

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۴/۰۷

تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۵/۰۲

تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر سطح اعتماد به نفس جوانان

نوشته

ندا سلیمانی *

لاله کریمی **

چکیده

این مقاله به دنبال بررسی تأثیر استفاده از فضای مجازی بر اعتماد به نفس جوانان است. روش تحقیق در این پژوهش پیمایشی و تکنیک جمع‌آوری داده‌ها نیز پرسشنامه است. پرسشنامه از طریق پست الکترونیک به صورت تصادفی برای تعداد نامشخصی ارسال شد و از بین پرسشنامه‌هایی که کامل پاسخ داده شده بودند ۳۸۴ مورد به طور تصادفی انتخاب و داده‌ها استخراج شد. چارچوب نظری تحقیق برگرفته از نظریه‌های مک‌کوییل است. متغیر مستقل تحقیق استفاده از شبکه‌های مجازی و متغیر وابسته، اعتماد به نفس جوانان است. فرضیه‌های تحقیق نیز با تکنیک ضریب همبستگی پیرسون مورد آزمون قرار گرفته‌اند. نتایج حاصل از این بررسی نشان داد که فضای مجازی بر اعتماد به نفس جوانان تأثیر دارد؛ به این معنا که با افزایش استفاده از فضای مجازی تمایل کاربران بر ارتباط گرفتن در فضای مجازی بیشتر و در فضای واقعی کمتر می‌شود. همچنین داده‌ها نشان داد که با افزایش استفاده از فضای مجازی در میان پاسخگویان، میزان استقلال‌طلبی افراد پاسخگو افزایش می‌یابد. بر اساس این پژوهش، با افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین پاسخگویان، میزان اعتماد به نفس کاربرانی که دارای مطروdit‌های اجتماعی هستند افزایش پیدا می‌کند.

کلیدواژه: شبکه‌های اجتماعی، اعتماد به نفس، جوانان.

مقدمه

میل به حضور در شبکه‌های اجتماعی در بین نسل جدید جامعه آن‌قدر گسترش یافته که می‌توان گفت بخش مهمی از امور روزمره زندگی افراد را به خود اختصاص داده و سیمای زندگی روزانه جوامع، به‌ویژه قشر جوان را تغییر داده است. امروزه بسیاری از جوانان ارتباط گرفتن از طریق فضاهای مجازی را بر ارتباط گرفتن رودررو ترجیح می‌دهند و چرایی این

* استادیار علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد تهران غرب goopgoopi@gmail.com

** کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد تهران غرب L,Karimi.ma@gmail.com

موضوع برای محقق سؤال برانگیز بود. با وجود تمام مزایایی که استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی دارد، اما ایرادی که بسیاری از محققان و نظریه‌پردازان به ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی می‌گیرند، به خطر افتادن سلامت روان کاربران و روی آوردن به تنهایی و انزوای اجتماعی است. البته می‌توان این گونه هم گفت که با پیدایش وسایل ارتباطی نوین و شکل‌گیری فضاهای مجازی بسیاری از جوانان که در فضای حقیقی در ارتباط گرفتن خود با محیط اجتماعی‌شان دچار اعتماد به نفس پایین هستند، به شبکه‌های اجتماعی روی می‌آورند و در این فضا به دنبال ایجاد روابط خود هستند و به جای تعامل رودررو با همسالان، دوستان و خانواده، شبکه‌های اجتماعی را انتخاب می‌کنند.

بیان مسئله

شخصیت افراد را می‌توان بر اساس مؤلفه‌ها و شاخص‌های گوناگون شناخت، از جمله این مؤلفه‌ها رفتار افراد در محیط‌های گوناگون است (گیل و آدمز، ۱۳۸۴). یکی از محیط‌هایی که افراد در زندگی خود با آن مواجه می‌شوند، شبکه‌های اجتماعی است. شبکه‌های اجتماعی نیز محیطی است که افراد در آن با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و بخشی از زمان خود را به زندگی در این محیط اختصاص می‌دهند.

شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از وب‌سایت‌های اینترنتی هستند. در این وب‌سایت‌ها، کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به صورت مجازی دور یکدیگر جمع می‌شوند و جماعت‌های آنلاین را تشکیل می‌دهند (مولایی، ۱۳۸۹). در واقع شبکه اجتماعی شبکه‌ای متشکل از افراد و گروه‌ها و ارتباطات بین آنهاست.

امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی به لحاظ عمومیت یافتن در میان کاربران و با گستره وسیع جغرافیایی در درون مرزهای ملی و فارغ از هر نوع کنترل از سوی مراجع قدرت، به وسیله‌ای بی‌بدیل در عرصه ارتباطات تبدیل شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی امکان حضور جوانان را بدون محدودیت زمانی و مکانی فراهم می‌کنند و باعث می‌شوند حس استقلال و اعتماد به نفس آنان بالا برود. جوانان با حضور در شبکه‌های اجتماعی، جنبه‌های شخصی و رویدادهای زندگی خود را منعکس می‌کنند.

شبکه‌های اجتماعی که نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی هستند، با اینکه عمر زیادی ندارند، توانسته‌اند به خوبی در زندگی مردم جا باز کنند. مردم بسیاری در سنین مختلف و از گروه‌های اجتماعی متفاوت در شبکه‌های اجتماعی کنار هم آمده‌اند و از فاصله‌های بسیار دور در دنیای واقعی، از این طریق باهم ارتباط برقرار می‌کنند. امروزه روش‌های ارتباطی با دیگران از طریق اینترنت افزایش یافته است. پست الکترونیک، پیام‌های کوتاه، چت‌روم‌ها، وب‌پایگاه‌ها و بازی‌ها، روش‌هایی برای گسترش و حفظ روابط اجتماعی شده‌اند. در ایران، نیز برخلاف

فیلتر بودن بسیاری از شبکه‌های اجتماعی، بسیاری از جوانان به دلیل متنوع بودن فضای این شبکه در برقراری ارتباط، تبادل آزادانه اطلاعات و نبود عرصه عمومی عضو این شبکه شده‌اند. متأسفانه در ایران در عرصه سیاستگذاری شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه رسانه‌های جدید توجه چندانی به نیازهای ارتباطی مخاطبان ایرانی در پیوستن به شبکه‌های اجتماعی نشده است. در حقیقت نگاه منفی به تحولات فناوری در عرصه رسانه‌های جدید و بی‌توجهی به نیازهای ارتباطی مخاطبان نه تنها ما را از شناخت علمی این‌گونه نیازها دور می‌کند، بلکه زمینه را برای تأثیرگذاری این شبکه‌ها که بسیاری از مواقع همسو با منافع ملی ما نیست فراهم می‌آورد (کیا و مرادآبادی، ۱۳۹۱).

