

رابطه ویژگی‌های شخصیتی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی:

مدل پنج عاملی

Relationship of Personality Traits and Level of Social Network Use: Five -Factor Model

Zohreh Rafezi

Maryam Shojaee

زهرة رافعی*

مریم شجاعی**

چکیده

Abstract

Many studies have shown that personality affects the level and the way of using technologies especially internet. This study aimed to determine the relationship between personality traits and the amount of virtual social networks use. The current research method was descriptive-correlational. The population of the study consisted of all 18 to 45 years old social networks users who lived in Tehran in 1395 that 161 of them were selected through a convenient sampling method and answered to short form of NEO Personality Inventory and self-report questionnaire about the amount of hours using virtual networks. The data were analyzed using Pearson correlation and multivariate regression. The findings showed that among personality dimensions, only neuroticism has significant positive relationship with social network use ($p < 0.01$) but extraversion, openness ($p < 0.05$), and conscientiousness ($p < 0.01$) had negative significant relationship with social network use. In addition, the results of multivariate regression showed that neuroticism ($\beta = 0.169, p < 0/05$) and conscientiousness ($\beta = -0.381, p < 0/01$) can predict level of social networks use in individuals. The findings of the research indicated that more neuroticism and less Conscientiousness are related to more level of virtual social networks use.

Keywords: Personality Traits, Five -Factor Model, Social Network Use

پژوهش‌های بسیاری نشان داده‌اند که شخصیت بر میزان و نحوه استفاده از فناوری‌ها، به‌خصوص اینترنت، اثر می‌گذارد. هدف این پژوهش نیز تعیین رابطه ویژگی‌های شخصیتی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بود. روش پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی بود و جامعه آماری این پژوهش تمامی کاربران ۱۸ تا ۴۵ ساله شبکه‌های اجتماعی ساکن شهر تهران در ۱۳۹۵ بودند که ۱۶۱ نفر از آنها به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند و به پرسشنامه شخصیتی NEO فرم کوتاه و سوال‌های خودگزارشی در مورد میزان ساعات استفاده از شبکه‌های مجازی پاسخ دادند. داده‌های حاصل با استفاده از همبستگی پیرسون و رگرسیون چندمتغیره تحلیل شد. یافته‌ها نشان داد که از میان ابعاد شخصیتی، فقط روان‌آزرده‌خویی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی رابطه مثبت معنادار دارد ($p < 0/01$)، اما برون‌گرایی، پذیرا بودن ($p < 0/05$) و مسئولیت‌پذیری با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی رابطه منفی معناداری ($p < 0/01$) داشت. علاوه بر این، نتایج حاصل از رگرسیون چندمتغیره نشان داد که روان‌آزرده‌خویی ($\beta = 0/169, p < 0/05$) و مسئولیت‌پذیری ($\beta = -0/381, p < 0/01$) می‌توانند میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی را در افراد پیش‌بینی کنند. به‌طور کلی، یافته‌های پژوهش بیانگر این بود که روان‌آزرده‌خویی بیشتر و مسئولیت‌پذیری کمتر افراد با استفاده بیشتر آنها از شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه دارد.

واژه‌های کلیدی: ویژگی‌های شخصیتی، مدل پنج عاملی، شبکه‌های اجتماعی مجازی

* نویسنده مسئول: استادیار گروه روانشناسی بالینی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی

