

## ارتباط ویژگیهای شخصیتی و عزت نفس با شدت استفاده از فیس بوک در دانش آموزان دوره متوسطه شهر تهران

نرجس لطیفی<sup>۱</sup>

زهرا فلاحي<sup>۲</sup>

### چکیده

دسترسی به شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس‌بوک پدیده‌ای رو به گسترش است و هر روز شمار بیشتری از افراد در زمره کاربران این شبکه‌ها قرار می‌گیرند. هدف این پژوهش بررسی ارتباط میان ویژگیهای شخصیتی و عزت نفس با شدت استفاده از فیس بوک در دانش آموزان دوره متوسطه دبیرستانهای شهر تهران بوده است. این پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش دانش آموزان دوره متوسطه در سال تحصیلی ۹۳-۹۲ شهر تهران هستند. حجم جامعه برابر با ۱۱۵۱۲۹ نفر بوده است که تعداد ۳۰۰ نفر از دانش آموزان کاربر فیس‌بوک به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای از طریق پرسشنامه ویژگیهای شخصیتی نشو، عزت نفس کوپراسمیت و شدت استفاده از فیس‌بوک مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. داده‌ها با شیوه‌های آمار توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد، فراوانی و درصد) و آمار استنباطی (همبستگی پیرسون و رگرسیون همزمان) تحلیل شده‌اند. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که ویژگیهای شخصیتی از جمله برون‌گرایی و وجدانی بودن و عزت نفس عمومی ۰/۴۸ درصد از شمار دوستان در فیس‌بوک، ویژگی توافقی‌پذیری و عزت نفس عمومی و خانوادگی ۰/۳۳ درصد از مدت زمان استفاده از فیس‌بوک در طول شبانه‌روز و ویژگی شخصیتی روان‌رنجوری به طور منفی تنها ۰/۰۸ درصد از نگرش به یکی شدن فیس بوک با فعالیتهای روزانه را پیش‌بینی می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که ویژگیهای شخصیتی و میزان عزت نفس افراد در ابعاد گوناگون می‌تواند شمار دوستان و مدت زمانی که در طول شبانه‌روز در این شبکه‌ها سپری می‌کنند، پیش‌بینی کند، اما پیش‌بینی کننده مناسبی برای نگرش یکی شدن فیس بوک با فعالیتهای زندگی روزمره نیست.

**کلید واژگان:** شخصیت، عزت نفس، شدت استفاده از فیس بوک، دانش آموزان

تاریخ پذیرش: ۹۵/۴/۵

تاریخ دریافت: ۹۴/۱/۲۰

N.latifi89@gmail.com

Zahra.falahi2@gmail.com

۱. کارشناس ارشد روان‌شناسی تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی

۲. کارشناس ارشد روان‌شناسی تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی

## مقدمه

اینترنت به منزله یک دهکده جهانی الکترونیکی بخشی از زندگی روزمره را تشکیل داده است (چو و پنگ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷) که در عرصه اجتماعی نقشی حیاتی در زندگی بازی می کند (آمچای و حیات<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱) و توانسته است تغییراتی محسوس در زندگی اجتماعی افراد ایجاد کند (کوریاء، هینسلی و دوزونیکا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰؛ راس<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۰۹) و به آنها اجازه داده است که فراتر از ویژگیهای نژادی، جنسیتی (تاینز، رینولدز و گرین فیلد<sup>۵</sup>، ۲۰۰۴) و محدودیتهای جمعیت شناختی و جغرافیایی (هیندوجا و پاتچین<sup>۶</sup>، ۲۰۰۸) به شکل مجازی با یکدیگر تعامل برقرار کنند (راس و همکاران، ۲۰۰۹؛ توسان و لایون<sup>۷</sup>، ۲۰۱۰). آمارهای ارائه شده از کشورهای پیشرفته نشان داده است که در حدود ۴۸ درصد از افراد ۱۲ تا ۱۸ سال از اینترنت استفاده می کنند (یب، آشه، هریسون و کوئینان<sup>۸</sup>، ۲۰۰۸). نتایج مطالعات مؤسسه تحقیقات اینترنت و پروژه زندگی آمریکایی پیو که یکی از مؤسسات بسیار فعال در زمینه مطالعه اینترنت و چگونگی استفاده افراد از آن است در قالب برخی از جدیدترین آمارهای این مؤسسه در زمینه قشرهای مختلف کاربران اینترنت و بهره‌گیری آنها از فناوریهای گوناگون اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی مجازی ارائه شده و مشخص گردیده که بیشترین ضریب نفوذ اینترنت در دنیا متعلق به آمریکای شمالی با ۷۸/۶ درصد است، درحالی‌که بیشترین میزان استفاده‌کنندگان با بیش از یک میلیارد نفر متعلق به آسیا است. خاورمیانه با بیش از ۹۰ میلیون استفاده‌کننده از اینترنت از جمعیت ۲۲۴ میلیونی خود ضریب نفوذ ۴۰/۲ درصدی دارد. کاربران ایران نیز ۴۶/۷ درصد از استفاده‌کنندگان اینترنت خاورمیانه را تشکیل می‌دهند. جمعیت ۲۵۰ هزار نفری استفاده‌کنندگان اینترنت در سال ۲۰۰۰ در طول ۱۲ سال به میزان ۴۲ میلیون نفر رسیده است. در ژوئن ۲۰۱۲ بر اساس این منبع اطلاعاتی ۴۲ میلیون نفر از ایرانیان به اینترنت دسترسی داشته‌اند (اکبری‌تبار و اسکندری‌پور، ۱۳۹۲). یکی از فعالیتهای غالبی که نوجوانان در اینترنت به آن می‌پردازند، ملاقات در چت رومها (یب و همکاران، ۲۰۰۴؛ مارکی و ولز<sup>۹</sup>، ۲۰۰۲) و دوستیهای اینترنتی است.

1. Chou & Peng
2. Amichai & Hayat
3. Correa, Hinsley & de Zuniga
4. Ross
5. Tynes, Reynolds & Greenfield
6. Hinduja & Patchin
7. Tosun & Lajunen
8. Beebe, Asche, Harrison & Quinan
9. Markey & Wells

سایت اینترنتی فیس‌بوک از مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی آنلاین امروز است (دجارلی و ویلویی،<sup>۱</sup> ۲۰۱۰). این سایت از چهارم فوریه ۲۰۰۴ آغاز به کار کرد و طبق اعلام خودش توانست در مدت هفت سال بیش از ۸۰۰ میلیون کاربر را به عضویت خود دریاورد. ۵۰ درصد این عده یعنی ۴۰۰ میلیون کاربر روزانه به فیس‌بوک وصل می‌شوند و هرکاربر در آن به طور میانگین در حدود ۱۳۰ دوست دارد. بیش از ۹۰۰ میلیون موضوع در فیس‌بوک موجود است و هر کاربر به طور میانگین به ۸۰ صفحه ارتباط گروهی و رویداد متصل است (بی‌بی‌سی، ۲۰۱۱).

