورش ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۷ به جمع آوری داده‌ها پرداختیم. برای گزینش نمونه‌ها در روش خوشه‌ای هدفمند آنلاین، از بین دبیرستان‌های دخترانه و پسرانه هوشمند و مجهز به اینترنت پر سرعت در مناطق دهگانه آموزش و پرورش که در بالا ذکر شد، دبیرستان‌هایی به شیوه تصادفی انتخاب شدند. سپس لینک پرسش‌نامه الکترونیکی در اختیار این مدارس قرار گرفت تا دانش آموزان داوطلب به صورت آنلاین پرسش‌نامه الکترونیکی را پر کنند. در روش تصادفی آنلاین، با استفاده از نرم افزار سوپر ایمیل اسپایدر^۱ لینک پرسش‌نامه را به ایمیل کاربران اینترنت ارسال کردیم. جامعه آماری کاربران در مرحله اول کاربران اینترنت بودند و در مجموع حجم نمونه‌ها، به ۲۴۳۷ نفر رسید. برای جمع آوری داده‌های کیفی، عضو فیسبوک شدیم و صفحه‌های فیسبوک خود را تشکیل دادیم و دوستان خود را به صفحه دعوت کردیم و به مشاهده مشارکتی پرداختیم و همچنین به مشاهده مستقیم پست‌های

۱. این نرم افزار ایمیل افراد را بر اساس کلید واژه‌هایی که ما می‌دهیم برایمان پیدا می‌کند و ما پرسش‌نامه الکترونیک را به این ایمیل‌ها ارسال می‌کنیم.

عمومی دانشجویان هنر و جامعه‌شناسی در فیسبوک پرداختیم. در مرحله دوم، در سال ۹۳ در حجم نمونه ۳۰۰ نفر در بین دانشجویان پیام نور غرب تهران و شهر ری به جمع آوری داده پرداختیم که پس از حذف پرسش‌نامه‌های ناقص حجم نمونه به ۲۸۸ نفر رسید.

مقیاس‌های تحقیق: عملیاتی کردن متغیرها

ویژگی‌های هویتی پاسخگویان جنسیت، سن و تحصیلات را در جداول ۱ و ۲ آمده است.

جدول ۱: مشخصات آماری نمونه در حجم ۲۴۳۷

متغیرها	عضو فعال در فیسبوک		عضو غیرفعال در فیسبوک		غیرعضو در فیسبوک	
	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
سن در حجم ۲۴۳۷	۲۲/۲۴	۷/۰۳۹	۲۱/۵۳	۶/۷	۱۸/۵۷	۶/۳۲
جنسیت در حجم ۲۴۳۷	فراوانی		فراوانی		فراوانی	
	زن	٪۵۵/۸ (۳۱۷)	زن	٪۴۴/۹ (۱۹۳)	زن	٪۶۱/۴ (۸۶۴)
	مرد	٪۴۰ (۲۵۰)	مرد	٪۵۴/۷ (۲۳۵)	مرد	٪۳۸/۴ (۵۳۹)
تحصیلات در حجم ۲۴۳۷	فراوانی		فراوانی		فراوانی	
	دیپلم	٪۲۳/۹ (۱۳۶)	دیپلم	٪۲۷/۰ (۱۱۶)	دیپلم	٪۷/۳ (۱۰۲)
	لیسانس	٪۱۱/۳ (۶۴)	لیسانس	٪۱۳/۵ (۵۸)	لیسانس	٪۴/۲ (۵۹)
	فوق لیسانس	٪۱/۸ (۱۰)	فوق لیسانس	٪۴/۰ (۱۷)	فوق لیسانس	٪۱/۵ (۲۱)
	دکتری	٪۰/۵ (۳)	دکتری	٪۰/۲ (۱)	دکتری	٪۰/۲ (۲)
	بیجواب	٪۰/۲ (۱)	بیجواب	٪۰/۴ (۲)	بیجواب	٪۰/۲ (۲)

جدول ۲: مشخصات آماری نمونه در حجم ۲۸۸

متغیرها	عضو فعال در فیسبوک		عضو غیرفعال در فیسبوک		غیرعضو در فیسبوک	
	میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار
سن در حجم ۲۸۸	۲۹/۹۰۴	۳۹/۳۲	۲۳/۷۸	۴۰/۶۷	۲۷/۳۱	۸/۳۹۶
جنسیت	فراوانی به درصد		فراوانی به درصد		فراوانی به درصد	
	زن	٪۶۸/۲ (۳۰)	زن	٪۶۷/۱ (۵۵)	زن	٪۷۷/۸ (۱۲۶)
	مرد	٪۳۱/۸ (۱۴)	مرد	٪۳۲/۱ (۲۶)	مرد	٪۲۲/۲ (۳۶)
تحصیلات	فراوانی به درصد		فراوانی به درصد		فراوانی به درصد	
	لیسانس	٪۸۲/۹ (۶۹)	لیسانس	٪۷۲/۷ (۳۲)	لیسانس	٪۹۰/۷ (۱۴۷)
	لیسانس	٪۱۷/۱ (۱۴)	لیسانس	٪۲۷/۳ (۱۲)	لیسانس	٪۹/۳ (۱۵)