email: rafezi.zohreh13@gmail.com

** کارشناس ارشد روانشناسی شخصیت، دانشکده روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج

مقدمه

طبق آمار ارائه شده از سوی سایت آمار جهانی اینترنت، در مارس ۲۰۱۷، تعداد کاربران اینترنت بالغ بر سه میلیارد و هفتصد میلیون نفر بوده است، یعنی امروزه بیش از ۴۹ درصد جمعیت کل دنیا به علت پیشرفت فناوری و امکان دسترسی آسان و سریع به اینترنت، از کاربران اینترنت محسوب می‌شوند. همچنین به علت رشد سریع رایانه‌ها و تلفن‌های قابل حمل و توسعه‌ی برنامه‌ها و تجهیزات مربوط به آنها، شیوه استفاده افراد از اینترنت کاملاً متفاوت شده است (پونتس، اسزابو و گریفیتس، ۲۰۱۵) و شبکه‌های اجتماعی نفوذ چشمگیری در زندگی روزمره پیدا کرده‌اند (لارز، کنلی، لی، هالس، ۲۰۱۴)، به نحوی که اثر نیرومند شبکه‌های اجتماعی مجازی و اینترنت بر زندگی افراد را می‌توان به انقلاب کوپرنیکی مانند کرد. شبکه‌های اجتماعی مجازی گونه‌ای از رسانه‌های اجتماعی هستند که بیشترین شباهت را به جامعه‌های انسانی داشته و به فرد امکان برقراری ارتباط با شمار فراوانی از افراد دیگر، تشکیل گروه‌های اجتماعی و ارسال نيمرخ‌های شخصی را می‌دهند (بوید و الیسون، ۲۰۰۸). قابلیت‌ها و محبوبیت‌های شبکه‌های اجتماعی باعث شده تا بسیاری از کاربران از آنها به عنوان ابزاری برای تنظیم ارتباطات شخصی و تعاملات میان‌فردی و اجتماعی خود استفاده (هوئی، ۲۰۱۲؛ کالکان، ۲۰۱۲) و مدت زمان زیادی را صرف این شبکه‌ها کنند. از طرفی دیگر، صرف مدت زمان زیاد در شبکه‌های اجتماعی و استفاده آسیب‌زا و کنترل نشده از آنها باعث به وجود آمدن مشکلات روانشناختی و جسمانی بسیاری برای کاربران شده است. از این رو، بسیاری از پژوهشگران توجه خود را به یافتن علل شخصیتی گرایش به شبکه‌های اجتماعی معطوف کرده‌اند. روانشناسان معتقدند هر رفتاری که فرد از خود نشان می‌دهد تحت تاثیر عامل شخصیتی است. شخصیت نه تنها با رفتار افراد در دنیای واقعی رابطه دارد، بلکه با رفتار افراد در دنیای مجازی و شبکه‌های اجتماعی رابطه دارد (ذی‌ئی، جان، دکسیانگ، تونگ و زهیلی، ۲۰۱۶). بررسی‌ها نیز بیانگر این امر هستند که همه افراد به یک اندازه جذب فناوری‌های جدید نمی‌شوند و میزان و نحوه استفاده آنها از فناوری‌ها یکسان نیست (بارانی، اوبورتس، کاربونل و چامورو، ۲۰۰۹). پژوهش‌های بسیاری نیز نشان داده‌اند که شخصیت بر نحوه استفاده از فناوری‌ها، به‌ویژه اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، فضاهای مجازی و بازی‌های برخط و غیر برخط اثر می‌گذارد (چارلتون و دنفورت، ۲۰۱۰؛ ریان و زنوس، ۲۰۱۱؛ سرویدئو، ۲۰۱۴؛ کاس، شورتر، ون روجی، دی‌ام‌هین، گریفیتس، ۲۰۱۴؛ الن و کابادی، ۲۰۱۶؛ اوزترک و اوزمن، ۲۰۱۶؛ ونگ، هو، چان و تسه، ۲۰۱۵؛ ذی‌ئی و همکاران، ۲۰۱۶؛ ودودی و دلاور، ۱۳۹۴). در گستره علوم روانشناختی نظریه‌های زیادی در زمینه ویژگی‌های شخصیتی و تاثیر آنها بر هیجان، تفکر و رفتار بیان شده است؛ که در این میان مدل پنج عامل بزرگ کاستا و مک‌کری یکی از پرکاربردترین آنها در سال‌های اخیر بوده است. از نظر کاستا و مک‌کری برخی ویژگی‌های شخصیتی خاص باعث می‌شوند تا افراد در موقعیت‌های گوناگون زندگی رفتار سازگارانه‌تری از خود نشان دهند. طبق این مدل، ویژگی‌های شخصیتی الگوهایی نسبتاً ثابت از افکار، احساسات و رفتار هستند و شخصیت یک مفهوم چند بعدی تلقی می‌شود. پنج بعد اصلی شخصیت که در این نظریه بررسی می‌شود، عبارتند از: روان‌آزرده‌خویی در مقابل ثبات هیجانی، برون‌گرایی در برابر درون‌گرایی، پذیرا بودن تجربه‌ها یا اندیشه‌ها، دلیزیر بودن یا سازگاری در برابر تقابل، و مسئولیت‌پذیری (پروین، ۲۰۰۱).

رابطه ویژگی‌های شخصیتی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ...

بعد شخصیتی روان آزرده‌خویی، با میزان کنترل عاطفی و هیجانی تعریف می‌شود (هوغس، روه، بیٹی و لی، ۲۰۱۲). بدین صورت که روان آزرده‌خویی پایین نشان‌دهنده این است که فرد می‌تواند عواطف و هیجانات خود را به خوبی کنترل کند، در صورتی که در سطح بالای روان آزرده‌خویی، فرد عصبی و حساس‌تر است و قادر نیست به خوبی عواطف و هیجان‌هایش را کنترل کند (مک کری و کاستا، ۱۹۹۹). از این رو، برخی محققان معتقدند که روان آزرده‌خویی با استفاده از اینترنت رابطه مثبت دارد. از سوی دیگر، رشد سریع جنبه اجتماعی اینترنت، سبب شده است که روان آزرده‌خوها به منظور کاهش تنهایی خود بیشتر از اینترنت استفاده کنند (حجت و کراندال، ۱۹۸۷؛ بات و فیلیپس، ۲۰۰۸)، بیشتر به سمت شبکه‌های اجتماعی روند (کریا، هینسلی و دی زونگیه، ۲۰۱۰) و زمان بیشتری را صرف شبکه‌های مجازی نظیر فیس بوک کنند (مور و مک الروی، ۲۰۱۲)، و حتی اجتماعات مجازی نظیر فیس بوک را به زندگی واقعی ترجیح دهند (کو و تانگ، ۲۰۱۴). ونگ، هو، چان و تسه (۲۰۱۵) نیز در پژوهش خود نشان دادند که روان آزرده‌خویی بالا با اعتیاد به اینترنت رابطه مثبت معنادار دارد. با این وجود برخی مطالعات نیز نشان داده‌اند که میزان استفاده از اینترنت با صفت شخصیتی روان آزرده‌خویی رابطه منفی دارد (توتن و بوسنهایک، ۲۰۰۱). بعد برون-گرایی فرد را مستعد عواطف و هیجانات مثبت می‌کند. افراد برون‌گرا اجتماعی، سریع و با شور و اشتیاق هستند، برخلاف افراد روان آزرده که خجالتی و منزوی هستند (کاستا و مک کری، ۱۹۸۰). بارزترین ویژگی صفت برون‌گرایی، تعامل است. از این رو، این بعد رابطه مثبتی با استفاده رسانه‌های اجتماعی و میزان تعامل در رسانه‌های اجتماعی دارد (الن و کابادی، ۲۰۱۶). برون‌گرایان دوستان بیشتری در شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند و نسبت به سایرین زمان بیشتری را صرف شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌کنند (کو و تانگ، ۲۰۱۴؛ مور و مک الوری، ۲۰۱۲). ونگ، هو، چان و تسه (۲۰۱۵) نیز در پژوهش خود نشان دادند که اعتیاد به شبکه‌های مجازی با برون‌گرایی رابطه نیرومندی دارد. با این وجود، در برخی مطالعات هیچ‌گونه رابطه‌ی معناداری بین برون‌گرایی و استفاده از اینترنت مشاهده نشده است (بچراچ، کزینسکی، گرپل، کهلی و استیل ول، ۲۰۱۲). بعد پذیرا بودن با انعطاف‌پذیری در برابر ارزش‌های جدید و غیر متعارف مشخص می‌شود. افرادی که در این عامل نمرات بالایی کسب می‌کنند، بیشتر اوقات تجارب جدید را راحت‌تر می‌پذیرند و هیجانات را عمیق‌تر از دیگران تجربه می‌کنند (مک کری و کاستا، ۱۹۹۲). به نقل از متیوس، دیری و ویتمن، ۲۰۰۳). این افراد مستعد کنجکاوی، خلاقیت، رویاپردازی و کارهای اصلیند. در حالی که، افرادی که در این عامل نمره پایین‌تری کسب می‌کنند، اغلب به کارهای متعارف، سنتی و واقعی گرایش دارند و به چیزها و یا تجارب جدید کمتر علاقمندند (ریان و زنوس، ۲۰۱۱؛ امیچای-هابرگر و وینتزکی، ۲۰۱۰). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که بین پذیرا بودن و استفاده از رسانه‌های اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد (امیچای-هامبرگر و وینتزکی، ۲۰۱۰ و کابادی، ۲۰۱۶). افراد پذیرا زمان بیشتری را در فیس بوک سپری می‌کنند و دوستان بیشتری دارند (کو و تانگ، ۲۰۱۴) و از قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی بیشتر استفاده می‌کنند (هوغس و همکاران، ۲۰۱۲). بعد سازگاری با دوستی، صمیمیت، مهربانی، ادب و تواضع مشخص می‌شود (مک کری و کاستا، ۱۹۹۲). به نقل از متیوس، دیری و ویتمن، ۲۰۰۳). افراد سازگاره علت شخصیت گرم و همدلشان، اکثراً شماره‌های تماس زیادی دارند. آنها به راحتی می‌توانند دوست پیدا کنند و برای مدت طولانی رابطه‌ی دوستی خود را حفظ نمایند (کوری و