گسترش سریع و فراگیر شبکه‌های اجتماعی در بین جوانان پرسش‌هایی را درباره پیامدهای احتمالی آنها برای کاربران و جامعه پدید آورده است. این فناوری‌ها، سبک زندگی جوانان را بیش از سبک زندگی سایر گروه‌های سنی تغییر داده است؛ بنابراین یک مسئله جالب توجه این است که جوانان چگونه هویت خود را در جهان فناوری می‌سازند و آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اعتماد به نفس جوانان تأثیر خواهد داشت؟ از آنجا که تعداد قابل توجهی از جمعیت ایران را جوانان تشکیل می‌دهند، پژوهشگر به دنبال آن است که به این پرسش پاسخ دهد که آیا رابطه‌ای بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با سطح اعتماد به نفس جوانان وجود دارد؟

اهداف تحقیق

هدف اصلی

هدف اصلی این تحقیق سنجش رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با اعتماد به نفس کاربران جوان است.

اهداف فرعی این تحقیق نیز شامل:

- بررسی میزان استقلال‌طلبی کاربران جوان در شبکه‌های اجتماعی
- شناسایی نحوه ارتباط گرفتن کاربران جوان در شبکه‌های اجتماعی
- بررسی میزان تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر اعتماد به نفس کاربران جوان
- دستیابی به نظر جوانان در خصوص اهمیت شبکه‌های اجتماعی در زندگی روزمره‌شان

سؤالات تحقیق

سؤال اصلی

۱. آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر میزان اعتماد به نفس جوانان تأثیر دارد؟

سؤالات:

۲. آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر نحوه ارتباط گرفتن کاربران دنیای واقعی تأثیر دارد؟
۳. آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر استقلال‌طلبی جوانان تأثیر دارد؟

۴. آیا کاربرانی که دچار مطرودیت اجتماعی هستند در شبکه‌های اجتماعی اعتماد به نفس بیشتری دارند؟

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی

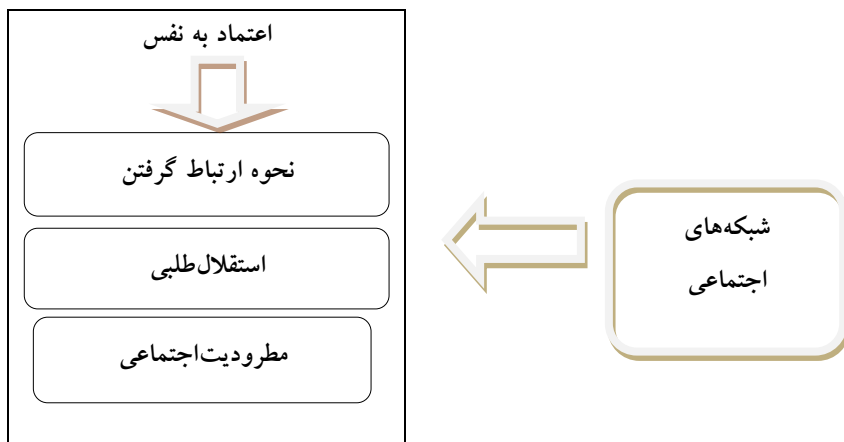
به نظر می‌رسد استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر میزان اعتماد به نفس جوانان تأثیر دارد.

فرضیه‌ها

۱. به نظر می‌رسد استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر نحوه ارتباط گرفتن کاربران در دنیای واقعی تأثیر دارد.
۲. به نظر می‌رسد استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر استقلال‌طلبی جوانان تأثیر دارد.
۳. به نظر می‌رسد کاربرانی که دچار مطرودیت اجتماعی هستند در شبکه‌های اجتماعی اعتماد به نفس بیشتری دارند.

مدل تحقیق

متغیرهای مورد بررسی تحقیق در قالب یک مدل مفهومی



ادبیات تحقیق

شبکه‌های اجتماعی

برخی صاحب‌نظران به جای استفاده از واژه رسانه‌های اجتماعی با توجه به کارکرد شبکه‌ای این دسته از رسانه‌ها، استفاده از واژه شبکه‌های اجتماعی را ترجیح می‌دهند. هلمن صدیق بنای معتقد است هرچند شبکه‌های اجتماعی واژه‌ای است که برای نامیدن گروهی از افراد که در میان خود دارای ارتباطات وسیع‌تر و مستمر هستند و اجتماعی برای نامیدن پایگاه‌های یک

حلقه منسجم ارتباطاتی را تشکیل می‌دهند، به کار می‌رود، اما این واژه امروزه عمدتاً اینترنتی به کار می‌رود که افراد با عضویت در آن امکان دستیابی به اطلاعات سایر اعضا، آشنایی با علایق آنها، به اشتراک‌گذاری تولیدات متنی، صوتی و تصویری و نیز تشکیل گروه‌هایی براساس علایق مشترک با برخی از دیگر اعضای پایگاه را پیدا می‌کنند. (امیرپور و گریوانی، ۱۳۹۲: ۲۶)

رسانه اجتماعی تعاریف متعددی را دربرمی‌گیرد. "دیوید میرمان اسکات" رسانه اجتماعی و تفاوت آن با رسانه‌های رایج را چنین بیان می‌کند:

رسانه اجتماعی امکانی را فراهم می‌آورد که افراد در آن به صورت برخط به تبادل نظر، محتوا، فکر و ارتباطات می‌پردازند و این نوع رسانه از آن رو با رسانه رایج تفاوت دارد که هر کسی می‌تواند در رسانه اجتماعی، اثر خلق کند، نظر بدهد و به محتوای آن بیفزاید. رسانه اجتماعی می‌تواند به شکل متن، صدا، تصویر، ایماژ و اجتماعات باشد. (عاملی و صبار و رنجبر رضانی، ۱۳۸۷)

شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از وب‌سایت‌های اینترنتی هستند. در این وب‌سایت‌ها، کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به صورت مجازی با هم جمع می‌شوند و جماعت‌های آنلاین را تشکیل می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی، متناسب با نوع موضوع فعالیتشان امکانات دیگری را از قبیل خبرخوان‌های اینترنتی، بازی‌های آنلاین، قابلیت آپلود کردن ویدیوها و فایل‌های رایانه‌ای و برقراری ارتباط با سایر رسانه‌های شخصی را نیز در گزینه‌هایشان دارند. (قاسم زاده، ۱۳۹۰)

اعتماد به نفس

در "واژه‌نامه روان‌شناسی" ساده‌ترین تعریفی که برای "اعتماد به نفس" ارائه شده، چنین است: «اعتماد به نفس عبارت است از اعتقادی که شخص به خود و به توانایی‌ها، مهارت‌ها و سایر قابلیت‌های خود دارد.»