پژوهشهایی در تأیید ارتباط میان ویژگیهای شخصیتی و استفاده از فضاهای اینترنتی وجود دارد (سویکرت، هیتنر، هریس و هرینگ،<sup>۲</sup> ۲۰۰۲؛ لاندرز و لانسبری،<sup>۳</sup> ۲۰۰۶). روانشناسان معتقدند هر رفتار که فرد از خود بروز می‌دهد، تحت تأثیر عواملی بسیار مانند عوامل محیطی، عاطفی و شخصیتی است. منظور از عوامل شخصیت در واقع همان ویژگیهای شخصیتی است که می‌تواند، فرد را مستعد بروز یکسری از رفتارها نماید در صورتی که ممکن است فردی دیگر با ویژگیهای شخصیتی متفاوت دست به چنین رفتارهایی نزند. بنابراین، عوامل شخصیتی از مهم‌ترین عواملی است که قادر است در شناخت پیچیدگیهای رفتار در انسان در موقعیتهای متفاوت کمک شایان توجهی نماید و از این رو نمی‌بایست از چشم محققان دور بماند (ژانگ، هاردین و سان،<sup>۴</sup> ۲۰۱۱) و می‌تواند با مدل پنج عاملی شخصیت شامل روان‌رنجورخویی، برون‌گرایی، گشودگی به تجربه، توافق و وظیفه‌شناسی تبیین شود (سویکرت و همکاران، ۲۰۰۲). ماسکل و گوادانیو<sup>۵</sup> (۲۰۱۲) در پژوهش خود نشان داده‌اند که میزان چت، دوستی اینترنتی، چت مخفیانه و میزان دانلود عکس و فیلم سکسی با ویژگی شخصیتی برون‌گرایی ارتباط مثبت و با میزان استفاده از اینترنت ارتباط منفی دارد. ویژگی شخصیتی توافق در همه زمینه‌ها ارتباط منفی و ویژگیهای شخصیتی گشودگی به تجربه و وظیفه‌شناسی در همه ابعاد ارتباط مثبت دارند. گفتنی است که ویژگیهای شخصیتی وظیفه‌شناسی، گشودگی به تجربه و توافق و روان‌رنجوری مجموعاً به میزان ۱۸ درصد قدرت پیش‌بینی واریانس میزان چت را دارند و در این میان وظیفه‌شناسی به تنهایی ۱۴ درصد توان پیش‌بینی دارد. داشتن روابط اینترنتی، جایگزینی برای تجارب مثبت و روابط سودمند و پایدار قلمداد می‌شود (بوت، وود و پرت،<sup>۶</sup> ۲۰۰۹). از این نظر اینترنت تعاملات همسالان را گسترش و عزت

1. Desjarlais & Willoughby
2. Swickert, Hittner, Harris & Herring
3. Landers & Lounsbury
4. Zhong, Hardin & Sun
5. Muscanell & Guadagno
6. Boute, Wood & Pratt

نفس و بهزیستی آنها را افزایش می‌دهد. چنین دوستی‌هایی منبعی مهم از حمایت اجتماعی محسوب می‌شود و مشکلات درون‌گرایی افراد را کاهش می‌دهد. داشتن روابط اینترنتی به افراد امکان می‌دهد تا نگرشهای فردی خود را در روابطشان پنهان کنند (کرنول و لاندگرن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱؛ واکنبرگ و پیتر<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱).

عزت نفس و مفهوم خود-ارزشمندی از اساسی‌ترین عوامل در رشد مطلوب شخصیت فرد است. برخورداری از اراده و اعتماد به نفس قوی، قدرت تصمیم‌گیری، ابتکار، خلاقیت و نوآوری سلامت فکر و بهداشت روانی رابطه‌ای مستقیم با میزان و چگونگی عزت نفس و احساس خود-ارزشمندی دارد. یافته‌های پژوهشی فرقانی طرقي و همکاران (۱۳۹۱) نشان می‌دهند که میان عزت نفس بالا و ویژگی‌های شخصیتی مثبت در افراد رابطه وجود دارد. افرادی که عزت نفس بالایی دارند، دارای ویژگی‌هایی چون پختگی روانی، ثبات، واقع‌گرایی، آرامش، توانایی بالا در تحمل ناکامی و شکست هستند، در حالی که افرادی که عزت نفس پایینی دارند از چنین ویژگی‌هایی برخوردار نیستند. به نظر برخی از پژوهشگران مانند آرمسترانگ<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۰) و ینگ و تونگ<sup>۴</sup> (۲۰۰۷) افرادی که عزت نفس پایین و مهارت‌های اجتماعی کمی دارند بیشتر از همه احتمال دارد که وسوسه شوند تا در فضای مجازی کنترل را به دست بگیرند و احساس هویت و جایگاهی را که در زندگی واقعی ندارند به دست آورند (به نقل از بیدی و همکاران، ۱۳۹۱). با وجود این نوع رابطه میان عزت نفس و اعتماد به اینترنت روشن نیست و نمی‌توان گفت که عزت نفس پایین از اعتماد به اینترنت حاصل می‌شود یا اینکه کسانی که عزت نفس پایین دارند به سراغ اینترنت می‌روند و به آن معتاد می‌شوند. رابطه عزت نفس پایین با وابستگی به اینترنت در پژوهش‌های متعدد تأیید شده است. در برخی از پژوهش‌ها نیز مشخص شده که استفاده از اینترنت با افزایش عزت نفس همراه است (جانسون<sup>۵</sup>، ۲۰۱۱).

امروزه استفاده از فیس‌بوک در میان دانش‌آموزان و دانشجویان امریکایی به پدیده‌ای همه‌گیر تبدیل شده است و آمارها نشان می‌دهند که بیش از ۹۰ درصد آنان عضو فیس‌بوک هستند (الیسون، استاینفلد و لمپ<sup>۶</sup>، ۲۰۰۷). در ایران نیز با وجود فیلتر بودن این شبکه اجتماعی بسیاری از جوانان به دلیل متنوع بودن فضای این شبکه در برقراری ارتباط، تبادل آزدانه اطلاعات و وجود نداشتن

1. Cornwell & Lundgren
2. Valkenburg & Peter
3. Armstrong
4. Yang & Tung
5. Johnson
6. Ellison, Steinfield & Lampe

عرصه عمومی در ایران عضو این شبکه شده اند (عاملی، ۱۳۸۹). جذابیت حضور در این شبکه‌ها و از سویی ناشناس بودن کاربران می‌تواند شرایطی را بدون هیچ گونه محدودیتی برای کاربران ایجاد کند و این مسئله جذابیت استفاده از این شبکه اجتماعی را دو چندان و آن را برای کاربران جوان پرکاربردتر می‌سازد. با توجه به ویژگیهای دوران دبیرستان، که با تحولات گسترده فیزیولوژیکی، شناختی، هیجانی و اجتماعی همراه است، این دوره به عنوان یک دوره پرتنش شناخته شده است و می‌تواند منبع دشواریها و تجربه‌های جدیدی باشد که گاهی مشکلاتی را نیز برای دانش آموزان به همراه دارد و آنان را بیش از سایر افراد در معرض خطرهای جسمی و روحی قرار می‌دهد و به وابستگیهای اینترنتی می‌کشاند. از این رو این پژوهش به بررسی ارتباط عزت نفس و نوع ویژگیهای شخصیتی دانش آموزان با شدت استفاده از فیس بوک می‌پردازد.

