

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 این که 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 در دو 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 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 (نویسنده مسئول)

elahe.vadoodi@gmail.com

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

delavarali@yahoo.com

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی مجازی، ویژگی‌های شخصیتی، جوانان

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، 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 چرا که 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 کنند 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 متن‌محور 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 میان‌فردی 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 به منظور تعریف هویت‌ها و لایه‌های ناشناخته و یا 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 هستند 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 در نهایت تأثیرگذاری بر عملکرد آنان، شناخت ویژگی‌های شخصیتی این کاربران از عوامل مهم و مؤثر به شمار می‌آید. (تسیا، ۲۰۰۳؛ وانسینک^۲، ۲۰۰۰). چنانچه برخی تحقیقات انجام‌شده 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^۳، ۱۹۹۰: ص ۵۳).

-
1. Tsailien
 2. Wansink
 3. Goffman

همچنین نتایج تحقیقات انجام شده توسط گومبور و واس^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 مجازی دارد. در این تحقیق ارتباط مثبت و معناداری میان برون‌گرایی ($p < 0/01$) و خوشایندی ($p < 0/05$) با استفاده از اینترنت در مردان اسرائیلی وجود داشت. همچنین نتایج، ارتباط مثبت معناداری نیز میان خوشایندی و روان‌رنجورخویی را در سطح ($p < 0/01$) با استفاده از اینترنت در میان زنان اسرائیلی نشان داد. علاوه بر این استفاده مفرط از اینترنت ارتباط مثبت و معناداری ($p < 0/05$) با وظیفه‌شناسی و روان‌رنجورخویی 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 دانشجو انجام 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 حد 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، انزوای طلبی، احساس پوچی و ناامیدی، احساس گناه، لذت نبردن از سرگرمی‌های گروهی، غیبت از جمع خانواده، دوستان، مدرسه و... در فرد وابسته به اینترنت می‌شود (یانگ، ۱۹۹۸: ص ۳۸).

همچنین هامبورگر و آرتزی^۵ (۲۰۰۵) این مسأله 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 منحصر به فرد (برون‌گرا - درون‌گرا) کراوات (۱۹۹۸)^۱ 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 سایر را به شکل خاص برای انجام تماس‌های اجتماعی مفید می‌دانند؛ برای مثال شارلوت و کروات (۱۹۹۵) کاربران یک سیستم قرار ملاقات الکترونیک قدیمی که میچ میکر^۲ نامیده می‌شد را مطالعه کردند. آن‌ها تمایز معناداری را میان کاربران خجالتی و غیرخجالتی 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.

-
1. Kraut
 2. Matchmaker

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 و در سطح جامعه است. از سوی دیگر بررسی کیفیت استفاده از این فناوری‌ها و طیف وسیع امکانات ایجادشده بوسیله آن‌ها از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی موضوعی جدی است که متأسفانه از آن غفلت شده است و به‌واقع 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 از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کنند.

- برونگرایی جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند کمتر از جوانانی است که از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کنند.
- گشودگی جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند کمتر از جوانانی است که از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کنند.
- توافق یا سازگاری جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند کمتر از جوانانی است که از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کنند.
- وجدانی بودن جوانانی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند کمتر از جوانانی است که از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کنند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر در زمره تحقیقات توصیفی است و طرح تحقیق آن پس رویدادی (علی-مقایسه‌ای) می‌باشد که با هدف تعیین 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)

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

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 بود. جهت استفاده از این روش ابتدا از بین دانشکده‌های واحد علوم و تحقیقات، دانشکده علوم انسانی انتخاب گردید و سپس بر اساس دو مقطع تحصیلی کارشناسی ارشد و دکتری پنج رشته که دارای این دو مقطع بودند انتخاب شدند (تاریخ، تربیت بدنی، جغرافیا، روان‌شناسی و ارتباطات). در نهایت با توجه به تعداد این پنج رشته (با کلیه گرایش‌ها) در دو مقطع ارشد و دکتری، نمونه‌ای معادل با ۲۹۳ نفر که بر اساس فرمول کوکران به دست آمده بود، انتخاب شد.