بنابراین تعریف، برای دست یافتن به اعتماد به نفس، فرد ابتدا نیازمند شناختن توانایی‌ها و سایر ویژگی‌های ارزشمند خود است. ضعف اعتماد به نفس در فرد بر رفتار اجتماعی او اثر می‌گذارد و باعث کم‌رویی و عملکرد نامطلوب او می‌شود.

اعتماد به نفس دیدگاهی است که به فرد اجازه می‌دهد تا از خود تصویری مثبت و واقعی داشته باشد. افراد با اعتماد به نفس به توانایی‌هایشان اعتماد می‌کنند. به طور کلی، حس می‌کنند که بر زندگی‌شان کنترل دارند و باور دارند که در یک طیف منطقی قادر به انجام کارهایی که می‌خواهند و برنامه‌ریزی می‌کنند، هستند. داشتن اعتماد به نفس به این معنی نیست که فرد قادر به انجام همه کاری هست. افراد با اعتماد به نفس انتظارهای واقع‌گرایانه دارند. حتی وقتی که بعضی از انتظارهایشان برآورده نمی‌شود دیدگاه مثبتشان را حفظ می‌کنند و خودشان را قبول دارند. (فتاحی، ۱۳۸۷)

عوامل مؤثر بر اعتماد به نفس

عوامل زیادی در شکل‌گیری اعتماد به نفس مؤثرند. روش و دیدگاه والدین در شکل‌گیری احساس فرزندان به خودشان نقش قاطع و اساسی دارد؛ به‌خصوص در سنین پایین. وقتی که والدین پذیرش بی‌قید و شرط به فرزندشان دارند، کودکان یک پی‌ریزی محکم برای احساس‌های مثبت نسبت به خودشان دریافت می‌کنند. اگر یکی یا هر دوی والدین از فرزندانشان انتقاد یا حمایت بیش از حد کنند و حرکت‌های آنها را به سوی استقلال تشویق نکنند در مقابلش مقاومت کنند، ممکن است بچه‌ها به این نتیجه برسند که بی‌عرضه هستند یا به قدر کافی خوب نیستند یا فرودست و درجه‌ دو هستند. اما اگر والدین تلاش‌های کودکان برای اتکای به خود را تشویق کنند و زمانی که بچه‌ها اشتباه می‌کنند آنها را دوست داشته باشند و قبولشان کنند کودکان هم یاد می‌گیرند که خودشان را قبول داشته باشند و اعتماد به نفس نتیجه طبیعی این رفتار خواهد بود. (فتاحی، ۱۳۸۷)

عدم اعتماد به نفس الزاماً ربطی به بی‌عرضه بودن ندارد. در واقع، اکثر مواقع نداشتن اعتماد به نفس نتیجه تمرکز بیش از حد بر خواسته‌های غیرواقع‌گرایانه یا استانداردهای اطرافیان، به‌خصوص والدین و جامعه است. تأثیر دوستان بر احساس‌های شخص نسبت به خودش حتی می‌تواند از اثر والدین و جامعه بیشتر باشد. دانشجویان در سنین دانشگاه ارزش‌های خانواده را دوباره ارزیابی می‌کنند و به همین خاطر علی‌الخصوص نسبت به تأثیر دوستان و اطرافیان آسیب‌پذیر هستند. (فتاحی، ۱۳۸۷)

۱۰۶

خصوصیات افرادی که اعتماد به نفس پایین دارند:

- مرتباً خودشان را مورد انتقاد و سرزنش قرار می‌دهند.
- هنگام صحبت کردن در چشمان فرد مقابل خود نگاه نمی‌کنند. با سر پایین و گام‌های کوتاه قدم برمی‌دارند.
- در پذیرش تعریف و تمجیدها و تعارف‌هایی که به آنان می‌شود مشکل دارند (تصور می‌کنند سزاوار تعریف نیستند و یا دیگران درصدد تمسخر آنها هستند).
- معمولاً احساس می‌کنند قربانی رفتار دیگران هستند.
- احساس تنهایی می‌کنند حتی زمانی که در یک جمع قرار دارند.
- در درون خود احساس خلأ و پوچی می‌کنند.
- احساس می‌کنند با دیگران تفاوت دارند.
- احساس افسردگی، گناه و شرمساری دارند.
- نسبت به توانایی‌های خود برای رسیدن به موفقیت تردید دارند. (فتاحی، ۱۳۸۷)

نظریه‌های عزت نفس

نظریه کوپر اسمیت

کوپر اسمیت عزت نفس را یک ارزشیابی فردی می‌داند که معمولاً با توجه به خویشتن حفظ می‌شود. (جوادی و کدیور، ۱۳۹۱)

کوپر اسمیت چهار عامل اسنادی را برای رشد عزت نفس بیان می‌کند. نخستین آن و مقدم بر تمام عوامل، میزان احترام، پذیرش و علاقه‌مندی که یک فرد دریافت می‌کند. دومین عامل، تجارب موفقیت‌هایمان در زندگی و سومین عامل، ارزش‌ها و انتظاراتی است که بر مبنای آن تجارب را مورد تفسیر قرار می‌دهیم و چهارمین عامل؛ نحوه پاسخ فرد به از دست دادن ارزش است. (مفتاح، ۱۳۸۱)

نظریه مازلو

مازلو در سلسله مراتب نیازها و در سطح سوم، احترام به خود یا عزت نفس را قرار می‌دهد که مشتمل بر تمایل شایستگی، چیرگی، پیشرفت، توانمندی، کفایت، اطمینان، استقلال و آزادی است. زمانی که این نیازها ارضا شود، فرد احساس ارزشمندی، توانایی، قابلیت مثر ثمر بودن و اطمینان می‌کند و چنانچه این نیازها برآورده نشود، فرد احساس حقارت، درماندگی، ضعف و دلسردی و ناامیدی می‌کند. (مفتاح، ۱۳۸۱)