متغیرها	عضو فعال در فیسبوک	عضو غیرفعال در فیسبوک	غیرعضو در فیسبوک
	میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار
فوق لیسانس			

مقیاس فعال بودن کاربر در فیسبوک، "وابستگی به فیسبوک" به عنوان متغیر مستقل
 در پژوهش‌های انجام شده شاخص‌های متفاوتی را برای سنجش فعال بودن کاربر در فیسبوک به کار برده‌اند که می‌توان آن‌ها را به چهار دسته به شرح زیر تقسیم کرد (وینینگر، ۲۰۱۴: ۵).
 بر اساس میزان وابستگی به فیسبوک (الیسون، ۲۰۰۷).
 زمان استفاده از فیسبوک (الیسون، ۲۰۰۷؛ کروس، ۲۰۱۳؛ لی، ۲۰۱۱).
 تعداد دوستان (الیسون، ۲۰۰۷).
 بر اساس فعالیت‌ها: به اشتراک گذاشتن (وانگ، ۲۰۱۳) و خودافشایی (لی، ۲۰۱۱).
 در این تحقیق، متغیر "وابستگی به فیسبوک" را به عنوان شاخص "فعال بودن" انتخاب کرده‌ایم. از این جهت، افرادی که میانگین وابستگی به فیسبوک آن‌ها بیشتر از ۳ است کاربر فعال محسوب می‌شوند. ضریب آلفای کرونباخ در حجم نمونه ۲۲۸ مساوی ۰/۸۲۵ است و در حجم ۲۴۳۷ مساوی ۰/۸۴۳ است که نشان می‌دهد مقیاس "وابستگی به فیسبوک" معتبر است (جدول ۳).
جدول ۳: متغیر مستقل: فعال بودن کاربر در فیسبوک، وابستگی به فیسبوک^۱

ضریب آلفای کرونباخ در حجم نمونه ۲۸۸ مساوی ۰/۸۲۵ است و در حجم نمونه ۲۴۳۷ مساوی ۰/۸۴۳ است								
در حجم ۲۸۸				در حجم ۲۴۳۷				گویه‌های بعد دوم وابستگی به فیسبوک
عضو غیرفعال فیسبوک		عضو فعال فیسبوک		عضو غیرفعال فیسبوک		عضو فعال فیسبوک		
انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	
۰/۹۹۷	۲/۵۱	۰/۷۷۲	۴/۱	۱/۱۱۲	۲/۵۵	۰/۷۱۲	۴/۲۰	فیسبوک قسمتی از فعالیت‌های روزانه من است
۰/۷۵۴	۲	۰/۸۴۴	۳/۵۹	۰/۸۴۷	۲/۰۲	۰/۹۸۵	۳/۰۴	من از اینکه به دیگران می‌گویم که در فیسبوک هستم احساس غرور می‌کنم.

۱. منبع: عبداللهیان، شیخ انصاری (۱۳۹۲)؛ الیسون (۲۰۰۷).

ضریب آلفای کرونباخ در حجم نمونه ۲۸۸ مساوی ۰/۸۲۵ است و در حجم نمونه ۲۴۳۷ مساوی ۰/۸۴۳ است								
در حجم ۲۸۸				در حجم ۲۴۳۷				گویه‌های بعد دوم وابستگی به فیسبوک
عضو غیر فعال فیسبوک		عضو فعال فیسبوک		عضو غیر فعال فیسبوک		عضو فعال فیسبوک		
انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	
۰/۸۴	۱/۹۰	۰/۶۲۰	۲/۸۲	۰/۹۳۷	۲/۱۶	۰/۸۳۸	۳/۸۷	فیسبوک دارد به قسمتی از روال زندگی روزانه ام تبدیل می شود.
۰/۸۶۱	۲	۰/۸۱۵	۳/۱۸	۰/۸۱۳	۱/۸۵	۱/۰۳۴	۳/۴۴	وقتی برای مدتی خارج از فیسبوک هستم احساس می کنم خارج از دسترس هستم.
۰/۹۸۴	۲/۵۱	۰/۷۶۵	۳/۷۰	۱/۰۰۸	۲/۷	۰/۷۶۳	۳/۸۷	من احساس می کنم که قسمتی از جامعه فیسبوک هستم.
۱/۱۱۳	۲/۵۴	۰/۹۱۸	۴/۲۵	۱/۱۸۲	۲/۶۹	۰/۸۳۹	۴/۲۵	من بسیار متاسف خواهم شد اگر فیسبوک از کار بیفتد.
۳/۵۵۳	۱۳/۴۶۳	۲/۲۵۱	۲۱/۶۵۹	۲/۸۸	۲۲/۶۶۷	۳/۳۶۳	۱۴/۰۵۳۵	مقیاس وابستگی به فیسبوک

مقیاس های فرعی برای ارزیابی بهتری از فعال بودن در فیسبوک:

علاوه بر آنچه گفته شد، تعداد دوستان فیسبوکی، تعداد دوستان جدید، سال‌های عضویت در فیسبوک و زمان استفاده از فیسبوک را نیز برای اطمینان به عنوان متغیرهای فرعی برای سنجش فعال بودن ارزیابی کرده‌ایم.