### روش پژوهش

این پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل همه دانش آموزان دوره متوسطه دوم شهر تهران و عضو شبکه اجتماعی فیس بوک در سال تحصیلی ۹۳-۹۲ است. حجم نمونه مورد بررسی شامل ۳۰۰ دانش آموز است که به طور تصادفی چند مرحله ای از پنج منطقه ۱، ۲، ۵، ۱۱ و ۱۷ تهران از مدارس دخترانه و پسرانه (چهار مدرسه دخترانه و سه مدرسه پسرانه) انتخاب شده اند و با حضور در کلاسها از دانش آموزانی که بنا بر گزارش خود از کاربران فیس بوک بوده و حاضر به همکاری در پژوهش شده اند خواسته شده است تا به فرم اطلاعات جمعیت شناختی مشتمل بر جنس، سن و پرسشنامه ویژگیهای شخصیتی نتو، عزت نفس کوپراسمیت و شدت استفاده از فیس بوک پاسخ دهند. بعد از بررسی، پرسشنامه‌هایی که ناقص و بی دقت پر شده بودند کنار گذاشته شدند و در نهایت تعداد ۳۰۰ پرسشنامه تحلیل شدند.

### ابزار آزمون

**الف) پرسشنامه ویژگیهای شخصیتی نتو:**<sup>۱</sup> نسخه اصلی این تست حاوی ۲۴۰ سؤال و دارای دو فرم درجه بندی است که در یکی درجه بندی از سوی خود فرد و در فرم دیگر درجه بندی از سوی دیگران انجام می‌پذیرد. این پرسشنامه پنج عامل اصلی شخصیت و شش خصوصیت در هر عامل را اندازه می‌گیرد و به این ترتیب ارزیابی جامعی از شخصیت فرد ارائه می‌دهد. این تست را در ایران گروهی فرشی و صوفیانی (۱۳۸۷) ترجمه، هنجاریابی و اجرا کرده اند. در پژوهش حاضر برای اندازه گیری ویژگیهای شخصیتی از فرم کوتاه مقیاس (NEO-FFT) بهره گرفته شده است که

1. NEO Personality Inventory

پنج حیطه روان رنجوری، برون‌گرایی، تجربه‌پذیری، توافق‌پذیری و وجدان را مورد سنجش قرار می‌دهد (کاستا و مک‌کری، ۱۹۹۱). در ضمن سؤالات آن در یک مقیاس لیکرت پنج درجه ای است که خود فرد به آن پاسخ می‌دهد. کاستا و مک‌کری (۱۹۹۱) ضریب پایایی بازآزمایی مؤلفه‌های این پرسشنامه را به ترتیب ۰/۸۳، ۰/۷۵، ۰/۸۰، ۰/۷۹ و ۰/۷۹ گزارش کرده اند. حسینی لرگانی (۱۳۸۶) ضریب آلفای کرونباخ مؤلفه‌های این پرسشنامه را به ترتیب ۰/۸، ۰/۶۴، ۰/۵۲، ۰/۵۳ و ۰/۸۲ برآورد کرده است.

**ب) پرسشنامه عزت نفس کوپر اسمیت:** برای سنجش عزت نفس از پرسشنامه ۵۸ سؤالی عزت نفس کوپر اسمیت استفاده شده است. گزینه‌های آزمون به صورت بلی - خیر است که هر فرد متناسب با وضعیت خود یکی از گزینه‌ها را انتخاب می‌کند. دامنه نمرات از صفر تا ۵۰ متغیر است. نمرات بیشتر از میانگین بیانگر عزت نفس بالا و نمرات پایین‌تر نشان دهنده عزت نفس پایین است (ملک‌پور و بنی‌هاشمیان، ۱۳۸۹). ضریب پایایی این پرسشنامه در مطالعه ذوالفقاری (۱۳۷۷) معادل ۰/۸۵، در مطالعه ابراهیمی (۱۳۷۱) برابر با ۰/۸ (به نقل از ملک‌پور و بنی‌هاشمیان، ۱۳۸۹) و در مطالعه عبدالله نژاد (۱۳۷۸) معادل ۰/۸۵ محاسبه شده است.

**ج) پرسشنامه شدت استفاده از فیس‌بوک:** مقیاس شدت استفاده از فیس بوک را الیسون، استاینفلد و لمپ در سال ۲۰۰۷ ساخته اند و آن را برای کسب اطلاعاتی دقیق در مورد کاربران فیس‌بوک به کار می‌برند. این مقیاس شامل دو مؤلفه خودگزارشی از رفتارهای فیس‌بوک از جمله عده دوستان و مدت زمانی است که عموماً در طول روز در فیس‌بوک سپری می‌شود و یک مؤلفه نگرش و هیجانات شرکت‌کننده‌ها نسبت به فیس‌بوک و یکی شدن آن با فعالیت‌های زندگی روزمره است که شامل پنج سؤال با طیف لیکرت است (الیسون، استاینفلد و لمپ، ۲۰۰۷). در این پژوهش برای سه مؤلفه آلفای کرونباخ معادل ۰/۶۶، ۰/۷۰ و ۰/۶۹ به دست آمده است.

### یافته‌ها

در این پژوهش ۳۰۰ نفر (۱۳۰ پسر، ۱۷۰ دختر) از دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر تهران از لحاظ مؤلفه‌های عزت نفس، ویژگی‌های شخصیتی و شدت استفاده از فیس بوک مورد بررسی قرار گرفتند. تحلیل توصیفی داده‌ها نیز نشان داده که میانگین مؤلفه‌های عزت نفس عمومی، خانوادگی، اجتماعی و تحصیلی به ترتیب برابر با ۱۷/۰۹، ۵/۰۹، ۵/۳۶ و ۵/۰۵ است. میانگین ویژگی‌های شخصیتی برون‌گرایی، روان‌رنجوری، تجربه‌پذیری، توافق‌پذیری و وجدانی بودن برابر با ۳۷/۶۰، ۳۸/۰۶، ۳۶/۶۲ و ۳۹/۸۶ بوده است. میانگین شمار دوستان دانش‌آموزان مورد بررسی در

شبکه‌های اجتماعی شامل ۱۰۲/۸۷ و میانگین مدت زمانی که در این شبکه صرف می‌کنند نیز ۱۰۲/۹۷ دقیقه بوده است. جدول شماره ۱ میزان همبستگی میان مؤلفه‌های مورد بررسی و میانگین و انحراف استاندارد آنها را ارائه می‌دهد.