همکاران، ۲۰۱۲؛ هوگس و همکاران، ۲۰۱۲). مطالعات نشان داده‌اند که افراد سازگار، به میزان کمتری از شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس بوک استفاده می‌کنند (مور و مک الوری، ۲۰۱۲)، دوستان کمتری در شبکه‌های اجتماعی دارند (شن و بریدیسکاو لیو^۱، ۲۰۱۵) و زمان کمتری را در شبکه‌های اجتماعی صرف می‌کنند (کو و تانگ، ۲۰۱۴). برخی از افراد سازگار از شبکه‌های اجتماعی برای تعامل و حفظ روابط قدیمی خود استفاده می‌کنند (سیدمن، ۲۰۱۳؛ هورزوم، ۲۰۱۶). البته الن و کابادی (۲۰۱۶) در پژوهش خود بین سازگاری و استفاده شبکه‌های مجازی رابطه‌ی معناداری مشاهده نکردند. بعد مسئولیت‌پذیری افراد را مستعد اخلاقیات، نظم، ترتیب و بی‌عیب بودن می‌کند (هوگس و همکاران، ۲۰۱۲). افرادی که مسئولیت‌پذیری زیادی دارند، سعی می‌کنند از وسایل ارتباط اجتماعی اجتناب کنند، زیرا معتقدند که این وسایل آنها را از انجام وظایف مهمترشان باز می‌دارد (بوت و فیلپ، ۲۰۰۸). برخی از پژوهش‌ها نیز رابطه‌ی منفی مسئولیت‌پذیری و استفاده شبکه‌های اجتماعی را تایید کرده‌اند (بلاچنیو، پرزیپورکا، سنول دراک و دراک، ۲۰۱۷؛ ریان و زنوس ۲۰۱۱؛ ونگ و همکاران، ۲۰۱۵).

به‌طور کلی، یافته‌های حاصل از پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی با نحوه و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی رابطه دارد، ولیکن یافته‌های پژوهش‌های پیشین درباره پروفایل شخصیتی کاربران شبکه‌های مجازی یکسان نیست و در کشور ما در این خصوص پژوهش‌های اندکی صورت گرفته است. از این رو، ضروری است تا به‌منظور دستیابی به نتایج دقیق‌تر و یکپارچه‌تر درباره ویژگی‌های شخصیتی کاربران شبکه‌های مجازی، پژوهش‌های بیشتری در این‌باره انجام شود. بنابراین پژوهش حاضر با هدف تعیین رابطه ویژگی‌های شخصیتی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی طراحی و انجام شد.

روش

روش پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی بود. در این پژوهش رابطه ویژگی‌های شخصیتی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بررسی، و میزان استفاده از شبکه‌های مجازی بر اساس ویژگی‌های شخصیتی روانشناختی پیش‌بینی شد. ابتدا طبق فرمول گرین ($N > 50 + 8M$) برای محاسبه سرانگشتی حجم نمونه برای پژوهش‌های همبستگی، حداقل حجم نمونه (۹۰ نفر) برآورد شد که در نهایت به علت ریزش، حجم نمونه ۱۶۱ در نظر گرفته شد. سپس از میان جامعه آماری این پژوهش، یعنی کلیه‌ی کاربران ۱۸ تا ۴۵ ساله شبکه‌های اجتماعی ساکن شهر تهران در بهار سال ۱۳۹۵، ۱۶۱ نفر به شیوه نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند و پس از اخذ رضایت از آنها به پرسشنامه‌های پژوهش پاسخ دادند. در نهایت به پرسشنامه‌های گردآوری شده با استفاده از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی تحلیل شد. در بخش آمار توصیفی جدول‌های توزیع فراوانی و درصد گروه نمونه پژوهش، شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی داده‌ها محاسبه شد. در بخش آمار استنباطی جهت مطالعه روابط متغیرهای پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون و جهت پیش‌بینی از رگرسیون چندمتغیری استفاده شد. لازم به ذکر است قبل

^۱ Shen, Brdiczka, & Liu

رابطه ویژگی‌های شخصیتی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ...