جدول ۴: متغیرهای فرعی برای فعال بودن کاربر در فیسبوک

در حجم ۲۸۸		در حجم ۲۴۳۷		گویه‌ها
عضو غیر فعال فیسبوک	عضو فعال فیسبوک	عضو غیر فعال فیسبوک	عضو فعال فیسبوک	
فراوانی به درصد		فراوانی به درصد		فراوانی به درصد
کمتر از ۳۰ دقیقه ۷۵/۵ درصد بیشتر از ۳ ساعت ۱/۳ درصد		کمتر از ۳۰ دقیقه ۲۰/۵ درصد بیشتر از ۳ ساعت ۳۸/۶ درصد		در هفته گذشته به طور میانگین تقریباً چند دقیقه روزانه در فیسبوک بوده اید؟ گزینه‌ها: ۱- کمتر از ۱۰ دقیقه ۲- بین ۱۰ تا ۳۰ دقیقه ۳- بین ۳۱ تا ۶۰ دقیقه ۴- بین ۱-۱,۵ ساعت ۵- بین ۱,۵ تا ۲ ساعت ۶- بین ۲ تا ۲,۵-۷ ۷- ۲,۵ تا ۳ ۸- بیشتر از ۳ ساعت
میانگین انحراف معیار	میانگین	میانگین انحراف معیار	میانگین	
۲/۶۸۶	۳/۴۳۲	۱/۹۹۳۵	۲/۴۰۶۸	سال‌های عضویت در فیسبوک
۱/۷۶۸	۲/۱۰۶۴	۱/۳۰	۱/۷۳۵	
۸۸/۴۷۲	۲۸۰/۸۸۶	۱۱۹/۰۱	۲۰۶/۶۱	تعداد دوستان فیسبوکی
۱۲۰/۶۲۲	۴۵۷/۳۹	۳۰/۱۹۱	۴۷۰/۴۸۲	
۳۱/۲۶	۱۲۷/۲۶	۱۲۸/۳۲	۱۳۷/۸۲	دوستانی که از طریق فیسبوک آشنا شده‌اند
۹۶/۲۹۲	۲۲/۱۲۰	۲۰۸/۱۷۸	۱۷۸۷/۸۶	

مقیاس محرومیت نسبی: متغیر وابسته

برای سنجش محرومیت نسبی بر اساس نظریه دورکیم با گویه "زندگی من در بیشتر جنبه‌ها با ایده آل‌هایم تطبیق ندارد." حس محرومیت نسبی را سنجیده‌ایم (جدول ۵).

جدول ۵: مقیاس محرومیت نسبی در حجم ۲۴۳۷

گویه	عضو فعال در فیسبوک	عضو غیر فعال در فیسبوک	غیر عضو در فیسبوک (گروه کنترل)
	میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار
زندگی من در بیشتر جنبه‌ها با ایده آل‌هایم تطبیق ندارد.	۱/۰۹۷ ۲/۸۲	۱/۰۰۸ ۲/۸۷	۱/۰۵۱ ۲/۷۵

مقیاس رضایت از زندگی: متغیر وابسته

برای سنجش رضایت از زندگی از مقیاس ۵ گویه‌ای دینر (۱۹۸۵) با استفاده از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده کرده‌ایم. ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۱۵ نشان می‌دهد این مقیاس برای سنجش رضایت از زندگی در بین کاربران فیسبوک، یک مقیاس معتبر است (جدول ۶).

جدول ۶: مقیاس رضایت از زندگی در حجم ۲۸۸

گویه‌ها	عضو فعال در فیسبوک	عضو غیرفعال در فیسبوک	غیرعضو در فیسبوک
زندگی من در بیشتر جنبه‌ها با ایده آل‌هایم تطبیق دارد	۱/۰۱۰ ۳/۳۴	۱/۱۰۱ ۳/۱۸	۱/۰۱۸ ۳/۴۰
شرایط زندگی ام عالی است	۰/۹۸۵ ۳/۲۳	۱/۰۱۸ ۳/۱۱	۰/۹۰۷ ۳/۴۸
تا اینجا چیزهایی را که در زندگی خواسته‌ام به دست آورده‌ام	۱/۰۲۱ ۳/۵۷	۰/۹۱۴ ۳/۶۰	۰/۷۹۵ ۳/۸۶
از زندگی ام راضی هستم	۱/۰۶۱ ۳/۳۹	۱/۰۵۸ ۳/۰۶	۱/۰۲۳ ۳/۳۴
اگر می‌توانستم در زندگی به عقب برگردم تقریباً هیچ چیز را عوض نمی‌کردم	۱/۱۷۰ ۲/۵۵	۱/۱۰۰ ۲/۲۲	۱/۱۹۴ ۲/۴
رضایت از زندگی	۴/۰۶ ۱۶/۰۶۸	۳/۹۴۳ ۱۵/۱۷۰	۳/۷۱۶ ۱۶/۷۰۳

عزت نفس متغیر تاثیرگذار بر رضایت از زندگی:

برای سنجش عزت نفس از مقیاس روزنبرگ (۱۹۶۵) و طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده کرده‌ایم.