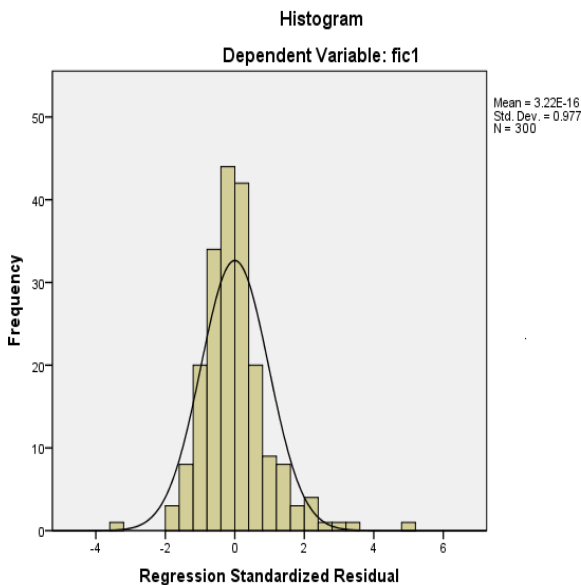
جدول ۱. نتایج همبستگی پیرسون و میانگین و انحراف استاندارد مؤلفه‌های مورد بررسی

مؤلفه‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
۱. عزت نفس عمومی	۱											
۲. عزت نفس خانوادگی	۰/۸۰ <sup>***</sup>	۱										
۳. عزت نفس اجتماعی	۰/۰۴	-۰/۰۳	۱									
۴. عزت نفس تحصیلی	۰/۳۳ <sup>***</sup>	۰/۲۶ <sup>***</sup>	-۰/۰۵	۱								
۵. برون‌گرایی	۰/۳۰ <sup>***</sup>	۰/۳۱ <sup>***</sup>	-۰/۰۰	۰/۰۵	۱							
۶. روان‌رنجوری	-۰/۰۷	۰/۰۴	۰/۰۵	-۰/۰۹	۰/۵۰ <sup>***</sup>	۱						
۷. تجربه‌پذیری	۰/۰۱	۰/۱۴ <sup>*</sup>	-۰/۱۲	۰/۰۱	۰/۶۲ <sup>***</sup>	۰/۶۱ <sup>***</sup>	۱					
۸. توافق‌پذیری	-۰/۰۴	۰/۰۶	-۰/۱۶ <sup>*</sup>	-۰/۰۵	۰/۵۱ <sup>***</sup>	۰/۵۸ <sup>***</sup>	۰/۶۴ <sup>***</sup>	۱				
۹. وظیفه‌شناسی	-۰/۰۴	۰/۰۳	-۰/۰۱	-۰/۰۲	۰/۵۰ <sup>***</sup>	۰/۵۱ <sup>***</sup>	۰/۵۴ <sup>***</sup>	۰/۵۸ <sup>***</sup>	۱			
۱۰. شمار دوستان	۰/۶۳ <sup>***</sup>	۰/۵۳ <sup>***</sup>	۰/۰۱	۰/۱۶ <sup>*</sup>	۰/۴۲ <sup>***</sup>	۰/۱۰	۰/۱۰	۰/۱۰	-۰/۰۰	۱		
۱۱. مدت زمان استفاده	۰/۵۳ <sup>***</sup>	۰/۵۱ <sup>***</sup>	۰/۰۰	۰/۱۵ <sup>*</sup>	۰/۱۸ <sup>***</sup>	۰/۰۰	۰/۰۸	۰/۱۲	-۰/۰۲	۰/۵۵ <sup>***</sup>	۱	
۱۲. نگرش به فیس‌بوک	۰/۱۹ <sup>***</sup>	۰/۱۱	۰/۰۳	۰/۰۲	۰/۰۰	-۰/۱۷ <sup>*</sup>	-۰/۰۵	-۰/۰۸	-۰/۱۳	-۰/۰۴	۰/۲۳ <sup>***</sup>	۱
<b>M</b>	۱۷/۰۹	۵/۰۹	۵/۳۶	۵/۰۵	۳۷/۶۰	۳۸/۰۶	۳۶/۶۵	۳۶/۶۲	۳۹/۸۶	۱۰۲/۸۷	۱۰۲/۹۷	۱۸/۳۶
<b>SD</b>	۲/۴۳	۱/۴۸	۱/۶۰	۱/۴۱	۱۳/۲۸	۸/۳۸	۷/۹۶	۷/۹۶	۷/۲۶	۴۶/۵۷	۴۶/۷۱	۲۱/۲۸

نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که میان عزت نفس عمومی ( $r = 0/63$ )، خانوادگی ( $r = 0/53$ ) و تحصیلی ( $r = 0/16$ ) و ویژگی شخصیتی برون‌گرایی ( $r = 0/42$ ) با شمار دوستان در شبکه‌های اجتماعی و عزت نفس عمومی ( $r = 0/53$ )، خانوادگی ( $r = 0/51$ ) و تحصیلی ( $r = 0/15$ ) و ویژگی برون‌گرایی ( $r = 0/18$ ) با مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و عزت نفس عمومی ( $r = 0/19$ ) و ویژگی شخصیتی روان‌رنجوری ( $r = -0/17$ ) با نگرش به شدت استفاده از فیس‌بوک رابطه معنادار وجود دارد.

به منظور بررسی قابلیت پیش‌بینی شمار دوستان در شبکه‌های اجتماعی براساس ویژگیهای شخصیتی و مؤلفه‌های عزت نفس از تحلیل رگرسیون چند متغیری همزمان استفاده شد، از این رو

ابتدا پیش فرضهای رگرسیون مورد بررسی قرار گرفت. مفروضه استقلال خطاها ابتدا با آزمون دوربین واتسون مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به میزان این آماره ( $Durbin\ Watson = 1/51$ ) مشخص شد که این مفروضه برقرار است و می‌توان از رگرسیون استفاده کرد. همچنین برای بررسی نرمال بودن خطاها از نمودار توزیع نرمال استفاده شد و نتایج این تحلیل نشان داد که این مفروضه نیز برقرار است. نمودار ۱ توزیع نرمال خطاها را ارائه می‌دهد.



نمودار شماره ۱. بررسی نرمال بودن توزیع خطاها

آخرین مفروضه مورد بررسی، وضعیت همخطی میان مؤلفه‌هاست. بررسی همخطی نشان می‌دهد که آیا یک متغیر مستقل تابعی خطی از سایر متغیرهای مستقل دیگر در معادله خط رگرسیون است یا خیر. اگر همخطی در معادله رگرسیون بالا باشد، بدین معناست که میان متغیرهای مستقل همبستگی بالایی وجود دارد و ممکن است با وجود بالا بودن  $R^2$ ، مدل دارای اعتبار بالایی نباشد. براین اساس با توجه به  $(0/013 = \text{مقدار ویژه})$  و  $(26/14 = \text{شاخص وضعیت})$  نشان می‌دهد که این مفروضه نیز برقرار است و مشکل خاصی در استفاده از شیوه رگرسیون وجود ندارد.