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

$$95\% = \text{ضریب اطمینان} = 0/05 = p=q = .5 \quad d^2$$

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

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 هستند، شاخص‌های دامنه تغییرات، واریانس و انحراف استاندارد که معرف شاخص‌های پراکندگی و شاخص‌های خطای استاندارد میانگین و ضریب کجی و ضریب کشیدگی که معرف توزیع نمرات هستند اقدام به تحلیل‌های توصیفی نموده و همچنین به منظور نمایش تصویری داده‌های مربوطه از نمودارهای ستونی (میله‌ای) استفاده نمودیم.

در حیطه تحلیل‌های استنباطی نیز با تأکید بر هدف تحقیق که در زمره تحقیقات علی-مقایسه‌ای 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 ۱۸ انجام شده است.

معرفی آزمون نئو (NEOPI-R): در این پژوهش جهت سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه فرم بلند نئو NEO PI-R 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 (۸۶٪، ۷۳٪، ۵۶٪، ۶۸٪، ۸۷٪) به دست 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 می‌باشد:

روان‌رنجورخویی (N): روان‌رنجورخویی 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 به عنوان ثبات هیجانی نیز نام برده شده است. پیوستار η شامل اشخاص واکنشی ۱(N)، پاسخی ۲(=N) و ارتجاعی (N-) می‌باشد

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 درجات بالای برقراری 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)۱، میانه رو (O)۲ و نگهدارنده یا محافظه کار (O)۳ می‌باشد.

توافق‌گرایی (A): عامل توافق‌گرایی به میل باطنی و گرایش فرد در جهت تمکین و احترام گذاشتن به دیگران اشاره دارد؛ پیوستار توافق‌گرایی شامل چالش‌گرا (A⁻)، مذاکره یا سودگرا (A⁼) و سازگار A⁺ می‌باشند.

وجدان‌گرایی (C): عامل وجدان‌گرایی به تعدادی اهداف اشاره دارد که فرد بر روی آن‌ها متمرکز است. پیوستار عامل وجدان‌گرایی شامل اشخاص متمرکز (C)۱، متعادل (C)۲ و انعطاف‌پذیر (C)۳ می‌باشد.

اعتبار و روایی آزمون: درزمینه‌ی 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 گروسی فرشی (۱۳۸۰) اشاره نمود که جامعه آماری او بیش از ۱۵۰۰ دانشجوی را در برمی‌گرفت. 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 بلندمدت 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 (توافق‌گرایی) 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 گروسی 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 ابعاد 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 روان‌نژندگرایی، گشودگی، برون‌گرایی، توافق‌گرایی و 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 روان‌نژندگرایی، برون‌گرایی، توافق‌گرایی، تجربه‌گرایی و وجدانی بودن به ترتیب ۸۷٪، ۶۶٪، ۳۲٪، ۴۵٪، ۷۴٪ به دست آمد. بنابراین می‌توان اذعان 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 می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش حاضر در دو بخش تنظیم و ارائه شده است: در بخش توصیف داده‌ها، از جداول توزیع فراوانی و درصد (برای ارقامی جهت توصیف ویژگی‌های فردی) همچنین از جداول شاخص‌های آماری مرتبط با فراوانی هر یک از گزینه‌ها استفاده شده است. در بخش تحلیل داده‌ها، نیز جداول t دو گروه مستقل جهت مقایسه افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که از آن استفاده نمی‌کنند بکار گرفته شده است.

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

رشته‌های تحصیلی	کارشناسی ارشد					دکترای				
	مرد	زن	جمع	درصد	نمونه	مرد	زن	جمع	درصد	نمونه
تاریخ (کلیه رشته‌ها)	۳۱	۴۰	۷۱	۶	۱۷	۳۴	۱۲	۴۶	۴	۱۲
تربیت‌بدنی (کلیه رشته‌ها)	۳۷	۱۰۰	۱۳۷	۱۱	۳۲	۳۴	۱۹	۵۳	۴	۱۲
روانشناسی (کلیه رشته‌ها)	۵۲	۳۰۳	۳۵۵	۲۹	۸۵	۲۶	۴۹	۷۵	۶	۱۸
ارتباطات (کلیه رشته‌ها)	۴۳	۵۸	۱۰۱	۸	۲۳	۱۳	۱۴	۲۷	۲	۶
جغرافیا (کلیه رشته‌ها)	۱۱۳	۱۳۰	۲۴۳	۲۰	۵۹	۹۲	۳۳	۱۲۵	۱۰	۲۹
جمع کل	۲۷۶	۶۳۱	۹۰۷	۷۴	۲۱۶	۱۹۹	۱۲۷	۳۲۶	۲۶	۷۷

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، تربیت بدنی، 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.