از انجام رگرسیون چندمتغیری، مفروضه‌های اصلی رگرسیون چندمتغیری شامل مقادیر گم شده^۱، نرمال بودن^۲، خطی بودن^۳ و همخطی بودن^۴ بررسی شد.

ابزار

به منظور گردآوری داده‌ها از فرم کوتاه پرسشنامه شخصیتی نئو و یک فرم خودگزارش دهی میزان استفاده از شبکه‌های مجازی استفاده شد. پرسشنامه شخصیتی نئو شامل ۶۰ عبارت و ۵ عامل است. هر عامل دارای ۱۲ عبارت است که در ۵ درجه لیکرت نمره‌گذاری می‌شود (از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق). با توجه به یافته‌های کاستا و مک کری (۱۹۹۹)، فرم کوتاه نئو با فرم بلند آن مطابقت کامل دارد، به طوری که همبستگی بالای ۶۸ درصد با فرم بلند نئو گزارش داده‌اند. ثبات درونی این پرسشنامه بر اساس ضریب آلفا برای این پرسشنامه از داده‌های مربوط به گروهی از متقاضیان استخدام (۱۵۳۹ نفر) برای شاخص‌های N، E، O، A و C به ترتیب ۰/۸۶، ۰/۷۷، ۰/۷۳، ۰/۶۸ و ۰/۸۱ توسط حق‌شناس (۲۰۰۶) بدست آمده است که از نظر آماری دارای ارزش‌های قابل‌قبولی هستند. به منظور بررسی اعتبار در خصوص اعتبار و روایی این پرسشنامه مطالعات بسیاری صورت گرفته که همگی حاکی از آن است که NEO-FFI از اعتبار و روایی مطلوبی برخوردار است. این آزمون در ایران توسط گروهی فرشی (۲۰۰۱) هنجاریابی شده است و اعتبار این پرسشنامه با استفاده از آزمون مجدد برای هر یک از عوامل اصلی N، O، E، A و C به ترتیب ۰/۸۶، ۰/۷۳، ۰/۵۶، ۰/۶۸ و ۰/۸۷ گزارش شده است. در پژوهش حاضر نیز ثبات درونی پرسشنامه بر اساس ضریب آلفای کرونباخ برای ویژگی روان‌آزرده‌خویی ۰/۸۳، برون‌گرایی ۰/۷۷، پذیرا بودن تجارب ۰/۶۵، سازگاری ۰/۵۸ و مسئولیت‌پذیری ۰/۸۳ بدست آمده است. میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک-واتس‌اپ-تلگرام-وایبر و اینستاگرام) در طول یک ماه نیز با استفاده از یک پرسشنامه خودگزارش دهی محقق ساخته بدست آمد.

یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی: از ۱۶۱ شرکت‌کننده، ۴۹ نفر (۳۰/۴ درصد) از شرکت‌کنندگان ۱۸ تا ۲۵ سال، ۷۲ نفر (۴۴/۷ درصد) از شرکت‌کنندگان ۲۵ تا ۳۵ سال و ۴۰ نفر (۲۴/۸ درصد) از شرکت‌کنندگان ۳۵ تا ۴۵ سال داشتند و ۱۰۵ نفر (۶۵/۲ درصد) از شرکت‌کنندگان مرد و ۵۶ نفر (۳۴/۷ درصد) زن بودند.

^۱ . missing data

^۲ . normality

^۳ . linearity

^۴ . multicollinearity

جدول ۱. میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در یک ماه

میزان استفاده	فراوانی	درصد فراوانی
کمتر از ۱۰ ساعت	۵۲	۳۲/۳
۱۰-۱۹ ساعت	۲۳	۱۴/۳
۲۰-۲۹ ساعت	۳۱	۱۹/۳
۳۰-۳۹ ساعت	۱۵	۹/۳
۴۰-۴۹ ساعت	۶	۳/۷
۵۰-۵۹ ساعت	۵	۳/۱
بیشتر از ۶۰ ساعت	۲۷	۱۶/۸
بی پاسخ	۲	۱/۲
کل	۱۶۱	۱۰۰

بر اساس نتایج جدول ۱ در مجموع ۵۲ نفر (۳۲/۳ درصد) از شرکت‌کنندگان کمتر از ۱۰ ساعت در ماه از شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده بودند. همچنین ۲۳ نفر (۱۴/۳ درصد) از شرکت‌کنندگان ۱۰ تا ۱۹ ساعت، ۳۱ نفر (۱۹/۳ درصد) از شرکت‌کنندگان ۲۰ تا ۲۹ ساعت، ۱۵ نفر (۹/۳ درصد) از شرکت‌کنندگان ۳۰ تا ۳۹ ساعت، ۶ نفر (۳/۷ درصد) از شرکت‌کنندگان ۴۰ تا ۴۹ ساعت، ۵ نفر (۳/۱ درصد) از شرکت‌کنندگان ۵۰ تا ۵۹ ساعت و ۲۷ نفر (۱۶/۸ درصد) از شرکت‌کنندگان بیشتر از ۶۰ ساعت در طول ماه از شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده بودند.