نتایج تحلیل رگرسیون با استفاده از روش همزمان با توجه به میزان  $F = 19/77$  و سطح معناداری  $P = 0/0001$  نشان می‌دهد که این مدل، مدل معناداری است و ویژگیهای شخصیتی و



مؤلفه‌های عزت نفس با توجه به میزان  $R2 = 0/48$ ، ۴۸ درصد از شمار دوستان در فیس بوک را در دانش آموزان مورد بررسی تبیین می‌کند. جدول شماره ۲ میزان ضرایب استاندارد و غیراستاندارد مورد بررسی را ارائه می‌دهد.

جدول ۲. میزان ضرایب استاندارد و غیر استاندارد و مؤلفه‌های همخطی

مؤلفه‌های همخطی		Sig	T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		مدل ۱
VIF	تولرانس			Beta	خطای استاندارد	B	
۳/۴۸	۰/۲۸	۰/۰۰	۵/۱۴	۰/۵۰	۱/۸۶	۹/۶۰	عزت نفس عمومی
۳/۰۹	۰/۳۲	۰/۶۸	۰/۴۱	۰/۰۳	۲/۸۷	۱/۱۷	عزت نفس خانوادگی
۱/۱۰	۰/۹۰	۰/۸۲	-۰/۲۱	-۰/۰۱	۱/۵۸	-۰/۳۴	عزت نفس اجتماعی
۱/۱۴	۰/۸۷	۰/۷۹	-۰/۲۵	-۰/۰۱	۱/۸۳	-۰/۴۶	عزت نفس تحصیلی
۲/۲۰	۰/۴۵	۰/۰۰	۴/۵۰	۰/۳۴	۰/۲۷	۱/۲۲	برون‌گرایی
۱/۹۹	۰/۵۰	۰/۲۵	۱/۱۴	۰/۰۸	۰/۴۰	۰/۴۶	روان‌رنجوری
۲/۴۶	۰/۴۰	۰/۱۴	-۱/۴۷	-۰/۱۲	۰/۴۷	-۰/۷۰	تجربه‌پذیری
۲/۲۲	۰/۴۵	۰/۴۴	۰/۷۷	۰/۰۶	۰/۴۹	۰/۳۷	توافق‌پذیری
۱/۷۷	۰/۵۶	۰/۰۱	-۲/۳۹	-۰/۱۶	۰/۴۴	-۱/۰۶	وجدانی بودن

نتایج تحلیل با توجه به میزان  $t$  و سطح معناداری نشان می‌دهد که در عاملهای پیش بینی شمار دوستان در فیس‌بوک عزت نفس عمومی، ویژگی برون‌گرایی و وجدانی بودن از قابلیت تبیین بیشتری نسبت به سایر عاملهای پیش‌بین برخوردارند. از تحلیل رگرسیون همزمان جهت پیش‌بینی مدت زمان استفاده از فیس‌بوک براساس ویژگیهای شخصیتی و عزت نفس نیز استفاده شده است. نتایج تحلیل رگرسیون با بهره‌گیری از روش همزمان و با توجه به میزان  $F = 10/73$  و سطح معناداری  $P = 0/0001$  نشان می‌دهد که این مدل، مدل معناداری است و ویژگیهای شخصیتی و مؤلفه‌های عزت نفس با توجه به میزان  $R2 = 0/33$ ، ۳۳ درصد مدت زمان استفاده از فیس‌بوک را در دانش آموزان مورد بررسی تبیین می‌کند. جدول ۳ میزان ضرایب استاندارد و غیر استاندارد مورد بررسی را ارائه می‌دهد.

جدول ۳. میزان ضرایب استاندارد و غیر استاندارد و مؤلفه های همخطی

مؤلفه های همخطی		Sig	T	ضرایب استاندارد Beta	ضرایب غیر استاندارد		مدل ۱
VIF	تولرانس				خطای استاندارد	B	
۳/۴۸	۰/۲۸	۰/۰۰۱	۳/۵۱	۰/۳۸	۲/۱۲	۷/۴۵	عزت نفس عمومی
۳/۰۹	۰/۳۲	۰/۰۴	۲/۰۱	۰/۲۱	۳/۲۶	۶/۵۷	عزت نفس خانوادگی
۱/۱۰	۰/۹۰	۰/۴۸	۰/۶۹	۰/۰۴	۱/۸۰	۱/۲۵	عزت نفس اجتماعی
۱/۱۴	۰/۸۷	۰/۷۹	-۰/۲۶	-۰/۰۱	۲/۰۸	-۰/۵۵	عزت نفس تحصیلی
۲/۲۰	۰/۴۵	۰/۵۵	-۰/۵۹	-۰/۰۵	۰/۳۰	-۰/۱۸	برون‌گرایی
۱/۹۹	۰/۵۰	۰/۵۷	-۰/۵۶	-۰/۰۴	۰/۴۶	۰/۲۶	روان‌رنجوری
۲/۴۶	۰/۴۰	۰/۸۸	۰/۱۴	۰/۰۱	۰/۵۴	۰/۰۷	تجربه‌پذیری
۲/۲۲	۰/۴۵	۰/۰۰۶	۲/۷۵	۰/۲۴	۰/۵۵	۱/۵۳	توافق‌پذیری
۱/۷۷	۰/۵۶	۰/۱۷	-۱/۳۶	-۰/۱۰	۰/۵۰	-۰/۶۹	وجدانی‌بودن

نتایج تحلیل با توجه به میزان  $t$  و سطح معناداری نشان می‌دهد که در پیش بینی مدت زمان استفاده از فیس‌بوک عامل‌های عزت نفس عمومی و خانوادگی و ویژگی شخصیتی توافق‌پذیری از قابلیت تبیین بیشتری نسبت به سایر عامل‌های پیش بین برخوردارند. همچنین به منظور پیش بینی نگرش به استفاده از فیس بوک براساس ویژگی‌های شخصیتی و عزت نفس از تحلیل رگرسیون همزمان استفاده شد.

نتایج تحلیل رگرسیون با بهره‌گیری از روش همزمان و با توجه به میزان  $F=1/91$  و سطح معناداری  $P=0/05$  نشان می‌دهد که این مدل، مدل معناداری نیست و ویژگی‌های شخصیتی و مؤلفه‌های عزت نفس با توجه به میزان  $R2=0/08$ ، تنها هشت درصد نگرش به استفاده از فیس‌بوک را در دانش آموزان مورد بررسی تبیین می‌کند. جدول ۴ میزان ضرایب استاندارد و غیر استاندارد مورد بررسی را ارائه می‌دهد.