نظریه راجرز

راجرز، عزت نفس را ارزیابی مداوم شخص از ارزشمندی خویشتن خود و یا نوعی قضاوت نسبت به ارزشمندی وجودی خود تعریف کرده است. او معتقد است این صفت در انسان حالت عمومی دارد و محدود و زودگذر نیست. طبق نظر راجرز، عزت نفس در اثر نیاز به توجه مثبت دیگران به وجود می‌آید. نیاز به توجه مثبت دیگران، شامل بازخوردها، طرز برخورد گرم و محبت‌آمیز، صمیمیت، پذیرش و مهربانی از طرف محیط به‌خصوص اولیاء کودک است. (شاملو، ۱۳۸۲)

چارچوب نظری تحقیق

در این تحقیق، با تأکید بر نظریات تئوری استفاده و رضایتمندی و با بهره‌گیری از دیدگاه نظریه‌پردازانی همچون مک‌کویل به چارچوب مورد نظر دست یافتیم. استفاده از شبکه‌های اجتماعی زمان زیادی از مردم را به خود اختصاص داده است. این امر موجب کاهش فعالیت‌ها و تعاملات اجتماعی افراد می‌شود. زمانی که وقت زیادی صرف برقراری ارتباط از طریق اینترنت می‌شود، روشن است که این زمان از زمان فعالیت‌های مشابه یعنی روابط اجتماعی رودررو صرف خواهد شد. از نظر ولمن، برخی محققان در زمینه تأثیر اینترنت و جهان مجازی روی ارتباطات انسانی و سرمایه اجتماعی خوش‌بین نبوده و بیشتر به بدبینی گرایش

دارند. آنها حتی اینترنت را بیش از هر رسانه دیگری فاسد کننده و پوچ کننده زندگی روزمره می‌دانند، زیرا اینترنت، افراد و سازمان‌ها را به فضای مجازی هدایت می‌کند که این فضا در مقابله با واقعیت قرار دارد. (اسلوین، ۱۳۸۰)

به نظر این پژوهشگران استفاده از اینترنت مانع توجه افراد به اجتماع واقعی می‌شود و تعاملات شبکه‌ای مردم از میزان ارتباطات حضوری و مستقیم آنها پیشی می‌گیرد، که با افزایش استفاده از اینترنت، تماس‌های اجتماعی واقعی و خارج از شبکه کاهش می‌یابد. اگرچه، اینترنت پیوندهای ضعیف شبکه‌ای را افزایش می‌دهد، اما از آنجا که به طور هم‌زمان، تعاملات عمیق‌تر خارج از شبکه را کاهش می‌دهد، افق دید و چشم‌اندازهای فکری افراد را محدود می‌سازد. به‌علاوه، رایانه‌ای شدن و استفاده زیاد از اینترنت می‌تواند مرز منزل و محل کار را به هم بزند. (موسوی و حدادی، ۱۱۴: ۱۳۹۰)

از دیدگاه استفاده و رضایت‌مندی، به نیاز مخاطب و محیط با زمینه‌های اجتماعی که شکل‌دهنده رفتار ارتباطی او هستند توجه می‌کند. در این الگو نیازها و انگیزه‌ها از عناصر اصلی محسوب می‌شوند. رضایت‌مندی را می‌توان نوعی آرامش خیال و لذت ناشی از ارضای نیاز دانست و رضایت‌مندی حاصل استفاده از رسانه یا پیام‌های دیگر آنها در ارتباط با رسانه‌ها است. افراد هر قدر بیشتر احساس کنند که محتوا نیاز واقعی آنان را برآورده می‌کند احتمال اینکه آن محتوا را انتخاب کنند بیشتر است. کاربران بیشتر به دنبال آن نوع استفاده‌ای از اینترنت هستند که بر اساس الگوی استفاده و خشنودی بلمر و کاتز بیشترین خشنودی را برای آنها داشته باشد. همچنین هر چه یک نوع کاربرد از اینترنت رضایت بیشتری را برای افراد داشته باشد افراد به مراتب بیشتر از آن استفاده می‌کنند. (گنجی، ۳۱: ۱۳۸۵)

مک‌کوایل به خاصیت مزوی‌سازی رسانه‌ها، به‌ویژه در رابطه با کودکان و نوجوانان، توجه بسیار دارد. این توجه عمدتاً به صورت نگرانی از استفاده بیش از حد و معتاد شدن به رسانه‌ها و مطرح شده است. اغلب توجه شدید رسانه، به‌ویژه وقتی شخص تنها است، به معنی انزوا و جدایی و بیگانگی و فرار از واقعیت تلقی شده است استفاده زیاد از رسانه وقت لازم برای کُش متقابل اجتماعی را از استفاده‌کننده می‌گیرد. (مک لیودر و دیگران، ۱۹۵۶)

متغیرهای تحقیق

متغیر مستقل در این تحقیق فضای مجازی است که از طریق مؤلفه‌های فیس‌بوک، کلوب، اینستاگرام، فیس‌نما مورد سنجش قرار گرفته‌اند.

متغیر وابسته اعتماد به نفس جوانان است که در این تحقیق نحوه ارتباط گرفتن، استقلال‌طلبی و مطروودیت اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته است.

متغیرهای زمینه‌ای این تحقیق شامل: سن، جنس، میزان تحصیلات / مقطع تحصیلی و وضعیت تأهل است.

روش تحقیق

روش این تحقیق بر مبنای هدف، تحقیقی کاربردی و بر اساس ماهیت در زمره تحقیقات توصیفی است (دو روش همبستگی و پیمایشی) و یک مطالعه میدانی نیز تلقی می‌شود.

ابزار و اندازه‌گیری آزمودنی‌ها

به منظور جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از ابزارهای مختلفی استفاده شد که در زیر ارائه شده است:

۱. اطلاعات کتابخانه‌ای

- کتاب‌ها، مقالات فارسی و لاتین
- سایت‌های اطلاعاتی شبکه اینترنت

۲. مطالعات میدانی

- استفاده از پرسشنامه

در این پژوهش از طیف لیکرت برای سنجش میزان اعتماد به نفس جوانان استفاده شد که از تعدادی عبارت و گزینه‌های جوابیه تشکیل شده که نشانگر میزان موافقت یا مخالفت پاسخگو نسبت به یک موضوع یا مفهوم معین است. از طریق این مقیاس می‌توان حساسیت، نگرش، تعلق یا باور و احساسات پاسخگو را تعیین کرد.

جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه جوانان بین ۱۵ تا ۳۵ سال کاربر فضای مجازی در ایران است و با توجه به حجم بالای جامعه آماری موردنظر، برای به دست آوردن حجم نمونه، تعداد کاربران دو شبکه مجازی خارجی "فیس‌بوک که ۲ میلیون نفر و ایستاگرام ۵ میلیون نفر و تعداد کاربران دو شبکه مجازی ایرانی کلوب با ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار کاربر و فیس‌نما با ۱ میلیون و ۳۰۰ هزار کاربر را ملاک قرار دادیم." (Internet World Stats)

جامعه آماری کل در این پژوهش ۱۰ میلیون و ۹۰۰ هزار نفر (۱۰/۹۰۰/۰۰۰) است که با توجه به حجم بالای جامعه آماری، از تکنیک نمونه‌گیری استفاده شده است.

در این تحقیق حجم نمونه ۳۸۴ نفر برآورد شد.

$$N = \text{حجم جامعه آماری}$$

$$n = \text{حجم نمونه}$$

Z = مقدار متغیر نرمال واحد استاندارد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر $1/96$ است.

P = مقدار نسبت صفت موجود در جامعه است. اگر در اختیار نباشد می‌توان آن را $0/5$ در نظر گرفت.

در این حالت مقدار واریانس به حداکثر مقدار خود می‌رسد.

$$q = \text{درصد افرادی که فاقد آن صفت در جامعه هستند } (q=1-p)$$

$d =$ مقدار اشتباه مجاز

بنابراین با به کارگیری فرمول حجم نمونه، مقدار حجم نمونه آماری تقلیل می یابد.

حجم نمونه

با توجه به حجم بالای جامعه آماری، از تکنیک نمونه گیری تصادفی استفاده خواهد شد. حجم نمونه با در نظر گرفتن فرمول کوکران محاسبه می شود:

$$10/900/000 = N$$

$$1/96 = Z$$

$$0/5 = P$$

$$0/5 = Q$$

$$0/5 = D$$

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

$$n = \frac{\frac{(1.96)^2 \times (0.5)^2}{(0/05)(0/05)}}{1 + \frac{1}{10900000} \left[\frac{(1/96)(1/96)(0/5)(0/5) - 1}{(0/05)(0/05)} \right]} \cong 384$$

روش گردآوری اطلاعات

روش گردآوری اطلاعات این پژوهش با استفاده از روش پیمایشی و به وسیله پرسشنامه آنلاین صورت گرفته است.

شیوه تحلیل داده ها

برای پاسخ به سؤالات پژوهشی، از روش های توصیفی مانند فراوانی و درصد و نیز میانگین و انحراف معیار و برای احصای مؤلفه های اساسی از تحلیل واریانس استفاده شد.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

اطلاعات و داده‌های حاصل از ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات پس از کدگذاری به وسیله نرم‌افزار SPSS (۱۱/۵) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و نتایج و گزارش‌ها به صورت توصیفی و تحلیلی بیان می‌شوند. آنگاه ضمن طبقه‌بندی آنها، آماره‌های توصیفی مربوط به داده‌ها محاسبه شده و در نهایت با استفاده از آزمون پیرسون، مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند.

پایایی (اعتبار) و روایی

اعتبار صوری پرسشنامه. منظور از اعتبار صوری این است که بعد از طراحی و ساختن ابزار اندازه‌گیری (پرسشنامه) به داوران (متخصصان) و صاحب‌نظران مراجعه می‌کنیم تا صحت، درستی و همخوانی ابزار تحقیق از منظر نخبگان برآورد شود. پرسشنامه تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر سطح اعتماد به نفس جوانان توسط کارشناسان مورد ارزیابی قرار گرفته است. روایی پرسشنامه. روایی یکی از ویژگی‌های ابزار سنجش است. روایی شاخصی است دال بر اینکه تا چه حد وسیله اندازه‌گیری دارای خطاهای تغییرپذیری است. (ساروخانی، ۱۳۷۷) برای اطمینان از روایی پرسشنامه ابتدا مرحله پیش‌آزمون انجام شد و مورد بررسی قرار گرفت و بعد از اتمام این مرحله، آزمون اصلی انجام شد. آلفای کرونباخ به دست آمده است و عدد به دست آمده برابر $(\alpha=0/849)$ بوده است که مشخص می‌سازد سؤالات طراحی شده دارای انسجام درونی مناسب و مطلوب است.

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ مقیاس‌ها

مقیاس‌ها	تعداد سؤال‌ها	آلفای کرونباخ
نحوه ارتباط گرفتن	۱۹	۰/۷۵۱
استقلال‌طلبی	۱۳	۰/۹۱۲
مطروذیت اجتماعی	۱۵	۰/۸۷۸
کل		۰/۸۴۹

جدول ۲. توزیع میانگین و انحراف معیار ارتباط گرفتن

سؤال‌های مؤلفه ارتباط گرفتن	میانگین	انحراف معیار
من معمولاً به راحتی با دیگران ارتباط اجتماعی برقرار می‌کنم.	۲/۹۱	۱/۳۱
از عضو بودن در گروه کاربران صفحات مورد علاقه‌ام در شبکه‌های اجتماعی مجازی لذت می‌برم.	۲/۹۸	۱/۴۳
استفاده از فضای مجازی توانایی من در ارتباط گرفتن را بالا برده است	۲/۵	۱/۳۱
در فضای مجازی می‌توانم راحت‌تر دروغ بگویم.	۲/۵۸	۱/۱۳
دوستی‌های اینترنتی با جنس مخالف، مجازی هستند و بنابراین مشکل شرعی ندارند.	۲	۱/۴۳

۱/۳۱	۲/۸۸	دوستی‌های اینترنتی رابه دوستی‌های واقعی ترجیح می‌دهم.
۱/۳۸	۲/۱۱	این یک حسن است که شما هر وقت بخواهید می‌توانید دوست اینترنتی خود را عوض کنید.
۱/۴۳	۲/۵۵	اگر یک روز ایمیل خودم راچک نکنم حس بدی پیدا می‌کنم.
۰/۹۸	۲/۷۷	اینترنت به بخش لاینفک زندگی من بدل شده است.
۱/۵۲	۲/۸۹	در اینترنت نمی‌توان به افراد ناشناس اعتماد کرد.
۱/۳۳	۲/۴۴	گذاشتن عکس خصوصی یا خانوادگی خود در اینترنت اشتباه است.
۱/۶۲	۲/۸۹	من با دیگران فرق دارم.