جدول ۲. توصیف متغیرهای پژوهش: میانگین، انحراف استاندارد و

ضریب آلفای کرونباخ صفات شخصیت و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	آلفای کرونباخ
روان آورده‌خویی	۲۱/۷۸	۹/۰۵	۰/۸۳۵
برون‌گرایی	۳۰/۰۰	۶/۶۶	۰/۷۷۹
پذیرا بودن	۲۵/۷۸	۵/۶۳	۰/۶۵۲
سازگاری	۲۹/۹۷	۵/۱۸	۰/۵۸۱
مسئولیت‌پذیری	۳۳/۳۳	۸/۲۴	۰/۸۳۳
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۲۵/۵۹	۲۱/۰۴	-

جدول ۲ میانگین و انحراف استاندارد، صفات شخصیت و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و همچنین ضرایب آلفای کرونباخ صفات شخصیت را نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، ضرایب آلفای کرونباخ عامل

رابطه ویژگی‌های شخصیتی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ...

سازگاری تا حدودی پایین است. بنابراین، باید در تفسیر یافته‌های مرتبط با عامل سازگاری احتیاط نمود. نتایج مربوط به همبستگی صفات شخصیت و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در جدول زیر گزارش شده است.

جدول ۳. ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱. روان آزاده خوبی							
۲. برون‌گرایی	-.۳۸۷**						
۳. پذیرا بودن	-.۲۹۴**	.۳۱۰**					
۴. سازگاری	-.۲۸۷**	.۳۸۷**	.۲۴۳**				
۵. مسئولیت‌پذیری	-.۶۶۶**	.۲۶۵**	.۳۲۹**	.۲۵۱**			
۶. میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی	.۶۰۹**	-.۱۹۳*	-.۱۹۵*	-.۱۰۷	-.۶۹۷**		۱

*P < .۰۵ و **P < .۰۱

همچنان که جدول ۳ نشان می‌دهد، روان آزاده‌خویی به صورت مثبت و در سطح معناداری ۰/۰۱ با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی همبسته است. برون‌گرایی و پذیرا بودن به صورت منفی و در سطح معناداری ۰/۰۵ و عامل مسئولیت‌پذیری نیز به صورت منفی و در سطح معناداری ۰/۰۱ با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی همبسته است. عامل سازگاری رابطه معناداری با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی نداشت.

مفروضه‌های تحلیل رگرسیون چندمتغیری

به منظور بررسی مفروضه نرمال بودن توزیع تک متغیر مقادیر کشیدگی و چولگی و به منظور ارزیابی مفروضه هم خطی بودن عامل تورم واریانس^۱ (VIF) و ضریب تحمل^۲ مورد بررسی قرار گرفت. جدول ۴ کشیدگی، چولگی، تلورانس و تورم واریانس (VIF) متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۴. کشیدگی، چولگی، تلورانس و تورم واریانس متغیرهای پژوهش

چولگی	کشیدگی	تلورانس	تورم واریانس (VIF)	
۰/۲۵۶	-.۷۷۵	۰/۳۷۸	۲/۶۶۱	روان آزاده‌خویی
-.۶۶۷	۰/۹۲۸	۰/۴۳۸	۲/۲۸۳	برون‌گرایی
-.۳۱۲	-.۰۴۸	۰/۷۱۹	۱/۳۹۰	پذیرا بودن
-.۳۵۸	۰/۱۹۸	۰/۸۱۰	۱/۲۳۴	سازگاری
-.۴۷۸	-.۲۰۳	۰/۸۱۵	۱/۲۲۸	مسئولیت‌پذیری
۰/۷۶۰	-.۷۷۲	متغیر ملاک	متغیر ملاک	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی

^۱. variance inflation factor

^۲. tolerance

جدول مذکور نشان می‌دهد که، شاخص‌های مربوط به چولگی و کشیدگی هیچ کدام از متغیرهای پژوهش خارج از محدود ± 2 نیست. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که توزیع متغیرهای پژوهش طبیعی است. همچنین نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که شاخص تلورانس و تورم واریانس متغیرهای پژوهش به ترتیب بزرگتر از $0/1$ و کوچکتر از 10 است. این مطلب نشان دهنده آن است که پدیده هم‌خطی بودن در متغیرهای پژوهش وجود ندارد. بر اساس دیدگاه مایر، گامست و گوارینو (۲۰۰۶) ارزش عامل تورم واریانس بالاتر از 10 و ارزش تلورانس کمتر از $0/1$ باشد، نشان دهنده هم‌خطی بودن است. به منظور آزمون استقلال خطاها در بین متغیرهای پیش بین، ارزش شاخص دوربین واتسون مورد بررسی قرار گرفت. ارزش شاخص مذکور $1/598$ بود. فایلد (۲۰۰۶) اعتقاد دارد که ارزش شاخص دوربین واتسون بالاتر از 2 نشان دهنده عدم استقلال خطاهاست. بر این اساس، با توجه به ارزش شاخص دوربین واتسون محاسبه شده، می‌توان گفت مفروضه استقلال خطاها نیز در بین داده‌های پژوهش برقرار است. به منظور ارزیابی برقراری یا عدم برقراری مفروضه نرمال بودن توزیع چندمتغیری، از تحلیل اطلاعات مربوط به «فاصله ماهالانوبایس (D)»^۱ و ترسیم منحنی توزیع آن استفاده شد و انحراف آشکار از نرمال بودن در شکل توزیع دیده نشد. از سوی دیگر، شاخص‌های چولگی و کشیدگی محاسبه شده به ترتیب برابر با $0/849$ و $0/058$ بود. با توجه به اینکه شاخص‌های به دست آمده در فاصله ± 2 بود، بنابراین می‌توان گفت توزیع چندمتغیری در داده‌های پژوهش حاضر نرمال است. همچنان که ا شماره شد برای آزمون فرضیه پژوهش از روش تحلیل رگرسیون چند متغیری استفاده شد که نتایج آن در جدول ۵ آمده است.