جدول ۴. میزان ضرایب استاندارد و غیر استاندارد و مؤلفه‌های همخطی

مؤلفه های همخطی		Sig	T	ضرایب استاندارد Beta	ضرایب غیر استاندارد		مدل ۱
VIF	تولرانس				خطای استاندارد	B	
۳/۴۸	۰/۲۸	۰/۰۶	۱/۸۸	۰/۲۴	۱/۱۳	۲/۱۴	عزت نفس عمومی
۳/۰۹	۰/۳۲	۰/۴۶	-۰/۷۳	-۰/۰۸	۱/۷۴	-۱/۲۷	عزت نفس خانوادگی
۱/۱۰	۰/۹۰	۰/۴۹	۰/۶۹	۰/۰۵	۰/۹۶	۰/۶۶	عزت نفس اجتماعی
۱/۱۴	۰/۸۷	۰/۴۴	-۰/۷۷	-۰/۰۵	۱/۱۱	-۰/۸۶	عزت نفس تحصیلی
۲/۲۰	۰/۴۵	۰/۶۴	۰/۴۵	۰/۰۴	۰/۱۶	۰/۰۷	برون‌گرایی

۱/۹۹	۰/۵۰	۰/۰۲	-۲/۲۱	-۰/۲۱	۰/۲۴	-۰/۵۵	روان‌رنجوری
۲/۴۶	۰/۴۰	۰/۳۵	۰/۹۳	۰/۱۰	۰/۲۹	۰/۲۷	تجربه‌پذیری
۲/۲۲	۰/۴۵	۰/۶۷	۰/۴۲	۰/۰۴	۰/۲۹	۰/۱۲	توافق‌پذیری
۱/۷۷	۰/۵۶	۰/۲۱	-۱/۲۴	-۰/۱۱	۰/۲۷	-۰/۳۳	وجدانی‌بودن

نتایج تحلیل با توجه به میزان  $t$  و سطح معناداری نشان می‌دهد که در پیش‌بینی نگرش به شدت استفاده از فیس بوک تنها ویژگی شخصیتی روان‌رنجوری به صورت منفی از قابلیت تبیین بیشتری نسبت به سایر عامل‌های پیش‌بین برخوردار بوده است و سایر عامل‌ها پیش‌بین مناسبی برای نگرش به شدت استفاده از فیس بوک در نمونه مورد بررسی نبوده است.

### بحث

این پژوهش با هدف بررسی قابلیت پیش‌بینی ابعاد پرسشنامه شدت استفاده از فیس بوک براساس ویژگی‌های شخصیتی و مؤلفه‌های عزت‌نفس در دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر تهران انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی از جمله برون‌گرایی و وجدانی بودن و مؤلفه‌های عزت‌نفس عمومی و خانوادگی از قابلیت تبیین شمار دوستان در شبکه‌های اجتماعی برخوردارند. همچنین ویژگی توافق‌پذیری و عزت‌نفس عمومی و خانوادگی مدت زمانی را که کاربران در شبکه فیس‌بوک سپری می‌کنند، تبیین می‌کند. اما مشخص شد که ویژگی‌های شخصیتی و مؤلفه‌های عزت‌نفس قابلیت پیش‌بینی مناسبی برای نگرش به شدت استفاده از فیس بوک را ندارند.

شخصیت را می‌توان به صورت مجموعه بادوام و بی‌نظیر ویژگی‌هایی تعریف کرد که ممکن است در موقعیت‌های متفاوت تغییر کنند (کو<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۶) که ابعاد روان‌رنجوری، برون‌گرایی، تجربه‌پذیری، توافق‌پذیری و وجدانی بودن را شامل می‌شود. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی چون برون‌گرایی و وجدانی بودن می‌توانند شمار دوستان در شبکه اجتماعی فیس‌بوک را پیش‌بینی کنند و ویژگی توافق‌پذیری از جمله مشخصه شخصیتی است که مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی را پیش‌بینی می‌کند. این نتایج همسو با مطالعات پیشین است (سویکرت و همکاران، ۲۰۰۲؛ لاندروز و همکاران، ۲۰۰۶؛ ماسکئل و گوادانیو، ۲۰۱۲).

درواقع برون‌گرایی به تمایل به معاشرت، خونگرمی، جرأت‌مندی، جستجوی محرک، فعال و شادبودن اشاره دارد. توافق‌پذیری نیز بعد میان-فردی روابط است که با نوع‌دوستی، اعتماد، تواضع

و همکاری مشخص می‌شود و وظیفه شناسی یا وجدانی بودن، تمایل به نظم، پیشرفت‌گرایی، پافشاری و قابل اطمینان بودن و پیروی از قوانین و اصول اخلاقی است (مک‌کرا و تراسیانو<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵). پژوهشها نشان داده اند که برون‌گرایی تمایل فرد در برقراری ارتباط با دیگران و تجربه هیجانات مثبت را نشان می‌دهد (ماسکنل و گوادانیو، ۲۰۱۲). توافق با تمایل به متکی بودن، همدردی و همکاری همراه است. وظیفه شناسی، سخت کوشی سازمان یافتگی، دقت و خود-کنترلی را در پی دارد. از این رو افرادی که از ویژگیهایی چون برون‌گرایی، توافق‌پذیری و وظیفه‌شناسی بالایی برخوردارند، عموماً از تعاملاتی گسترده‌تر نسبت به افراد درون‌گرا، بسته و بی‌وجدان برخوردار خواهند بود، از این رو دوستان بیشتری هم در دنیای واقعی و مجازی خواهند داشت و بالا بودن شمار دوستان سبب می‌شود زمان بیشتری را سرگرم شبکه‌های اجتماعی در دنیای مجازی باشند. چنانکه گامبور و واس<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) نیز در پژوهشی نشان داده اند میان برون‌گرایی و خوشایندی و روان‌رنجوری با استفاده مفرط از اینترنت در میان زنان ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد. این در حالی است که میان مقیاسهای آزمون نئو و استفاده مفرط از اینترنت در زنان مجارستانی ارتباطی مشاهده نشد.

پژوهشی که حسن زاده و همکارانش (۱۳۹۱) انجام داده اند نیز نشان می‌دهد که میان اعتیاد به اینترنت و پیشرفت تحصیلی همبستگی معنادار و منفی وجود داد. میان دانش آموزان دختر و پسر از نظر میزان استفاده از اینترنت تفاوت معنادار وجود دارد و میانگین استفاده از اینترنت در پسران بالاتر از دختران است. نتایج پژوهش شائق، آزاد و بهرامی (۱۳۸۸) نیز ارتباط معناداری میان روان‌رنجورخویی و اعتیاد به اینترنت در نوجوانان نشان می‌دهد و نیز رابطه ای معنادار میان خوشایندی و وظیفه شناسی در نوجوانان دیده می‌شود و این اعتیاد در نوجوانان پسر بیشتر از دختر مشهود بود.

در تبیین این نتایج می‌توان گفت که در ایران فیس‌بوک، بیشتر از دیگر فضاهای اینترنتی توانسته است افراد گوناگون، به ویژه قشر تحصیل کرده را به خود جلب کند (نوابخش، هاشم نژاد، زادشم‌پور، ۱۳۸۹) و سبب به وجود آمدن روابطی شده است که می‌تواند برای افراد حمایت‌های اجتماعی مجازی ایجاد کند و موجب کاهش انزوای اجتماعی شود (بیب و همکاران، ۲۰۰۴). افراد

1. Terracciano  
2. Gabor & Vas

روان‌رنجور در اغلب مواقع تمایلی به ایجاد ارتباط با دیگران ندارند. براین اساس روان‌رنجوری می‌تواند به کاهش استفاده از اینترنت در شبکه‌های اجتماعی منجر شود. به علاوه ویژگیهای روان‌رنجوری از قبیل خجالتی بودن، احساس گناه، نگرانی و احساس تنهایی می‌تواند آنها را به استفاده بیش از حد از اینترنت با هدفی غیر از ایجاد روابط دوستی سوق دهد (توسان و لایون، ۲۰۱۰). افراد با ویژگی گشودگی به تجربه بالا روابط آنلاین را فرصتی برای ماجراجوییهای هیجان‌انگیز می‌دانند و این با رفتارهای کنجکاوانه و تمایل به خطر این قبیل افراد همخوانی دارد و سبب می‌شود که بیشتر در سایتهای دوست‌یابی و شبکه‌های اجتماعی حضور پیدا کنند (سویکرت و همکاران، ۲۰۰۲).