جدول ۲. توزیع فراوانی مرتبط با متغیرهای شغل و درآمد

شغل	درآمد				
	آزاد	دولتی	خانه‌دار	بیکار	سایر موارد
ندارد	۷۸	۲۷	۴۰۰ تا ۸۰۰	۱۳۲	۶۱
کمتر از ۴۰۰ هزار	۷۸	۲۷	۴۰۰ تا ۸۰۰	۱۳۲	۶۱
بیشتر از ۸۰۰	۷۸	۲۷	۴۰۰ تا ۸۰۰	۱۳۲	۶۱

همانگونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود، (۱۱۳ نفر) یعنی ۳۸ درصد نمونه‌های تحقیق، دارای شغل «آزاد»، (۴۰ نفر) یعنی ۱۳ درصد دارای شغل «دولتی»، (۴۱ نفر) یعنی ۱۳ درصد «خانه‌دار»، (۴۵ نفر) یعنی ۱۵ درصد «بیکار» و (۵۵ نفر) یعنی ۱۸ درصد «سایر مشاغل» می‌باشند. همچنین (۷۸ نفر) یعنی ۲۶ درصد درآمد ندارند، (۲۷ نفر) یعنی ۹ درصد

میزان درآمدشان «کمتر از ۴۰۰ هزار تومان»، (۱۳۲ نفر) یعنی ۴۴ درصد «۴۰۰/۰۰۰ تا ۸۰۰/۰۰۰ تومان» و (۶۱ نفر) یعنی ۲۰ درصد «بالتر از ۸۰۰ هزار تومان» می‌باشد.

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

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

همانگونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود، (۱۴۹ نفر) یعنی ۵۰ درصد نمونه‌های تحقیق ساکن در منطقه «شمال تهران»، (۸۱ نفر) یعنی ۲۷ درصد ساکن در منطقه «مرکز تهران» و (۶۹ نفر) یعنی ۲۳ درصد ساکن در منطقه «جنوب تهران» می‌باشد. همچنین (۲۰۰ نفر) یعنی ۶۸ درصد نمونه‌های تحقیق «مجرد»، (۹۳ نفر) یعنی ۳۲ درصد «متاهل» می‌باشند.
یافته‌های تحلیلی: نتایج حاصل از آزمون فرضیات تحقیق

جدول ۴. وضعیت متغیر «روان‌نژادگرایی» به تفکیک گروه

گروه	شاخص‌های گرایش مرکزی		شاخص‌های پراکندگی			شاخص‌های توزیع			
	م	س	م	س	م	س	ز		
استفاده‌کنندگان	۳۵	۳۵/۵۰	۳۵/۱۳	۳۴	۳۵/۵۰	۹/۵۴	۰/۷۹	۰/۴۵	-۰/۶۴
غیر استفاده‌کنندگان	۲۸	۲۸	۲۸/۶۹	۳۴	۲۴/۲۱	۴/۹۲	۰/۴۰	۰/۹۹	۰/۹۵

با توجه به جدول فوق، می‌توان عنوان نمود که تفاوت اندکی بین نما، میانه و میانگین در هر دو گروه (استفاده‌کنندگان و غیر استفاده‌کنندگان از شبکه‌های مجازی) وجود دارد و از آنجائی که میزان ضریب کجی و کشیدگی کمتر از رقم یک است، عنوان می‌شود که توزیع فوق مفروضه نرمال بودن را دارا بوده و می‌توان از میانگین به عنوان مناسب‌ترین شاخص گرایش مرکزی و از انحراف استاندارد به عنوان مناسب‌ترین شاخص پراکندگی استفاده به عمل آورد.

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

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

با تأکید بر میزان F لوین بدست آمده (۱/۸۷) می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت میان واریانس‌های دو گروه معنادار نبوده و مفروضه همگنی واریانس‌ها برقرار است. از سویی با تأکید بر میزان مقادیر t به‌دست آمده، مطرح می‌شود که تفاوت معنی‌داری بین ویژگی روان‌نژند گرای افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند وجود دارد. (تائید فرضیه) از این رو عنوان می‌گردد که روان‌نژندگرای 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 (روان‌نژندگرای) 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 می‌باشند و خیلی ضعیف‌تر از دیگران با استرس کنار می‌آیند؛ بنابراین در این تحقیق دانشجویانی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند خصوصیات روان‌نژندگرای در آن‌ها بیشتر مشاهده می‌شود.