جدول ۵. رگرسیون چند متغیری در پیش بینی میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر

اساس صفات شخصیت					
سطح معناداری	t	β	SE	b	
				(صفات شخصیت)	
0/034	2/142	0/169	0/183	0/393	روان آزاده‌خویی
0/256	0/926	0/057	0/195	0/180	برون‌گرایی
0/188	1/232	0/077	0/216	0/288	پذیرا بودن
0/231	1/204	0/070	0/238	0/286	سازگاری
0/001	-4/692	-0/381	0/207	-0/971	مسئولیت‌پذیری
			$R^2=0/584$ و $adjR^2=0/568$	$F(6, 154)=35/632, P<0/001$	

^۱. Mahalanobis distance (D)

رابطه ویژگی‌های شخصیتی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ...

بر اساس نتایج جدول ۵ مقدار R^2 برابر با ۰/۵۸۴ است. این یافته بدان معناست که می‌توان بر اساس صفات شخصیت ۵۸/۴ درصد از واریانس میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را پیش‌بینی کرد. بررسی ضرایب رگرسیون نیز نشان داد که از بین صفات شخصیت، ضریب رگرسیون مربوط به روان‌آزرده‌خویی (۰/۰۵) $\beta=0/169, p<$ مثبت و در سطح ۰/۰۵ معنادار است. همچنین ضریب رگرسیون مربوط به عامل مسئولیت‌پذیری (۰/۰۱) $\beta=-0/381, p<$ منفی و در سطح ۰/۰۱ معنادار است. ضرایب رگرسیون مربوط به دیگر صفات شخصیت در سطح ۰/۰۵ معنادار نبود. همچنین مشخص شد که عامل روان‌آزرده‌خویی به صورت مثبت و عامل مسئولیت‌پذیری به صورت منفی میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی را پیش‌بینی می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش بیانگر رابطه معنادار و مثبت ویژگی شخصیتی روان‌آزرده‌خویی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی (۰/۰۱) $p<$ و رابطه معنادار و منفی ویژگی‌های شخصیتی برون‌گرایی، پذیرا بودن (۰/۰۵) $p<$ و مسئولیت‌پذیری (۰/۰۱) $p<$ با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی بود. علاوه بر این، نتایج حاصل از رگرسیون چند متغیره نشان داد که می‌توان بر اساس دو ویژگی شخصیتی روان‌آزرده‌خویی و مسئولیت‌پذیری میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی را در افراد پیش‌بینی کرد. یافته‌ی این پژوهش مبنی بر تمایل بیشتر افراد روان‌آزرده به استفاده بیشتر از شبکه‌های اجتماعی، همسو با بسیاری از یافته‌های پژوهش‌های پیشین نظیر حجت و کراندال (۱۹۸۷)، بات و فیلیپس (۲۰۰۸)، کربا، هینسلی و دی زونگیا (۲۰۱۰)، مور و مک‌الروی (۲۰۱۲)، کو وتانگ (۲۰۱۴)، ونگ، هو، چان و تسه (۲۰۱۵) و اوزترک و اوزمن (۲۰۱۶) است. این یافته را می‌توان با توجه به درک تهدیدآمیزتر جهان واقعی از سوی افراد روان‌آزرده که زمینه را برای نشان دادن استرس بیشتر توسط آنها فراهم می‌کند، توجیه کرد. درک تهدیدآمیز جهان واقعی باعث می‌شود که این افراد به جهان دیجیتالی که امن‌تر و قابل کنترل‌تر به نظر می‌رسد، تمایل بیشتری نشان دهند (مولر، بیوتل، اگلف و ولفلینگ، ۲۰۱۳). از سوی دیگر، افراد روان‌آزرده چون مستعد اضطراب هستند، احتمال دارد از اینترنت برای کاهش و رهاشدن از این اضطراب استفاده کنند. همچنین آنها مستعد افسردگی نیز هستند و اینترنت منابع وسیعی از کمک آنلاین را در اختیار آنها می‌گذارد (مک‌اولری، هندریکسون، توانسند و دیماری، ۲۰۰۷). همچنین یافته‌های این پژوهش نشان داد که مسئولیت‌پذیری با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه منفی دارد. این یافته نیز همخوان با یافته‌های پژوهش‌های بلاچنیوپرز، پرزیپورکا، سنول دراک و دراک (۲۰۱۷)، ریان و زنوس (۲۰۱۱)، ونگ و همکاران (۲۰۱۵) و هوگس و رو، بیتی و لی (۲۰۱۲) است. در تبیین این یافته می‌توان چنین بیان کرد که بعد مسئولیت‌پذیری افراد را مستعد اخلاقیات، نظم، ترتیب و بی‌عیب بودن می‌کند (هوگس همکاران، ۲۰۱۲). به نظر می‌رسد افرادی که مسئولیت‌پذیری‌شان زیاد است، سعی می‌کنند از وسایل ارتباط اجتماعی اجتناب کنند، زیرا معتقدند که این وسایل آنها را از انجام وظایف مهمترشان باز می‌دارد (بات و فیلیپس، ۲۰۰۸). همچنین یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که عامل سازگاری رابطه معناداری با میزان استفاده از شبکه‌های مجازی ندارد. اگر چه این یافته همسو با یافته پژوهش‌الن و کابادی (۲۰۱۶) است، ولی با توجه