همچنین در این پژوهش مشخص شد که عزت‌نفس عمومی و خانوادگی از میان مؤلفه‌های عزت‌نفس از قابلیت پیش‌بینی بیشتری برای شمار دوستان و مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در دانش‌آموزان مورد بررسی برخوردار است. این نتایج همسو با مطالعات پیشین بوده است (کرنول و لاندگرن، ۲۰۰۱؛ واکنبرگ و پیتر، ۲۰۱۱). براساس مدل نظری دیویس، این احتمال وجود دارد که عزت‌نفس پایین به منزله یک آسیب روانی موجود، فرد را برای وابستگی به اینترنت مستعد می‌سازد (دیویس، ۲۰۰۱). درواقع وابستگی می‌تواند برای گریز از این ارزشیابی منفی و تنش روابط میان-فردی مورد استفاده قرار گیرد. رابطه میان وابستگی به اینترنت و عزت‌نفس پایین براساس نظریه یادگیری اجتماعی بندورا نیز قابل تبیین است. بندورا معتقد است کسانی که مهارتهای مقابله‌ای اجتماعی کم یا خودکارآمدی پایینی دارند معمولاً از این موارد به مثابه یک سازوکار مقابله‌ای استفاده می‌کنند. از این رو گاهی حضور در شبکه‌های اجتماعی و برخورداری از دوستان اینترنتی به مرور زمان به افزایش عزت‌نفس می‌انجامد. بنابراین می‌توان گفت که افراد با عزت‌نفس بالا بیشتر از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و همچنین ممکن است افرادی با عزت‌نفس پایین بعد از استفاده از این شبکه‌ها و داشتن ارتباطات گسترده مجازی عزت‌نفسشان افزایش پیدا کند. همچنین مشخص شد که ویژگیهای شخصیتی و مؤلفه‌های عزت‌نفس از قابلیت پیش‌بینی مناسبی برای نگرش به شدت استفاده از فیس‌بوک برخوردار نیستند و تنها ۸ درصد از این نگرش را تبیین می‌کنند. اما در عین حال ویژگی روان‌رنجوری در میان ویژگیهای شخصیتی و مؤلفه‌های عزت‌نفس تنها عاملی بود که به صورت منفی نگرش به شدت استفاده از فیس‌بوک را پیش‌بینی می‌کرد. از این رو می‌توان گفت که ویژگیهای شخصیتی چون برون‌گرایی، توافق‌پذیری و وجدانی بودن و عزت‌نفس عمومی و خانوادگی می‌تواند پیش‌بینی‌کننده شمار دوستان و مدت زمان

استفاده از فیس بوک باشد اما نگرش به فیس بوک می‌تواند تحت تأثیر عوامل دیگری قرار گیرد که در این پژوهش بررسی نشده است.

### نتیجه گیری

شبکه اجتماعی فیس‌بوک جمعیت گسترده‌ای را به خود جلب کرده است. از ویژگیهای فیس‌بوک این است که به افراد توانایی تعامل با یک جمعیت مشابه خود را می‌دهد، همچنین توانایی شناخت سیاهه ای از سایر کاربران و کسانی که در یک ارتباط سهیم‌اند و امکان مشاهده و پیگیری ارتباطات دیگران از دیگر ویژگی‌هایی است که رویکرد مردم به فیس‌بوک را بیشتر کرده است. دو نیاز اساسی مطرح شده است که افراد را برای استفاده از فیس‌بوک بر می‌انگیزد: ۱. نیاز به تعلق ۲. نیاز به ابراز خود. این دو نیاز می‌توانند به صورت مستقل عمل کنند یا به سبب سایر نیازها و متغیرهای فرهنگی و جامعه شناختی یا صفات شخصیتی مانند برون‌گرایی، درون‌گرایی، خودشیفتگی، عزت نفس، ارزش خود و... تحت تأثیر قرار گیرند. اغلب مطالعات نشان داده اند که افرادی که «برون‌گرایی» بالایی دارند در مقایسه با افراد «درون‌گرا»، احتمال بیشتری دارند که از فیس‌بوک استفاده کنند و نیز دوستان بیشتری دارند و به میزان بیشتری استفاده معتادانه از فیس‌بوک را گزارش می‌کنند. این نشان می‌دهد که تعامل با دوستان و سطوح بالای ارتباط و شبکه اجتماعی گسترده می‌تواند به تامین نیازهای برون‌گرایانه خدمت کند. مطالعه رابطه میان عزت‌نفس و استفاده از فیس‌بوک نیز نشان داد که کسانی که عزت نفس پایین دارند، احتمال بیشتری دارد که بیش از ۴ ساعت در روز را در فیس‌بوک بگذرانند. صفات شخصیتی و ویژگیهای فرهنگی بر نگرش افراد به فیس‌بوک و نحوه استفاده از آن اثر می‌گذارد، اما در عین حال می‌توان گفت که فیس‌بوک هم می‌تواند بر شخصیت افراد و فرهنگ اثر بگذارد. برخی افراد فیس‌بوک را عاملی می‌دانند که در گسترش ارتباط در فضای هنرهای گوناگون مانند شعر و ادبیات مؤثر است و برخی دیگر آن را نوعی آفت یا عامل آسیب‌رسان به هنر اصیل می‌دانند. اینکه واقعا فیس‌بوک چقدر و چگونه بر شخصیت افراد، میزان عزت نفس و زندگی فردی و اجتماعی آنها اثر می‌گذارد نیاز به بررسیهای دقیق و موشکافانه بیشتری دارد.