جدول ۶. وضعیت متغیر «گشودگی» 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	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

با توجه به جدول فوق، می‌توان عنوان نمود که تفاوت اندکی بین نما، میانه و میانگین در هر دو گروه (استفاده‌کنندگان و غیر استفاده‌کنندگان از شبکه‌های مجازی) وجود دارد و از آنجایی که میزان ضریب کجی و کشیدگی کمتر از رقم یک است، عنوان می‌شود که توزیع فوق مفروضه نرمال بودن را دارا بوده و می‌توان از میانگین به عنوان مناسب‌ترین شاخص گرایش مرکزی و از انحراف استاندارد به عنوان مناسب‌ترین شاخص پراکندگی استفاده به عمل آورد.

جدول ۷. (t دو گروه مستقل) مقایسه ویژگی 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	۰/۰۱
	غیر استفاده‌کننده	۳۵/۴۶	۴/۱۶			

با تأکید بر میزان مقادیر به‌دست آمده، مطرح می‌شود که تفاوت معنی‌داری بین ویژگی گشودگی افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند وجود ندارد (رد فرضیه) از این رو عنوان می‌گردد که گشودگی در هر دو گروه یکسان می‌باشد. لازم به ذکر است که گشودگی اشاره به خصوصیات و ویژگی‌های افرادی دارد که کاوشگر و جستجوگر هستند و 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

واگرا که عاملی در خلاقیت است مربوط می‌شود. بنابراین در این تحقیق گشودگی در هر دو گروه که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند و استفاده نمی‌کنند مشاهده می‌شود.

جدول ۸. 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 کشیدگی
استفاده‌کنندگان	۳۹	۳۹	۳۹/۲۸	۳۳	۵۵/۳۷	۷/۴۴	۰/۶۱	۰/۴۸
غیر استفاده‌کنندگان	۴۶	۴۷	۴۵/۶۵	۲۱	۱۷/۱۱	۴/۱۳	۰/۳۳	۰/۹۲

با توجه به جدول فوق، می‌توان عنوان نمود که تفاوت اندکی بین نما، میانه و میانگین در هر دو گروه (استفاده‌کنندگان و غیر استفاده‌کنندگان از شبکه‌های مجازی) وجود دارد و از آنجایی که میزان ضریب کجی و کشیدگی کمتر از رقم یک است، عنوان می‌شود که توزیع فوق مفروضه نرمال بودن را دارا بوده و می‌توان از میانگین به عنوان مناسب‌ترین شاخص گرایش مرکزی و از انحراف استاندارد به عنوان مناسب‌ترین شاخص پراکندگی استفاده به عمل آورد.

جدول ۹. (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	۴۵/۶۶	۴/۱۲			

با تأکید بر میزان F لوین بدست آمده (۱/۸۴) می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت میان واریانس‌های دو گروه معنادار نبوده و مفروضه همگنی واریانس‌ها برقرار است. از سویی 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.

جدول ۱۰. 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

با توجه به جدول فوق، می‌توان عنوان نمود که تفاوت اندکی بین نما، میانه و میانگین در هر دو گروه (استفاده‌کنندگان و غیر استفاده‌کنندگان از شبکه‌های مجازی) وجود دارد و از آنجائی که میزان ضریب کجی و کشیدگی کمتر از رقم یک است، عنوان می‌شود که توزیع فوق مفروضه نرمال بودن را دارا بوده و می‌توان از میانگین به عنوان مناسب‌ترین شاخص گرایش مرکزی و از انحراف استاندارد به عنوان مناسب‌ترین شاخص پراکندگی استفاده به عمل آورد.