به پایین بودن آلفای کرونباخ این ویژگی در پژوهش حاضر در تعمیم این یافته باید احتیاط کرد. از سوی دیگر، یافته‌های این پژوهش مبنی بر رابطه منفی بین برون‌گرایی و پذیرا بودن با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با برخی از یافته‌های پیشین در این زمینه مغایر است. هوگس و همکارانش (۲۰۱۲) در پژوهش خود با عنوان روایت دو سایت فیس بوک و توییتر و پیش‌بینی کننده‌های شخصیتی میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی، نشان دادند که پذیرا بودن با میزان استفاده از توییتر رابطه‌ی مثبتی دارد، ولی در پژوهش آنها بین برون‌گرایی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی فیس بوک و توییتر رابطه معناداری مشاهده نشد. در پژوهش آلن و کابادی نیز (۲۰۱۴) ویژگی شخصیتی برون‌گرایی، رابطه مثبت معناداری با استفاده از رسانه‌های اجتماعی نشان داد. البته سریدو (۲۰۱۴) در پژوهش خود نشان داده است که برون‌گرایی با اعتیاد به اینترنت رابطه منفی معناداری دارد و اوزترک و اوزمن (۲۰۱۶) در پژوهش خود نشان دادند که بین ویژگی شخصیتی برون‌گرایی و استفاده مشکل‌آفرین از اینترنت رابطه معناداری وجود ندارد. به نظر می‌رسد افراد برون‌گرا و پذیرا به علت اینکه فرصت بیشتری برای تعامل اجتماعی در دنیای واقعی دارند، برای تعامل مجازی وقت کمتری را صرف کنند. در حالی که، افراد روان‌آزرده‌خو به علت مشکل داشتن در روابط مستقیم (چهره به چهره)، ترجیح می‌دهند که از روابط اجتماعی در دنیای واقعی فاصله بگیرند و به جای آن از ارتباط اینترنتی که در آن احساس راحتی بیشتری می‌کنند، استفاده کنند. از سوی دیگر، همان‌طور که برخی از پژوهش‌های پیشین نشان داده بود، انتظار می‌رفت که افراد پذیرا به علت دارا بودن ویژگی‌هایی نظیر کنجکاوی، تنوع‌طلبی و تغییر (مک کری و کاستا، ۱۹۹۹)، از اینترنت بیشتر استفاده کنند (مارک و گانزاج، ۲۰۱۴). با توجه به پژوهش دیگمن (۱۹۹۰) نتایج حاصل از پژوهش حاضر را می‌توان چنین تبیین کرد که به دلیل رابطه پذیرا بودن با هوش و توانمندی‌های عقلانی، افراد پذیرا این قابلیت را دارند که از ظرفیت‌های دیگر اینترنت به غیر از شبکه‌های مجازی استفاده کنند (هوگس و همکاران، ۲۰۱۲)، و شاید به همین دلیل است که در این پژوهش رابطه میان پذیرا بودن و میزان استفاده از شبکه‌های مجازی منفی به دست آمده است و چنانچه رابطه پذیرا بودن با سایر کاربردهای اینترنت پژوهش شود، ممکن است مانند پژوهش‌های پیشین نتایج مثبت معناداری مشاهده شود. در مجموع نتایج پژوهش حاضر، از نتایج پژوهش‌های پیشین مبنی بر امکان پیش‌بینی میزان استفاده از شبکه‌های مجازی با دو ویژگی روان‌آزرده‌خویی و مسئولیت‌پذیری حمایت می‌کند. بدین معنا که هر چقدر فرد روان‌آزرده‌خویی بیشتری داشته باشد، از شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر، و هر چقدر مسئولیت‌پذیرتر باشد، کمتر از شبکه‌های مجازی استفاده خواهد کرد. از آنجا که، پژوهش حاضر به دلیل محدودیت زمانی، با دیدگاه گذشته‌نگر، مقطعی و روی نمونه کوچکی انجام شده است، در تعمیم نتایج این پژوهش باید احتیاط کرد. پیشنهاد می‌شود به منظور دستیابی به نتایج دقیق‌تر، پژوهش‌های دیگری با استفاده از نمونه‌های بزرگتر انجام شود. همچنین با توجه به نقش ویژگی‌های شخصیتی در میزان استفاده و حتی چگونگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی، پیشنهاد می‌شود، پژوهش‌های آتی به شکل تخصصی‌تر و با در نظر گرفتن متغیرهای میانجی مانند نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (ارتباطات، تفریح، کسب اطلاعات و ...) در این حیطه انجام شود، تا بتوان بر اساس داده‌های حاصل از این‌گونه پژوهش‌ها

رابطه ویژگی‌های شخصیتی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ...

جهت استفاده بهینه‌ی کاربران از شبکه‌های مجازی و ارتقای کیفیت استفاده کاربران و رفع مشکلات ناشی از استفاده آسیب‌زا از فضای مجازی نظیر اعتیاد به اینترنت گامی اساسی برداشت.

References

- Alan, A. K., & Kabadayib, E.T. (2016). the Effect of Personal Factors on Social Media Usage of Young Consumers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 595 – 602
- Amichai-Hamburger, Y., & Vintizky. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26, 1289-1295. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.018>
- Butt, S. and Phillips, J.G., 2008. Personality and self-reported mobile phone use. *Computers in Human Behavior*, 24(2), pp.346-360. in *Human Behavior*, 26, 1289-1295.
- Bachrach, Y., Kosinski, M., Graepel, T., Kohli, P., & Stillwell, D. (2012, June). Personality and patterns of Facebook usage. *In Proceedings of the 4th annual ACM web science conference*, (pp. 24 –32). ACM.
- Barany M, Obverts U, Carbonell X and Chamorro A. (2009). Problematic proms in college internet and mobile phone use and clinical students: The role of emotional intelligence. *Computer Human Behavior*. 14(2): 1182-1187.
- Błachnio, A., Przepiorka, A., Senol-Durak, M., Durak, M., Sherstyuk, L. (2017). The role of personality traits in Facebook and Internet addictions: A study on Polish, Turkish, and Ukrainian samples. *Computers in Human Behavior*, 68, 269-275.
- Boyd, D.M. & Ellison, N.B. (2008) Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13,) 1), 210-230.
- Charlton, J. P., & Danforth, D. W. (2009). Validating the distinction between computer addiction and engagement: Online game-playing and personality. *Behavior & Information Technology*, 29(6), 601–613.
- Correa, T., Hinsley, A., & Gil de Zúñiga, H. (2010). Who interacts on the Web? The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26, 247–253.
- Digman, J. M. (1990). Personality structure: Emergence of the five-factor model. *Annual Review of Psychology*, 41, 417–440
- Field, A. (2006). *Discovering Statistics using SPSS* (2th ed). London: Sage.
- Garousi Farshi.M. (2001). Personality Evaluation. Tabriz; Jameh Pazhoh. (Persian).
- Haghshenas, H. (2006). Five factor design of personality traits: Guideline of interpretation and standards of NEO-FFI and NEO-PI-R tests. Shiraz: Medicine Science University and Therapy Health Servicing University. (Persian).