۷: میانگین و انحراف معیار عزت نفس

معیار عزت نفس	عضو فعال در فیسبوک		عضو غیرفعال در فیسبوک		غیرعضو در فیسبوک	
	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
عزت نفس در حجم ۲۴۳۷	۰/۶۰۹۴۸	۳/۹۴۲۷	۰/۶۳۳۵۹	۳/۹۰۹۶	۰/۶۲۳۲۲	۳/۸۶۴
عزت نفس در حجم ۲۸۸	۰/۵۷۵	۳/۹۶۶	۰/۵۷۹۷	۳/۸۸۲	۰/۵۱۶۰	۳/۷۶۳

سرمایه اجتماعی متغیر تاثیرگذار بر رضایت از زندگی:

از مقیاس ۷ گویه‌ای (اليسون ۲۰۰۷؛ عبداللهیان، شیخ انصاری، ۱۳۹۲) برای سنجش سرمایه اجتماعی استفاده کرده‌ایم (جدول ۸).

جدول ۸: میانگین و انحراف معیار سرمایه اجتماعی

معیار سرمایه اجتماعی	عضو فعال در فیسبوک		عضو غیرفعال در فیسبوک		غیرعضو در فیسبوک	
	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
سرمایه اجتماعی در حجم ۲۴۳۷	۰/۵۵۳۳۴	۴/۰۵۳۳	۰/۶۱۸۳۸	۳/۸۴۲۲	۰/۶۹۲۸	۳/۷۸۷

معیار سرمایه اجتماعی	عضو فعال در فیسبوک		عضو غیرفعال در فیسبوک	
	میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار
سرمایه اجتماعی در حجم ۲۸۸	۰/۴۷۸	۳/۹۶۰۴	۰/۵۷۰	۳/۸۵۵

نتایج تحلیل و ارزیابی داده‌های کمی و کیفی

نتایج تحقیق کرانسوا (۲۰۱۳) و وینینگر (۲۰۱۴) نشان می‌دهند متغیرهای سن، جنسیت و تحصیلات بر رضایت از زندگی تاثیر دارند. اما نتایج آزمون چند متغیره با روش استپ وایز در این تحقیق نشان داد فقط متغیرهای عزت نفس و سرمایه اجتماعی بر رضایت از زندگی تاثیر مثبت دارند (جدول ۱۲). ارزیابی ارقام نشان می‌دهند که میانگین عزت نفس و سرمایه اجتماعی کاربران غیرفعال و فعال در فیسبوک بیشتر از افرادی است که عضو فیسبوک نیستند (جدول ۷ و ۸). همچنین اگر مکان زندگی را یک شاخص اقتصادی بدانیم نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ۷ درصد از کاربران فیسبوک مکان زندگی‌شان در شمال تهران و ۱۱/۹ درصد در جنوب تهران هستند. این در حالی است که ۳/۷ درصد افرادی که عضو فیسبوک نیستند در شمال تهران و ۲۵/۳ درصد از آن‌ها در جنوب تهران زندگی می‌کنند. به عبارت دیگر، عزت نفس، سرمایه اجتماعی و وضعیت اقتصادی کاربران فیسبوک بهتر از افرادی است که عضو فیسبوک نیستند. در نتیجه لزوماً می‌بایست میانگین رضایت از زندگی آن‌ها هم بیشتر باشد. با این توضیحات فرضیه‌های تحقیق را ارزیابی می‌کنیم.

ارزیابی فرضیه اول: میانگین حس محرومیت نسبی در بین اعضای غیرفعال فیسبوک بیشتر از افرادی است که عضو فیسبوک نیستند (حجم ۲۴۳۷).

میانگین حس محرومیت نسبی در بین اعضای فعال فیسبوک برابر با ۲/۸۲ با انحراف معیار برابر با ۱/۰۹۷ و میانگین حس محرومیت نسبی در بین اعضای غیرفعال فیسبوک برابر با ۲/۸۷ با انحراف معیار برابر با ۱/۰۰۸ است (جدول ۵). همچنین میانگین حس محرومیت نسبی افرادی که عضو فیسبوک نیستند برابر با ۲/۷۵ با انحراف معیار برابر با ۱/۰۵۱ است. مقایسه میانگین‌ها نشان می‌دهد افرادی که عضو فیسبوک نیستند کمترین حس محرومیت نسبی و اعضای غیرفعال در فیسبوک بیشترین حس محرومیت نسبی را دارند. با انجام آزمون t تفاوت میانگین حس محرومیت در بین اعضای فعال و غیرفعال فیسبوک با افرادی که عضو فیسبوک نیستند مورد ارزیابی قرار گرفت (آزمون تفاوت اعضای فعال و غیرفعال فیسبوک با اعضای غیرعضو در فیسبوک در حجم نمونه ۲۴۳۷). نتایج آزمون تفاوت t نشان داد که تفاوت میانگین، بین کاربران غیرفعال فیسبوک، با افرادی که عضو فیسبوک نیستند معنا دار است (جدول ۹).

جدول ۹: آزمون تفاوت محرومیت نسبی بین افرادی که عضو فیسبوک نیستند با کاربران فعال و غیرفعال در فیسبوک

غیرعضو در فیسبوک		متغیر وابسته محرومیت نسبی
سطح معنی داری	آزمون T	
۰/۱۸۹	۱/۳۱۳	کاربران فعال فیسبوک
۰/۰۴۵	۲/۰۰۵	کاربران غیرفعال فیسبوک

چنان‌که توضیح دادیم عزت نفس و سرمایه اجتماعی کاربران فیسبوک بیشتر از افراد غیرعضو در فیسبوک است و در نتیجه نمی‌توانند عامل تفاوت باشند. به عبارت دیگر ادعای مقاله در فرضیه اول مورد تایید قرار گرفته است؛ به این معنی که میانگین حس محرومیت نسبی در بین اعضای غیرفعال فیسبوک بیشتر از افرادی است که عضو فیسبوک نیستند.