جدول ۱۱. (t دو گروه مستقل) بررسی مقایسه‌ای ویژگی توافق‌گرایی در بین استفاده‌کنندگان و غیر استفاده‌کنندگان از شبکه‌های مجازی

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

با تاکید بر میزان F لوین بدست آمده (۱/۳۱) می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت میان واریانس‌های دو گروه معنادار نبوده و مفروضه همگنی واریانس‌ها برقرار است. از سویی با تأکید بر میزان مقادیر t به دست آمده، مطرح می‌شود که تفاوت معناداری بین ویژگی توافق‌گرایی افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند وجود دارد (تائید فرضیه)

جدول ۱۲. وضعیت متغیر «وجدان گرایی» 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	۴۲	۴۲	۴۲/۸۶	۳۷	۶۳/۰۷	۷/۹۷	۰/۶۵	۰/۱۱	-۰/۲۹
غیر استفاده‌کنندگان	۴۷	۴۷	۴۷/۴۶	۳۱	۳۵/۲۵	۵/۹۳	۰/۴۸	۰/۷۶	۰/۹۶

با توجه به جدول فوق، می‌توان عنوان نمود که تفاوت اندکی بین نما، میانه و میانگین در هر دو گروه (استفاده‌کنندگان و غیر استفاده‌کنندگان از شبکه‌های مجازی) وجود دارد و از آنجائی که میزان ضریب کجی و کشیدگی کمتر از رقم یک است، عنوان می‌شود که توزیع فوق مفروضه نرمال بودن را دارا بوده و می‌توان از میانگین به عنوان مناسب‌ترین شاخص گرایش مرکزی و از انحراف استاندارد به عنوان مناسب‌ترین شاخص پراکندگی استفاده به عمل آورد.

جدول ۱۳. (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 تاکید بر میزان F لوین بدست آمده (۱/۷۹) می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت میان واریانس‌های دو گروه معنادار نبوده و مفروضه همگنی واریانس‌ها برقرار است. از سویی با تأکید بر میزان مقادیر t به دست آمده، مطرح می‌شود که تفاوت معنی‌داری بین ویژگی وجدان‌گرایی افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند و افرادی که استفاده نمی‌کنند وجود دارد (تائید فرضیه). از این رو عنوان می‌گردد که افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند از وجدان‌گرایی کمتری برخوردارند.

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 این که آیا شبکه‌های اجتماعی موجب تغییر ویژگی‌های شخصیتی در جوانان می‌شوند؟

بررسی تطبیقی و مقایسه یافته‌ها و اطلاعات این تحقیق بیانگر آن است که فرضیات این پژوهش به غیر از فرضیه گشودگی تایید شده و وجود رابطه و ارتباط بین متغیر وابسته تحقیق (رفتار فردی) و متغیر مستقل تحقیق (شبکه‌های اجتماعی مجازی) نیز به اثبات رسیده است. ولی در فرضیه گشودگی معنادار بودن رابطه متغیرها تایید نشده و ثابت گردید که هر دو گروه از گشودگی یکسانی برخوردار می‌باشند به طوری که نتایج این تحقیق با تحقیقات آیزنک (۱۹۶۴)، مک کری و کاستا (۱۹۹۲)، هاوارد (۱۹۹۵)، هامبورگر و آرتوری (۲۰۰۵)، آنتیاکومبولیلیاناوس (۲۰۰۸)، همسو هست. 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 مجالی 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 هست.

همچنین نتایج رابطه روان‌نژندگرایی با کاربران شبکه‌ها نشان داد که روان‌نژندگرایی افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند بیشتر از افرادی است که از آن بی‌بهره‌اند و این دلالت بر آن دارد که افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند کسانی هستند که هیجان‌ات منفی بیشتری نسبت به دیگران می‌کنند و نیز نسبت به اکثر مردم از زندگی رضایت کمتری دارند. در مجموع این افراد تمایل عمومی به تجربه عواطف منفی چون ترس، غم، دستپاچگی، عصبانیت، احساس گناه و نفرت را بیشتر از گروه دیگر در خود پیدا می‌کنند. نتایج این تحقیق با تحقیقات آیزنک (۱۹۶۴)، مک کری و کاستا (۱۹۹۲)،

هاوارد (۱۹۹۵)، یانگ (۱۹۹۸)، مودی (۲۰۰۱)، سویکرت و همکاران (۲۰۰۲)، شاپیرو (۲۰۰۳) گامبوو ویلیاتاواس (۲۰۰۸)، ودیوس (۲۰۰۸) همسو هست. 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.