با توجه به نتایج به دست آمده از سوالاتی که در خصوص مؤلفه ارتباط گرفتن مطرح شده‌اند، نظر بیشتر پاسخگویان به این سؤال‌ها موافقم و خیلی موافقم بوده است.

جدول ۳. توزیع میانگین و انحراف معیار استقلال‌طلبی

انحراف معیار	میانگین	سؤال‌های مؤلفه استقلال‌طلبی
۱/۱۳	۳/۹۸	صفحه شخصی من در شبکه‌های اجتماعی مجازی بخشی از هویت من را نشان می‌دهد.
۱/۳۳	۴/۱۱	می‌توانم با حضور در فضای مجازی هویت اجتماعی خود را در جامعه تثبیت کنم.
۱/۸	۳/۷۷	من خانواده سخت‌گیری دارم و آنها نسبت به دوستی‌های من با جنس مخالف سخت‌گیر هستند.
<input type="checkbox"/> ۱/۴۳	۳/۵	از اطرافیانم می‌ترسم.
۱/۳۱	۳/۸۹	خانواده من خانوادگی سنتی هستند.
<input type="checkbox"/> ۱/۵۲	۴	خانواده من به حرف مردم خیلی اهمیت می‌دهند.
۱/۵۱	۳/۵	اطرافیان من نسبت به دوستی‌های پیش از ازدواج نگاه منفی دارند.
۱/۶۲	۴/۵	من چیزی برای افتخار کردن ندارم.
۱/۲۳	۴/۹	من در خودم مشخصات منحصر به فردی نسبت به دیگران می‌بینم.

با توجه به نتایج به دست آمده از سوالاتی که در خصوص مؤلفه استقلال‌طلبی مطرح شده‌اند، نظریه بیشتر پاسخگویان در مورد این سؤال‌ها مخالفم و خیلی مخالفم بوده است.

جدول ۴. توزیع میانگین و انحراف معیار مطروذیت اجتماعی

انحراف معیار	میانگین	سؤال‌های مؤلفه مطروذیت اجتماعی
۱/۴۳	۲/۵۱	میزان استقبال دیگر کاربران از مطالبی که من به اشتراک می‌گذارم برایم مهم است.
۱/۱۱	۲/۶۷	از طریق شبکه‌های مجازی راحت‌تر می‌توانم احساسات خود را با دیگران در میان بگذارم
۱/۷	۲/۸	می‌توانم حس مشارکت اجتماعی را در شبکه‌های مجازی بیشتر درک کنم.
۱/۱/۸	۲/۲	درفضای مجازی می‌توانم راحت‌تر اظهار نظر کنم.
۱/۳۳	۲/۹۳	استفاده از فضای مجازی باعث می‌شود محدودیت‌های اجتماعی را فراموش کنم.
۰/۹	۲/۷۴	با استفاده از فضای مجازی می‌توانم بدون توجه به محرومیت‌های اجتماعی ارتباط بگیرم.

با توجه به نتایج به دست آمده از سوالاتی که در خصوص مؤلفه مطروذیت اجتماعی مطرح شده‌اند، نظر بیشتر پاسخگویان در مورد این سوال‌ها موافقم و خیلی موافقم بوده است.

تحلیل داده‌ها

فرضیه اول. به نظر می‌رسد استفاده از فضای مجازی بر نحوه ارتباط گرفتن کاربران در دنیای واقعی تأثیر دارد.

ضریب همبستگی پیرسون دو متغیر استفاده از فضای مجازی و ارتباط گرفتن در دنیای واقعی

استفاده از فضای مجازی	متغیر	
-۰/۲۸۵	ضریب همبستگی پیرسون	ارتباط گرفتن
۰/۰	سطح معناداری	
۳۸۴	فراوانی	

نتایج به دست آمده از رابطه بین میزان استفاده از فضای مجازی و متغیر ارتباط گرفتن نشان می‌دهد که رابطه بین دو متغیر به لحاظ آماری معنادار است؛ به این معنا که هر چقدر کاربران از فضای مجازی بیشتر استفاده کنند؛ گرایش آنها به ارتباط گرفتن در دنیای واقعی کمتر می‌شود، ولی شدت آن بسیار کم است.

نتایج آزمون همبستگی پیرسون که شدت رابطه بین دو متغیر را در سطح ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا، -۰/۲۸۵، نشان می‌دهد. میان دو متغیر همبستگی معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم. به نظر می‌رسد استفاده از فضای مجازی بر استقلال‌طلبی جوانان تأثیر دارد.

ضریب همبستگی پیرسون دو متغیر استفاده از فضای مجازی و استقلال‌طلبی

استفاده از فضای مجازی	متغیر	
۰/۲۹۵	ضریب همبستگی پیرسون	استقلال‌طلبی
۰/۰	سطح معناداری	
۳۸۴	فراوانی	

بررسی رابطه بین استفاده از فضای مجازی و استقلال‌طلبی در بین پاسخگویان نشان می‌دهد که بین این دو متغیر از نظر آماری رابطه وجود دارد. نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که رابطه دو متغیر استفاده از فضای مجازی و استقلال‌طلبی از نظر آماری معنادار ($Sig = ۰/۰۰۰$) است. یعنی هرچه استفاده از فضای مجازی بیشتر باشد میزان گرایش به استقلال‌طلبی پاسخگویان افزایش پیدا می‌کند. شدت رابطه برابر ۰/۲۹۵ و جهت آن مثبت است.

فرضیه سوم. به نظر می‌رسد کاربرانی که دچار مطرودیت اجتماعی هستند در فضای مجازی اعتماد به نفس بیشتری دارند.