ارزیابی فرضیه دوم: میانگین رضایت از زندگی کاربران غیرفعال فیسبوک کمتر از افراد غیرعضو در فیسبوک است (حجم ۲۲۸). نتایج تحقیق نشان می‌دهد که میانگین رضایت از زندگی اعضای فعال برابر با ۱۶/۰۶۸ با انحراف معیار ۴/۰۶ است و میانگین رضایت از زندگی اعضای غیرفعال فیسبوک برابر با ۱۵/۱۷۰ با انحراف معیار ۳/۹۴۳ است. همچنین میانگین رضایت از زندگی افرادی که عضو فیسبوک نیستند برابر با ۱۶/۷۰۳ با انحراف معیار ۳/۷ است. به عبارت دیگر، رضایت از زندگی پاسخگویانی که عضو فیسبوک نیستند از کاربران فعال و غیرفعال فیسبوک بیشتر است. اما نتایج آزمون t نشان داد تفاوت بین میانگین افرادی که عضو فیسبوک نیستند و اعضای غیرفعال در فیسبوک معنادار است (جدول ۱۰).

جدول ۱۰: آزمون تفاوت رضایت از زندگی بین افرادی که عضو فیسبوک نیستند با اعضای فعال و غیرفعال

در حجم ۲۸۸

اعضای غیرعضو در فیسبوک		متغیر وابسته رضایت از زندگی
سطح معنی داری	آزمون T	
۰/۳۲۸	-۰/۹۸۶	اعضای فعال فیسبوک
۰/۰۰۳	-۲/۹۸۱	اعضای غیرفعال فیسبوک

به عبارت دیگر، فرضیه دوم نیز مورد تایید قرار گرفته است. این بدان معنی است که میانگین رضایت از زندگی کاربران غیرفعال فیسبوک کمتر از افراد غیرعضو در فیسبوک است.

مقایسه کاربران فعال و غیرفعال در فیسبوک

ارزیابی فرضیه سوم: کاربری در فیسبوک حس محرومیت نسبی را در بین کاربران غیرفعال فیسبوک افزایش می‌دهد.

برای ارزیابی این فرضیه بین میزان "وابستگی به فیسبوک" کاربران فعال و غیرفعال با متغیر میزان حس محرومیت نسبی آن‌ها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتیجه آزمون پیرسون نشان داد فقط بین محرومیت نسبی و "وابستگی به فیسبوک" در کاربران غیرفعال فیسبوک با ضریب همبستگی $0/102$ همبستگی معناداری وجود دارد و فرضیه سوم اثبات شد و این بدان معناست که کاربری در فیسبوک حس محرومیت نسبی را در بین کاربران غیرفعال فیسبوک افزایش می‌دهد.

جدول ۱۱- آزمون همبستگی بین حس محرومیت نسبی و وابستگی به فیسبوک در کاربران غیرفعال (در

حجم ۲۴۳۷)

درجه اطمینان	متغیر مستقل "وابستگی به فیسبوک"	متغیر وابسته محرومیت نسبی
	همبستگی پیرسون	
۰/۰۳۵	۰/۱۰۲	اعضای غیرفعال فیسبوک
۰/۱۷۷	-۰/۰۵۷	اعضای فعال فیسبوک

ارزیابی فرضیه چهارم: کاربری در فیسبوک میزان رضایت از زندگی کاربران فعال فیسبوک را

افزایش می‌دهد.

نتیجه رگرسیون چند متغیره بین رضایت از زندگی با متغیرهای تاثیر گذار جنسیت، تحصیلات، سن، زمان استفاده از اینترنت، زمان استفاده از فیسبوک، تعداد دوستان فیسبوکی، سرمایه اجتماعی، عزت نفس و وابستگی به فیسبوک، نشان داد که فقط متغیرهای عزت نفس، سرمایه اجتماعی و "وابستگی به فیسبوک" بر رضایت از زندگی تاثیر مثبت دارند (جدول ۱۲).

جدول ۱۲: رگرسیون چند متغیره رضایت از زندگی

درجه اطمینان	آزمون T	ضرایب استاندارد نشده		مدل سوم و متغیرها
		Beta	B	
۰/۳۸۲	۰/۸۷۸-		۲/۹۹۹	(مینای ثابت)
۰/۰۰۰	۳/۶۰۷	۰/۳۴۰	۰/۱۰۹	عزت نفس
۰/۰۰۰	۳/۶۰۷	۰/۳۳۱	۰/۰۹۹	سرمایه اجتماعی پیوند بخش
۰/۰۴۹	۱/۹۸۹	۰/۱۶۹	۰/۰۶۸	وابستگی به فیسبوک
متغیر وابسته: رضایت از زندگی در حجم ۲۸۸				

آزمون همبستگی را با کنترل دو متغیر عزت نفس و سرمایه اجتماعی گرفتیم، نتیجه آزمون نشان داد فقط بین رضایت از زندگی کاربران فعال فیسبوک و وابستگی به فیسبوک با ضریب همبستگی $0/442$ در سطح معناداری $0/003$ همبستگی وجود دارد (جدول ۱۳). این بدین معنا

است که کاربری در فیسبوک رضایت از زندگی کاربران فعال فیسبوک را افزایش می‌دهد. در نتیجه فرضیه چهارم هم اثبات شد بدین معنا که کاربری در فیسبوک میزان رضایت از زندگی کاربران فعال فیسبوک را افزایش می‌دهد.