- Hawi, N. S. (2012). Internet addiction among adolescents in Lebanon. *Computers in Human Behavior*, 28, 1044–1053.
- Hojat, M. and Crandall, R., 1987. *Loneliness: Theory, research, and applications*. Sage Publications, Inc.
- Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M., & Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in Human Behavior*, 28, 561–569.
- Horzum, M. B. (2016). Examining the relationship to gender and personality on the purpose of Facebook usage of Turkish university students. *Computers in Human Behavior*, 64,319-328.
- Kalkan, M. (2012). Predictiveness of interpersonal cognitive distortions on university students' problematic Internet use. *Children and Youth Services Review*, 34, 1305–1308.
- Kuo, T., & Tang, H. L. (2014). Relationships among personality traits, Facebook usages, and leisure activities: A case of Taiwanese college students. *Computers in Human Behavior*, 31, 13-19.
- Kuss, D. J., Shorter, G. W., van Rooij, A.J., Mheen, D.V., & Griffiths, M. D. (2014). The Internet addiction components model and personality: Establishing construct validity via a nomological network. *Computers in Human Behavior*.39, 312-321.
- LaRose, R., Connolly, R., Lee, H., Li, K., & Hales, K. D. (2014). Connection overload? A cross cultural study of the consequences of social Media connection. *Information Systems Management*, 31(1), 59-73.
- Mark, G., & Ganzach, Y. (2014). Personality and Internet usage: A large-scale representative study of young adults. *Computers in Human Behavior*, 36,274-281.
- Matthews, G., Deary, I.J., & Whiteman, M.C. (2003). *Personality Traits*, New York, Cambridge University Press.
- McCrea, R., & Costa, P. (1999). The five factor theory of personality. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research*. (pp. 139–153). NY: Guilford.
- McElroy, J. C., Hendrickson, A. R., Townsend, A. M., & DeMarie, S. M. (2007). Dispositional factors in Internet use: Personality versus cognitive style. *MIS Quarterly*, 31(4), 809–820.
- Meyers, L. S., Gamst, G., & Guarino, A. J. (2006). *Applied multivariate research, design and interpretation*. London: Sage publication.
- Moore, k., & Mcelroy, JC. (2012).The Influence of Personality on Facebook Usage, Wall Postings, and Regret .*Computers in Human Behavior*, 28(1):267-274.
- Müller, K., Beutel,M., Egloff, B., & Wölfling, K. (2013). Investigating risk factors for internet gaming disorder: A comparison of patients with addictive gaming, pathological gamblers and healthy controls regarding the Big Five personality traits. *European Addiction Research*, 20(3), 129–136.

رابطه ویژگی‌های شخصیتی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ...

- Oztürk, E., & Ozmen, SK. (2016). The relationship of self-perception, personality and high school type with the level of problematic internet use in adolescents, *Computers in Human Behavior*, 65, 501-507.
- Pontes, H.M, Szabob, S., & Griffiths, M. D. (2015). The impact of Internet-based specific activities on the perceptions of Internet addiction, quality of life, and excessive usage: A cross-sectional study. *Addictive Behaviors Reports*, 1, 19-25.
- Pervin LA, John OP. *Personality: Theory & Research*. 8th ed. 2001.
- Roshan Chelsi, R. Shaeiri, MR., Atrifard, M., Nikkhah, A., Ghaem, Maghami, B., & Rahimierad, A. (2006). Investigating Psychometric Properties of "NEO-Five Factor Inventory, Semi -Annually Journal of Daneshvar Raftar, 13(16), 17-26. (Persian.)
- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship of the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27, 1658–1664.
- Servidio, R. (۲۰۱۴). Exploring the effects of demographic factors, Internet usage and personality traits on Internet addiction in a sample of Italian university students. *Computers in Human Behavior*, 35, 85-92.
- Shen, J., Brdiczka, O., & Liu, J. (2015). A study of Facebook behavior: What does it tell about your Neuroticism and Extraversion? *Computers in Human Behavior*, 45, 32-38.
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54 (3), 402-407.
- Tuten, T., & Bosnjak, M. (2001). Understanding differences in web usage: The role of need for cognition and the five factor model of personality. *Social Behavior and Personality*, 29(4), 391–398.
- Vadodi; E., Delavar, A. (2015). Studying Virtual Networks Effects on Changing the Young's Personality Characteristics. *Journal of Educational Psychology*, 11, 4144-65. (Persian).
- Wang, C.W., Ho, R. T.H., Chan, C. L. W., & Tse, S. (2015). Exploring personality characteristics of Chinese adolescents with internet-related addictive behaviors: Trait differences for gaming addiction and social networking addiction. *Addictive Behaviors*, 42, 32–35.
- Ziyi, Y., Juna, S., Daxiang, D., Tong, W., & Zhili, X. (2016) Personality as a metric for topic models on social networks. *Journal of High Speed Networks*, 22,169–176