ضریب همبستگی پیرسون دو متغیر استفاده از فضای مجازی و اعتماد به نفس مطرودین اجتماعی

استفاده از فضای مجازی	متغیر	
۰/۳۵۱	ضریب همبستگی پیرسون	اعتماد به نفس مطرودین اجتماعی
۰/۰	سطح معناداری	
۲۸۸	فراوانی	

طبق جدول، ضریب همبستگی پیرسون برابر با ۰/۳۵۱ با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا است. میان دو متغیر همبستگی معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر میان دو متغیر استفاده از فضای مجازی و اعتماد به نفس مطرودین اجتماعی همبستگی معناداری وجود دارد.

بررسی داده‌های تحقیق

از مجموع ۳۸۴ نفر پاسخگو، به لحاظ ترکیب جنسی ۳۵/۹ درصد مرد و ۶۴/۱ درصد زن هستند. به لحاظ ترکیب سنی ۱۵ درصد ۱۵ سال، ۶/۲ درصد بین ۱۵ تا ۲۰ سال، ۱۱/۵ درصد بین ۲۰ تا ۲۵ سال، ۴۷ درصد بین ۲۵ تا ۳۰ سال و ۳۴/۳ درصد بین ۳۰ تا ۳۵ سال سن دارند. به لحاظ ترکیب تحصیلی ۲ درصد افراد زیر دیپلم، ۵/۲ درصد دیپلم، ۲ درصد کاردانی، ۴۷/۲ درصد کارشناسی، ۴۲ درصد کارشناسی ارشد و ۲/۶ درصد دارای تحصیلات در سطح دکترا بوده‌اند.

به لحاظ وضعیت تأهل نیز، ۲۴ درصد افراد مجرد، ۷۵ درصد متأهل و ۴ درصد جزء سایر هستند. به لحاظ وضعیت اشتغال نیز ۸۶ درصد شاغل، ۱۱ درصد بیکار و ۳ درصد محصل بوده‌اند. در مجموع از بین ۳۸۴ نفر پاسخگو، ۳۸/۲ درصد افراد در منزل بیشترین استفاده از فضای مجازی را دارند، همچنین ۲۸/۷ درصد افراد از اخبار و ۲۷ درصد از چت در فضای مجازی استفاده می‌کنند. ۵۳/۴ درصد افراد با بیش از ۶ نفر از دوستان مشترک در فضای مجازی و فضای واقعی ارتباط دارند، ۳۴/۳ درصد از افراد پاسخگو بیش از ۵ ساعت در روز از اینترنت استفاده می‌کنند، همچنین ۴۵/۶ درصد از این افراد در حد متوسط به فضای مجازی تبحر داشتند، ۵۲ درصد از افراد تمایل به عضویت در هر دو گروه جنسی در فضای مجازی را داشته‌اند.

آزمون فرضیه‌ها

بررسی فرضیه‌ها نشان می‌دهد، رابطه میان استفاده از فضای مجازی با نحوه ارتباط گرفتن، استقلال‌طلبی و مطروودیت اجتماعی مورد تأیید است. طبق آنچه در بررسی متغیرها، با استفاده از آزمون پیرسون به دست آمده است؛

فرضیه اول این تحقیق. «به نظر می‌رسد استفاده از فضای مجازی بر نحوه ارتباط گرفتن کاربران در دنیای واقعی تأثیر دارد.»؛ گویای این مطلب است که با افزایش استفاده از فضای مجازی در میان پاسخگویان، میزان ارتباط گرفتن در دنیای واقعی در زندگی روزمره کاهش پیدا می‌کند و این بدین معناست که استفاده از فضای مجازی بر ارتباط گرفتن در دنیای واقعی تأثیرگذار بوده و فرضیه اول تحقیق مورد تأیید است.

فرضیه دوم تحقیق. «به نظر می‌رسد استفاده از فضای مجازی بر استقلال‌طلبی جوانان تأثیر دارد.»؛ نشان می‌دهد که با افزایش استفاده از فضای مجازی در میان پاسخگویان، میزان استقلال‌طلبی افراد پاسخگو افزایش داشته است و این بدین معناست که استفاده از فضای مجازی بر استقلال‌طلبی تأثیرگذار بوده و فرضیه دوم تحقیق مورد تأیید قرار گرفته است.

فرضیه سوم تحقیق. «به نظر می‌رسد کاربرانی که دچار مطروودیت اجتماعی هستند در فضای مجازی اعتماد به نفس بیشتری دارند.»؛ نشان دهنده آن است که با افزایش استفاده از فضای مجازی، میزان اعتماد به نفس کسانی که دچار مطروودیت اجتماعی هستند افزایش پیدا کرده است. این بدین معناست که میزان استفاده از فضای مجازی بر اعتماد به نفس مطروودین اجتماعی تأثیر داشته و فرضیه چهارم نیز ثابت می‌شود و مورد تأیید است.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته اصلی این تحقیق مؤید این مطلب است که اعتماد به نفس در جوانان با استفاده از فضای مجازی رابطه دارد. بر اساس نتایج به دست آمده مشخص شد جوانانی که از نظر اجتماعی دارای انواع محرومیت‌های اجتماعی هستند گرایش بیشتری به استفاده از فضای مجازی و ارتباط گرفتن در فضای مجازی دارند، بنابراین لازم است تا با شناسایی انواع

محرومیت‌هایی که جوانان با آن مواجه هستند و این محرومیت‌ها موجب کاهش اعتماد به نفس آنان می‌شود نسبت به رفع این محرومیت‌ها و مطروودیت‌ها اقدام شود.

یافته‌های این تحقیق با نتایج تحقیق (محسنی و همکاران)، (سجادی و نادی، ۱۳۸۵)، (گل شکوه، ۱۳۸۵) و (تلخابی، ۱۳۸۹) همسوست. آنها در تحقیق خود به این نتیجه رسیده بودند که اینترنت به عنوان رسانه ارتباطی و سرگرم کننده، زندگی شاد و امنی را برای تعدادی از افراد مهیا می‌کند که در دنیای واقعی انکار شده‌اند. اینترنت می‌تواند مأمونی برای افرادی باشد که در دنیای واقعی تنها رها شده‌اند و بدین وسیله هیجانات روحی و روانی خود را ارضاء می‌کنند. به عبارتی افرادی که برای ارتباط گرفتن با دیگران از فضای مجازی بیشتر استفاده می‌کنند، نسبت به کسانی که به صورت حضوری و خانوادگی با افراد دیگر ارتباط برقرار می‌کنند، اعتماد به نفس کمتری دارند. همان طور که کریستوفر و همکارانش نیز دریافته‌اند، استفاده زیاد از اینترنت با پیوندهای ضعیف اجتماعی مرتبط است و برعکس، کاربرانی که از اینترنت کمتر استفاده می‌کنند، به طور قابل ملاحظه‌ای، با مادر و دوستانشان ارتباط بیشتری دارند. اسلوین و محققان زیادی هم بر این باورند که استفاده از اینترنت مانع توجه افراد به اجتماع واقعی می‌شود و تعاملات شبکه‌ای مردم از میزان ارتباطات حضوری و مستقیم آنها پیشی می‌گیرد. اما این پیوندهای اینترنتی "به ندرت" به ترویج دوستی‌های عمیق، حمایت‌های عاطفی تأثیرگذار و ارائه کمک‌های مادی واقعی منتهی می‌شود، از این منظر، کار با اینترنت زمان پرداختن به سایر فعالیت‌ها را کاهش می‌دهد، مانع توجه افراد به محیط اطراف خود می‌شود.