جدول ۱۳: آزمون همبستگی پیرسون بین رضایت از زندگی کاربران فعال و غیرفعال در فیسبوک

درجه اطمینان	متغیر مستقل "وابستگی به فیسبوک"	متغیر وابسته رضایت از زندگی	متغیرهای کنترلی عزت نفس و سرمایه اجتماعی
	همبستگی پیرسون		
۰/۰۰۳	۰/۴۴۲	اعضای فعال فیسبوک	
۰/۸۸۲	۰/۰۲۶	اعضای غیرفعال فیسبوک	

تبیین تاثیر کاربری در فیسبوک بر محرومیت نسبی و رضایت از زندگی: اعضای فعال و

غیر فعال فیسبوک

نتایج تحقیق نشان داد، که میانگین سال‌های عضویت، تعداد دوستان فیسبوکی و دوستان جدید کاربران فعال فیسبوک بیشتر از میانگین سال‌های عضویت، تعداد دوستان فیسبوک و دوستان جدید در کاربران غیرفعال فیسبوک است (جدول ۴). همچنین ارزیابی نتایج نشان می‌دهد که درصد بیشتری از کاربران فعال فیسبوک دعوت افراد ناآشنا را می‌پذیرند. چنان‌که در پاسخ به این پرسش که آیا شما دعوت افراد ناآشنا در فیسبوک را برای دوستی می‌پذیرید؟ ۳۰/۸ درصد از کاربران فعال فیسبوک دادند. در حالی‌که فقط ۷/۷ درصد از کاربران غیرفعال فیسبوک جواب مثبت داده اند. به عبارت دیگر، کاربران فعال فیسبوک از طریق فیسبوک با افراد ناآشنا بیشتر ارتباط برقرار می‌کنند. به لحاظ نظری و بر اساس نظریه محرومیت نسبی، کاربران فعال فیسبوک باید در مقایسه با کاربران غیرفعال فیسبوک، بیشتر حس محرومیت نسبی کنند و زندگی واقعی خود را کمتر با ایده آل‌ها و آرزوهایشان منطبق بدانند. اما نتایج تحقیق نشان داده است که میانگین حس محرومیت نسبی در بین کاربران فعال فیسبوک کمتر از اعضای غیرفعال فیسبوک است. علاوه بر آن نتایج تحقیق نشان می‌دهد که میانگین رضایت از زندگی کاربران فعال فیسبوک بیشتر از کاربران غیرفعال فیسبوک است. همچنین نتایج آزمون همبستگی نشان داده است که کاربری در فیسبوک، حس محرومیت نسبی را در بین کاربران غیرفعال فیسبوک افزایش می‌دهد، در حالی‌که کاربری در فیسبوک رضایت از زندگی کاربران فعال فیسبوک را افزایش می‌دهد. در این‌جا بر اساس نتایج مشاهده مشارکتی و مستقیم سعی می‌کنیم به ارزیابی علت تفاوت در تاثیر کاربری در فیسبوک بر اعضای فعال و غیرفعال در فیسبوک بپردازیم.

واژه‌ها و معنای جدید در فیسبوک: تبیین علت تاثیر متفاوت فیسبوک بر کاربران

فعال و غیرفعال

نتایج داده‌های کیفی مشاهده مشارکتی و مستقیم در فیسبوک نشان می‌دهند واژه‌ها و معنای جدیدی در فیسبوک بین کاربران ایرانی بوجود آمده است. کلمات انگلیسی اد^۱، ریموو^۲، لایک^۳، تگ^۴، بلوکه^۵، پوکه^۶، پست^۷ و کامنت^۸ که هر کدام به انجام یک فعالیت در فیسبوک اشاره دارند بدون استفاده از معادل فارسی آن‌ها توسط کاربران به کار می‌روند. این واژه‌ها با توجه به این که چه عملی را در فیسبوک انجام می‌دهند بار معنایی خاصی را در بین کاربران فیسبوک پیدا کرده‌اند. در این جا به ارزیابی مفهوم اعتبار و محبوبیت در فیسبوک که می‌تواند به ما در تبیین علت افزایش حس محرومیت نسبی کاربران غیرفعال فیسبوک کمک کند می‌پردازیم.