از سوی دیگر افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند از برونگرایی کمتری نسبت به افرادی که استفاده نمی‌کنند برخوردارند. این در حالی است که این افراد ارتباطات کمی با پیرامون خود داشته و وقت کمتری را صرف آن‌ها می‌کنند. آن‌ها به استقلال، خوددار بودن و یکنواخت بودن گرایش دارند و نسبت به اکثر افراد از تنها بودن بیشتر احساس راحتی می‌کنند. همچنین مطابق با تحقیق ورنیگول (۱۹۹۳)، کاتز و اسپدن (۱۹۹۷)، کروت و همکاران (۱۹۹۸) هارود و همکاران (۲۰۰۱)، پیواینترنت (۲۰۰۱) لهارت و همکاران (۲۰۰۱)، هامبورگر آرتزی (۲۰۰۱)، آنتیکومبو 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.

از طرفی کاربران شبکه‌های مجازی که از توافق گرایی کمتری برخوردارند به عنوان اشخاص چالش‌گر و یا مبارزه طلب خوانده می‌شوند. چالش‌گرها یا کسانی که نمره کمتری در عامل توافق گرایی دارند، بیشتر روی هنجارها و نیازهای خود متمرکز بوده و تاکید کمتری به نیازها و هنجارهای دیگران دارند. این اشخاص بیشتر در جستجوی قدرت عمل و دستیابی به آن هستند. افراد چالش‌گر به عنوان اشخاص دارای فکر خشن و بدون احساس شناخته شده‌اند که می‌توانند خود شیفته، ضد اجتماعی، سلطه جو و یا شخصیت‌های پارانوئیدی باشند که احساس خود را نسبت به دیگران از دست داده‌اند بنابراین نتایج این تحقیق با تحقیقات ویلیامز و یروودنالد (۱۹۸۱)، تونیس (۱۹۸۳)، هومنت و کوهنوبلیس (۱۹۸۵)، دینر، سول، لوکاسواسمیت (۱۹۹۹)، کروات و همکاران (۲۰۰۲)،

آئورنیک (۲۰۰۲)، بولنهری (۲۰۰۵) و کریستوفر ساندرز (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، انزواطلبی، 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 اصولاً در انجام امور، تک‌رو بوده و نظر دیگران را بر خود مقدم می‌دانند. بنابراین در تحقیق حاضر فرضیه فوق با تفاوت معنادار بین متغیرها مورد تأیید قرار گرفت.

همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد که افرادی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند از وجدان‌گرایی کمتری برخوردارند. عامل وجدان‌گرایی 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 است. افراد موفق، موسیقی‌دانان بزرگ و روشنفکران نامی، این صفات را در حد بالا دارند. دیکمن و تاکوموتوچوک (۱۹۸۱) این حیظه را به نام تمایل به موفقیت نامیده‌اند. نتایج تحقیقات انجام‌شده با تحقیق کومبو و ناواس (۲۰۰۸) همسو هست. نتایج تحقیقات آن‌ها نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی تأثیر مهمی بر استفاده از فضای مجازی دارد. در تحقیقات آن‌ها که ارتباط مثبت و معناداری بین استفاده مفرط از اینترنت با وجدان‌گرایی (روان رنجورخویی) مشاهده شد، نشان داده شده است که فضای مجازی به دلیل جذابیت آن و اهدافی 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 و همکاران (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 داده شده است که دانشجویانی که از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند به دلیل شرایط فضای مجازی از یک سو و ویژگی‌های شخصیتی از سوی دیگر شرایط تمرکز و هدفمندی آن‌ها پائین تر از دانشجویانی است که از شبکه‌های مجازی استفاده نمی‌کنند.

در تفسیر چنین یافته‌هایی می‌توان گفت در واقع شبکه‌ها به‌عنوان 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 به‌عنوان شیوه‌ای برای حالات مرتبط با احساس تنهایی به سمت شبکه‌ها کشیده می‌شوند. گمنامی و نداشتن ارتباط رو 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 میان‌فردی 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 شناخته نشده 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 به‌عنوان 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 و 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 Nowember, Availabel 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. (1974). Cultivation theory: cultural indicators project, available at:<http://www.nimbus.temple.edu/gerbner/ci.html>.
- Goffman, E. (1990). The presentation of self in every day 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 motires for internet use: 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. (1994). 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. *Americian 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.