این پژوهش نشان داد تضادهای فرهنگی جامعه و نبودن یک فضای مناسب برای روابط دو جنس مخالف و نگاه سنتی و سخت‌گیرانه به روابط دختران و پسران، که از مؤلفه‌های محدودیت‌های اجتماعی و نحوه ارتباط گرفتن است، از دیگر عوامل مؤثر بر اعتماد به نفس و روی آوردن جوانان به فضای مجازی است.

نتایج تحقیق نشان داد استفاده از فضای مجازی بر نحوه ارتباط گرفتن جوانان تأثیر مستقیم دارد. یافته‌ها حاکی از آن است که حضور جوانان در دالان‌های مجازی اینترنت به آنها این امکان را می‌دهد تا برای خودشان هویتی متفاوت از دنیای حقیقی خود، که به دلیل نداشتن اعتماد به نفس و یا مطروودیت‌های اجتماعی توان بروز آن را ندارند، خلق کنند. همین امر منجر به رشد خیال‌بافی و دور شدن از پذیرش شرایط حقیقی زندگی و تغییر رفتار و روابط اجتماعی آنها می‌شود. بنابراین ایجاد انگیزه در میان جوانان و فراهم آوردن زمینه حضور آزادانه و بی‌دغدغه جوانان در فضای جامعه و تشویق آنها به فعالیت در تشکلهای گروهی و ایجاد نهادهای اجتماعی، می‌تواند مانع از حضور دائمی و مضر جوانان در فضای مجازی شود.

از طرفی به نظر می‌رسد لازم است مسئولان با فرهنگ‌سازی و ارائه الگوهای فرهنگی مناسب و به روز، به جوانان برای تقویت رفتارهای عقلانی، حس همدردی نسبت به انسان‌ها و تقویت احساس هویت ملی، برای تغییر برخی معیارها از جمله زیبایی و زشتی ظاهری - که بر

اعتماد به نفس جوانان تأثیر زیادی دارد و یکی از دلایل گرایش آنها به فضای مجازی و استفاده از نرم‌افزارهای فتوشاپ برای زیباتر کردن تصاویر خود است. در جوانان تلاش کرد.

منابع

اسلویین، جیمز (۱۳۸۰)، اینترنت و جامعه، ترجمه علی گیلوردی و علی رادباره، نشر کتابدار، تهران. امیرپور، مهنار و مریم گریوانی (۱۳۹۲)، "تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان"، فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی.

موسوی، سید کمال‌الدین و فریده حدادی (۱۳۹۰)، "تحلیل مقایسه‌ای سرمایه اجتماعی در جهان واقعی و جهان مجازی، با تأکید بر جوانان ۱۵-۲۵ ساله مراجعه‌کننده به کافی‌نت‌های شهر اصفهان"، مجله جهانی رسانه، ۶ (۲). تلخابی، محمد و محمدرضا هاشمی (۱۳۸۹)، "بررسی وابستگی بر اینترنت و پیامدهای روانی اجتماعی آن بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک"، همایش هجوم خاموش، شماره چهار. دهقان، علیرضا (۱۳۸۴)، "قمار بازی اینترنتی"، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره پیاپی ۲ و ۳.

سجادیان، الناز (۱۳۸۵)، "ارتباط بین افسردگی و انزوای اجتماعی کاربران اینترنت نوجوان و جوان با مدت زمان روزانه معمول کاربری اینترنت"، دو فصلنامه علوم رفتاری، جلد ۴.

شاملو، سعید (۱۳۸۲)، مکتب‌ها و نظریه‌ها در روانشناسی شخصیت، رشد، تهران.

فتاحی، حمید (۱۳۸۷)، چگونه اعتماد به نفس پیدا کنیم، نشر میرفتاح.

قاسم‌زاده، مرتضی (۱۳۹۰)، "نقش شبکه‌های اجتماعی در تحولات منطقه‌ای و بین‌المللی"، پرتال سیاست ما، mcstudies.ir دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای،

عاملی، سعیدرضا و شاهو صبار و مهدی رنجبر رضانی (۱۳۸۷)، مطالعات تلفن همراه، سمت، تهران.

کیا، علی اصغر و یونس نوری مرادآبادی (۱۳۹۱)، "عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به شبکه اجتماعی فیس بوک بررسی تطبیقی دانشجویان ایران و آمریکا"، مطالعات فرهنگ - ارتباطات، دوره ۱۳، شماره ۴۹.

گیل، دیوید و برجیت آدمز (۱۳۸۴)، الفبای ارتباط، ترجمه رامین کریمیان، محمد نبوی، مهران مهاجر، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

لورنس ای. پروین و اولیور پی. جان (۱۳۸۶)، شخصیت: نظریه و پژوهش، ترجمه محمدجعفر جوادی و پروین کدیور، آبیژ، تهران.

مولایی، محمد مهدی (۱۳۸۹)، "شبکه‌های اجتماعی مجازی"، سایت جنگ نرم <http://www.psyop.ir/?p=172322>

مفتاح، سیمین (۱۳۸۱)، "رابطه کم‌رویی و عزت نفس با پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان دوم راهنمایی شهر تهران"، پایان‌نامه دولتی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه تربیت معلم تهران.

یاسمی‌نژاد، عرفان، اکرم آزادی و محمدرضا امویی (۱۳۹۱)، "فضای مجازی، امنیت اجتماعی، راهبردها و استراتژی‌ها، همایش ملی صنایع فرهنگی نقش آن در توسعه پایدار".