## منابع

- اکبری تبار، علی اکبر و اسکندری پور، ابراهیم. (۱۳۹۲). *رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی مجازی*. تهران: سرمد.
- بیدی، فاطمه؛ نامداری پژمان، مهدی؛ امانی، احمد؛ قنبری، سیروس و کارشکی، حسین. (۱۳۹۱). تحلیل ساختاری ارتباط بین اعتیاد به اینترنت با افسردگی، سازگاری اجتماعی و عزت نفس. *مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی همدان*، ۱۹ (۳)، ۴۱-۴۸.
- حسن‌زاده، رمضان؛ بیدختی، عاطفه؛ رضایی، عباس و رهایی، فاطمه. (۱۳۹۱). رابطه اعتیاد به اینترنت با پیشرفت تحصیلی و ویژگی‌های شخصیتی فراگیران. *فن آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی*، ۳ (۱)، ۹۵-۱۰۷.
- حسینی لرگانی، سیده فاطمه. (۱۳۸۶). *بررسی روابط ساده و چندگانه ویژگی‌های پنجگانه شخصیتی با نگرش‌های سه‌گانه شغلی در کارکنان شرکت کشت و صنعت امیرکبیر اهواز*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد روانشناسی صنعتی سازمانی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
- ذوالفقاری، اکرم السادات. (۱۳۷۷). *بررسی روایی، اعتبار و نرم‌یابی پرسشنامه کوپراسمیت در دبیرستان‌های اصفهان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی عمومی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه تهران.
- شائق، سمیه؛ آزاد، حسین و بهرامی، هادی. (۱۳۸۸). بررسی اعتیاد به اینترنت و رابطه آن با ویژگی‌های شخصیتی در نوجوانان تهران. *مجله اصول بهداشت روانی*، ۱۱ (۲)، ۱۴۹-۱۵۸.
- عاملی، سید سعیدرضا. (۱۳۸۹). *مطالعات انتقادی استعمار مجازی آمریکا: قدرت نرم و امپراتوری‌های مجازی*. تهران: انتشارات امیر کبیر.
- عبدالله نژاد، محمد رضا. (۱۳۷۸). *بررسی رابطه بین باورهای غیر منطقی و عزت نفس در بین دانشجویان رشته هنر و معارف اسلامی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرکز تهران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی عمومی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خوراسگان.
- فرقانی طرقي، ام البنین؛ جوانبخت، مریم؛ بیاضی، محمد حسین؛ صاحبی، علی؛ وحیدی، شعیب و دروگر، خدیجه. (۱۳۹۱). مقایسه شناختی اثربخشی آموزش گروهی واقعیت رفتاری و درمانی دانش بر عزت نفس دانش آموزان دبیرستانی. *مجله اصول بهداشت روانی*، ۱۴ (۲)، ۱۷۲-۱۸۰.
- گروسی‌فرشی، میرتقی و صوفیانی، حکیمه. (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین ابعاد شخصیت و سلامت عمومی در دانشجویان دانشگاه تبریز. *مطالعات تربیتی و روان‌شناسی*، ۹ (۲)، ۴۷-۶۳.
- ملک پور، مختار و بنی هاشمیان، کوروش. (۱۳۸۹). مقایسه رابطه سلامت عمومی با بدبینی و عزت نفس در دانشجویان شاهد و غیر شاهد دانشگاه علوم پزشکی شیراز. *مجله دانشکده پزشکی اصفهان*، ۲۸ (۱۲۰)، ۱۴۳۷-۱۴۴۶.
- نوابخش، مهرداد؛ هاشم نژاد، فاطمه و زاد شم‌پور، وحید. (۱۳۸۹). بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان ۱۵-۲۹ ساله استان مازندران. *جامعه‌شناسی مطالعات جوانان*، ۱ (۱)، ۱۴۵-۱۷۰.
- Amichai-Hamburger, Y., & Hayat, Z. (2011). The impact of the Internet on the social lives of users: A representative sample from 13 countries. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 585-589.

- BBC. (2011). *Facebook users average 3.74 degrees of separation*. November 23, BBC News: <http://www.bbc.co.uk/news/technology-15844230>.
- Beebe, B.J., Asche, S.E., Harrison, P.A., & Quinan, K.B. (2004). Heightened vulnerability and increased risk-taking among adolescent chat room users: Results from a statewide school survey. *Journal of Adolescent Health, 35*(2), 116–123.
- Buote, V.M., Wood, E., & Pratt, M. (2009). Exploring similarities and differences between online and offline friendships: The role of attachment style. *Computers in Human Behavior, 25*, 560–567.
- Chou, C., & Peng, H. (2007). Net-friends: Adolescents' attitudes and experiences vs. teachers' concerns. *Computers in Human Behavior, 23*(5), 2394–2413.
- Cornwell, B., & Lundgren, D.C. (2001). Love on the Internet: Involvement and misrepresentation in romantic relationships in cyberspace vs. real space. *Computers in Human Behavior, 17*(2), 197–211.
- Correa, T., Hinsley, A.W., & de Zuniga, H.G. (2010). Who interacts on the Web? The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior, 26*(2), 247–253.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1991). *Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five Factor Inventory (NEO-FFI): Professional Manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Davis, R.A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computer Human Behavior, 17*(2), 187–195.
- Desjarlais, M., & Willoughby, T. (2010). A longitudinal study of the relation between adolescent boys and girls computer use with friends and friendship quality: Support for the social compensation or the rich-get-richer hypothesis? *Computers in Human Behavior, 26*, 896–905.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication, 12*(4), 1143–1168.
- Gabor, A., & Vas, L. (2008). A nation – and gendered – based study about their relationship between the big five and motives for internet use: A Hungarian and Israeli comparison. *Theory Science, 38*(4), 1527–1558.
- Hinduja, S., & Patchin, J.W. (2008). Personal information of adolescents on the Internet: A quantitative content analysis of MySpace. *Journal of Adolescence, 31*(1), 125–146.
- Johnson, G.M. (2011). Self-esteem and use of the Internet among young school-age children. *International Journal of Psychological Studies, 3*(2), 48–53.
- Ko, C.H., Yen, J.Y., Chen, C.C., Chen, S.H., Wu, K., & Yen CF. (2006). Tridimensional personality of adolescents with Internet addiction and substance use experience. *Canadian Journal of Psychiatry, 51*(14), 887–894.
- Landers, R. N., & Lounsbury, J.W. (2006). An investigation of Big Five and narrow personality traits in relation to Internet usage. *Computers in Human Behavior, 22*(2), 283–293.
- Markey, P. M., & Wells, S. M. (2002). Interpersonal perception in Internet chat rooms. *Journal of Research in Personality, 36*(2), 134–146.



- McCrae, R.R., & Terracciano, A. (2005) Universal features of personality traits from the observer's perspective: Data from 50 cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(3), 547-561.
- Muscianell, N. L. & Guadagno, R. E. (2012). Make new friends or keep the old: Gender and personality differences in social networking use. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 107-112.
- Ross, C., Orr, E.S., Siscic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G. & Orr, R.R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 578-586.
- 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(4), 437-451.
- Tosun, L. P., & Lajunen, T. (2010). Does Internet use reflect your personality? Relationship between Eysenck's personality dimensions and Internet use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 162-167.
- Tynes, B., Reynolds, L., & Greenfield, P. M. (2004). Adolescence, race, and ethnicity on the Internet: A comparison of discourse in monitored vs. unmonitored chat rooms. *Applied Developmental Psychology*, 25, 667-684.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health*, 48(2), 121-127.
- Zhong, B., Hardin, M., & Sun, T. (2011). Less effortful thinking leads to more social networking? The associations between the use of social network sites and personality traits. *Computers in Human Behavior*, 27, 1265-1271.