نتایج ارزیابی اظهار نظر کاربران نشان می‌دهد که تعداد زیاد دوستان در فیسبوک برای کاربر اعتبار و شهرت به همراه دارد. به عنوان نمونه، تعداد دوستان مهران در فیسبوک ۴۵۰۰ است و او در صفحه فیسبوک خود در مورد دروسهای تعداد زیاد دوستانش صحبت می‌کند و این که باید تعداد آن‌ها را کم کند. اظهار نظر مریم در مورد نوشته او بار معنایی اعتبار و شهرت در فیسبوک را بیان می‌کند. مریم در پاسخ به نوشته مهدی می‌نویسد: "مگر مجبور بودی چرا اینقدر دوست اد^۱ کردی قصدت این بوده است که مشهور شوی!!!!!!!!!!!!!!". لایک کردن واژه‌ای دیگری در فیسبوک است و تعداد زیاد لایک یک نوشته یا عکس، بار معنایی "مورد توجه قرار گرفتن" و "محبوب بودن" را می‌دهد. به همین دلیل دوستان نزدیک و صمیمی کاربر سعی می‌کنند حتماً عکس یا نوشته دوستان را لایک کنند تا مهم بودن دوستی با او را یادآوری کنند. در این جا چند اظهار نظر از کاربران در فیسبوک را برای مستند شدن می‌آوریم. امیر بر صفحه فیسبوک خود نوشته است: "مگر لایک کردن مهم است؟". ریحان در پاسخ او نوشته است: "آقای امیر شما مثل این که تازه عضو فیسبوک شدید! بله متأسفانه برای بعضی‌ها اهمیت حیاتی داره. بلبشوییه اینجا."

(a) به نظر می‌رسد مفهوم اعتبار و محبوبیت در فیسبوک، موجب رقابت و حسادت بین کاربران فیسبوک می‌شود که می‌تواند علت تفاوت تاثیر کاربری در فیسبوک بین کاربران فعال و

1. add
2. remove
3. like
- 4 Tag
5. block
6. Poke
7. post
8. comment

۹. به معنای اضافه کردن است

غیرفعال فیسبوک باشد. در این‌جا نمونه‌ای از اظهار نظر ریحان یکی از کاربران فعال فیسبوک را برای نمونه می‌آوریم.

(b) ریحان از نظر خود قلم قوی دارد و به همین دلیل هم نوشته‌هایش را تعداد زیادی از کاربران لایک می‌کنند. او به طور ضمنی به حسادت بعضی از دوستان فیسبوکی‌اش اشاره می‌کند او در پستش نوشته است: "روزی نیست که پیغامی، پسگامی، کامنتی، متلکی، گوشه و کنایه‌ای دریافت نکنم برای این‌که به اصطلاح "لایک خورم بالااست". دوست و دشمن هم فرقی نمی‌کند، بالاخره به نحوی، در لفافه یا صریح، با اعتراض می‌گویند که فلانی! خوب لایک می‌گیری‌ها! حالا این‌که این مساله چقدر برای خود من مهم است و اصلا این‌که باید مهم باشد یا نه، یا این‌که خود فیسبوک اصلا چقدر جدی و حرفه ایست، خودش بحث دیگری است."

بحث و نتیجه‌گیری

مساله‌ای که این مقاله به آن پرداخته است به تاثیر کاربری در فیسبوک بر محرومیت نسبی و رضایت از زندگی کاربران فعال و غیرفعال فیسبوک مربوط است. بر اساس نظریه دورکیم محیط پیرامونی حد نهایی قلمرو آرزوها را برای فرد تعیین می‌کند و عدم تطابق بین زندگی واقعی و آرزوها باعث به‌وجود آمدن حس محرومیت نسبی می‌شود. از طرف دیگر رسانه‌های فراگیر همانند فیسبوک، روابط فرد را با افراد ناآشنا (روابط شبکه‌ای) گسترش می‌دهند و نقش محیط پیرامونی را در تطابق بین آرزوها و زندگی واقعی آن‌ها کم‌رنگ می‌کنند و در نتیجه حس محرومیت نسبی را در کاربران بیشتر می‌کنند.

نتایج این تحقیق نشان داد که میانگین رضایت از زندگی کاربران فعال و غیرفعال فیسبوک نسبت به اعضای غیرعضو در فیسبوک کمتر و حس محرومیت نسبی آن‌ها (کاربران فعال و غیرفعال فیسبوک) نسبت به اعضای غیرعضو در فیسبوک بیشتر است. همچنین نتایج تحقیق نشان داد، کاربری در فیسبوک حس محرومیت نسبی را در بین کاربران غیرفعال فیسبوک افزایش می‌دهد. در حالی‌که کاربری در فیسبوک رضایت از زندگی کاربران فعال فیسبوک را افزایش می‌دهد. به عبارت دیگر، تاثیر کاربری در فیسبوک بر کاربران فعال و غیرفعال فیسبوک متفاوت است.

همچنین، نتایج داده‌ها در روش کیفی نشان داد کاربران فعال فیسبوک، فیسبوک را مکانی مناسب برای فعالیت و محک زدن توانایی‌های خود می‌دانند و به نظر می‌رسد که توانسته‌اند مخاطبان خود را در فضای مجازی پیدا کنند. آن‌ها با تعداد لایک بالا و یا تعداد بالای دوستان فیسبوکی، محبوبیت و اعتباری برای خود در فضای مجازی کسب کرده‌اند و این باعث شده است که رضایت از زندگی آن‌ها افزایش یابد. اما کاربران غیرفعال در فیسبوک از یک طرف در مقایسه با

کسانی که عضو فیسبوک نیستند روابط گسترده تری با افراد ناآشنا دارند و با فرهنگ‌ها و سبک‌های متفاوت زندگی آشنا می‌شوند و این باعث می‌شود که تطابق بین آرزوها و زندگی واقعی در آن‌ها کمتر شود. از طرف دیگر کاربران غیرفعال فیسبوک در مقایسه با کاربران فعال فیسبوک، بیشتر مصرف کننده مطالب کاربران دیگر هستند. بدین معنا که بیشتر در باره نوشته‌های کاربران دیگر توضیحات می‌گذارند و یا آن‌ها را لایک می‌کنند و کمتر خود مطلب یا نوشته‌ای را بر صفحه فیسبوکشان می‌گذارند و این باعث می‌شود کاربری در فیسبوک حس محرومیت نسبی را در آن‌ها افزایش دهد. نتیجه کاربردی این تحقیق این است که فیسبوک برای کاربران غیرفعال در فیسبوک محیطی استرس زا است و باعث می‌شود بیشتر احساس محرومیت کنند و کمتر از زندگی‌شان راضی باشند.

منابع

- عبداللهیان، حمید، شیخ انصاری، مهین (۱۳۹۲)، تبیینی بر همبستگی بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی، *مجله جامعه شناسی کاربردی اصفهان*، دوره ۲۴ شماره ۴ زمستان ۹۲، شماره پیاپی ۵۲، ۱۱۹-۱۳۸.
- کوزر، لوئیس و برنارد روزنبرگ (۱۳۸۳)، *نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی*، مترجم فرهنگ ارشاد، چاپ دوم، نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷)، *جهان رها شده گفتارهایی درباره یکپارچگی جهانی*، مترجمان: علی اصغر سعیدی، یوسف حاجی عبدالوهاب، چاپ دوم، تهران: انتشارات علم و ادب.
- محمدپور، احمد (۱۳۸۹)، *فراروش بنیان‌های فلسفی و علمی روش تحقیق ترکیبی در علوم اجتماعی و رفتاری*، تهران، انتشارات جامعه شناسان.
- هابرماس، یورگن (۱۳۸۶)، *جهانی شدن و آینده دموکراسی منظومه پساملی*، مترجم: کمال پولادی، چاپ چهارم تهران، نشر مرکز.
- Creswell, John W., 2009, *Research Design: Qualitative Quantitative and Mixed Methods Approaches*, Los Angeles: Sage Publications.
- Diener, E. Emmons, R. A., Larsen, R. J., Griffin, S., (1985), the Satisfaction with Life Scale, *Journal of personality assessment* 49, 71-75 (1985).
- Ellison B., Nicole, Charles Steinfield, Cliff lamp (2007), *The Benefits of Facebook "Friends" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites*, <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.htm>
- Harris, Lisa, Raej Alan Emerald Article: The Online Connection: Transforming Marketing Strategy for Small Businesses, *Journal of Business Strategy*, Vol. 31, no. 2, 2010, pp. 4-12, Q Emerald Group Publishing Limited, ISSN 0275-6668.

- Kransova, Hanna, Wenninger, Helena, Widjaja, Thomas, Buxmann, Peter, *Envy on Facebook: A Hidden Threat to User's Life Satisfaction?* 11th International Conference on Wirtschaftsinformatik, 27th February -01st March 2013, Leipzig, Germany.
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D.S., Lin, N., Shablack, H., Jonides, J. and Ybarra, O. (2013). *Facebook Use Predicts Declines in Subjective Well-Being in Young Adults*. PLoS one, 8 (8), e69841.
- Rosenbergs, Morris (1965), *Society and the adolescent self-Image*, published by Princeton University press, 1965.
- Lee, G., Lee, J. and Kwon, S. (2011). Use of Social-Networking Sites and Subjective Well-Being: A Study in South Korea. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14 (3), 151-155.
- Lewis, Jane and Anne West (2009), 'Friending': London-based Undergraduates' Experience of Facebook, *New Media Society* at: <http://nms.sagepub.com/content/11/7/1209>; also available at: *New Media & Society*, <http://nms.sagepub.com/>
- Li, C. (2007), "Social Technographics", Forrester Research Paper, Cambridge, MA.
- Steinfeld, Charles, Nicole B. Ellison and Cliff Lampe (2008), Social Capital, Self-esteem, and Use of Online Social Network Sites: A Longitudinal Analysis, *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 434-445.
- Tomai, Manuela, Veronica Rosaa, Author Vitae, Minou Ella Mebaneb, Alessia D'Acuntia, Maura Benedettia and Donata Francescatoa (2010), Virtual Communities in School as Tools to Promote Social Capital with High School Students. *Computers & Education*, Vol. 54, Issue 1, January 2010, pp. 265-274.
- Wang, Chun-Min (2012), Using Facebook for cross-cultural collaboration: the experience of students from Taiwan, *Educational Media International*, 49 (1), 63-76.
- Wang, S.S. (2013), "I Share, Therefore I Am": Personality Traits, Life Satisfaction, and Facebook Check-Ins. *Cyber psychology, Behavior, and Social Networking*, 16 (12), 870-877.
- Wenninger, Kransova, Hanna, Thomas, Buxmann, Peter, Activity Matters: *Investigating The Influence Of Facebook Online Life Satisfaction Of Teenage Users*, Twenty Second European Conference on Information Systems.