

## بررسی رابطه درون‌گرایی - برون‌گرایی و منبع کنترل با نیاز به شناخت در دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک) آنلاین

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۱۱/۷ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۴/۱۰/۶

دکتر عزت‌اله کردمیرزا نیکوزاده<sup>۱</sup>

شیما عسکررمکی<sup>۲</sup>

### چکیده

**مقدمه:** در عصر ارتباطات، اهمیت شبکه‌های اجتماعی آنلاین به‌عنوان روند تکمیل فن-آوری‌های ارتباطی، بر کسی پوشیده نیست. با محبوب شدن این شبکه‌ها، راه‌های برقراری ارتباط افراد با یکدیگر دستخوش تغییرات قابل توجه‌ای شده است. در پژوهش حاضر سعی بر آن شد تا به بررسی رابطه متغیرهای درون‌گرایی - برون‌گرایی و منبع کنترل (بیرونی - درونی) با نیاز به شناخت (بالا - پایین) ۳۶۶ نفر از دانشجویان ایرانی عضو شبکه‌های اجتماعی آنلاین (فیس بوک) و غیر عضو با استفاده از پرسشنامه‌های جمعیت‌شناختی استفاده از اینترنت، مقیاس درون‌گرایی جیمز مک کروسکی، مقیاس منبع کنترل جولیان راتر، و مقیاس نیاز به شناخت کاسیوپو و پتی پرداخته شود.

**روش:** برای بررسی همبستگی بین متغیرها از همبستگی پیرسون استفاده شد و روش آماری این پژوهش آزمون T مستقل بود.

**یافته‌ها:** با توجه به نتایج بدست آمده، در فرضیه اصلی بین درون‌گرایی - برون‌گرایی و منبع کنترل با نیاز به شناخت رابطه همبستگی وجود داشت. و در فرضیه‌های فرعی بین درون‌گرایی - برون‌گرایی و منبع کنترل بیرونی همبستگی منفی، بین درون‌گرایی - برون‌گرایی و نیاز به شناخت پایین همبستگی مثبت و بین منبع کنترل درونی و نیاز به شناخت بالا نیز همبستگی مثبت وجود داشت، همچنین تفاوت بین دو گروه، معنی‌دار نشد.

**نتیجه‌گیری:** باتوجه به یافته‌های پژوهش و پس از بررسی مشخص شد، هرچه فرد درون‌گراتر باشد منبع کنترلش درونی‌تر و نیاز به شناختش بالاتر است. در واقع درون‌گرایی با منبع کنترل درونی و نیاز به شناخت بالا ارتباط داشت. همچنین این مسأله به عضویت در شبکه‌های اجتماعی آنلاین (فیس بوک) یا عدم عضویت ربطی نداشت.

**کلید واژگان:** درون‌گرا، برون‌گرا، منبع کنترل (بیرونی - درونی)، نیاز به شناخت (بالا - پایین)، شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک) آنلاین

۱. استادیار گروه روان‌شناسی دانشگاه پیام نور knikoozadeh@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد روان‌شناسی عمومی، دانشگاه آزاد اسلامی کرج Shima\_Asgari262@yahoo.com

## **The relationship between introversion- extroversion and locus of control with need to cognition among students who use online social networks (face book)**

**Shima Askar Ramaki**

**Ezzat Allah kord Mirza Niko zadeh**

### **Abstract**

**Introduction:** The goal of this research was to find relationship between introversion\_ extroversion and locus of control with need for cognition among students as the members of online social networks (face book)

With the rise of online social networks the ways people communicate with each other has been drastically changed.

**Methods:** This research is based on correlational design and T tests. In order to investigate the relationship between introversion\_ extroversion variable as well as locus of control (external- internal) in regard with need for cognition (lower- upper) abilities among Iranian university students as the members of online public networks (face book) and those who have not participated in these networks 366 students participated in this research and answered the James MC Croskey Introversion scale, Julian Rotter scale of locus control , and Cassioppo and Petty concepts of need for cognition.

**Results:** The reason correlation as well as independent T test have been chosen as the statistical methodology of this research in order to investigate the correlation between the variables. Regarding the result arrived at in this research, there was a negative correlation between introversion- extroversion and the locus of control .However there was a positive correlation between introversion- extroversion and the need for lower cognition and a positive correlation between internal locus of control and need for upper cognition. There was no significant differences between the two groups

**Conclusions:** Results indicate that, the introversion is associated with internal locus of control and need for upper cognition. Also, this result hasn't had any relevance to membership or non-membership in online social networks (face book).

**Keywords:** **Introversion, Extroversion, Locus of control (external-internal), Need for cognition (upper- lower), Online social networks (face book).**

## مقدمه

امروزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین در دنیا موضوعی است که بسیار مورد توجه قرار گرفته است، موضوعات و مسائل مطرح‌شده در این شبکه‌ها و ارتباط افراد به صورت مجازی و از راه دور، تأثیرات بسیاری بر جوامع بشری گذاشته است. گویی، این اجتماعات آنلاین به‌نوعی دنیای موازی با دنیای واقعی آفریده‌اند که در آن احتی می‌توان با هویت‌های گوناگون و شخصیت‌های مختلف به ابراز وجود و ایجاد ارتباط با دیگران پرداخت. وجود و ابراز هویت حقیقی در دنیای واقعی و نمایش هویت و من آرمانی افراد در این‌گونه شبکه‌های اجتماعی آنلاین باعث بوجود آمدن مباحث بسیاری در علوم پایه‌های مختلف، از جمله روان‌شناسی گشته است. اهمیت شناخت چندگانه شخصیت افراد و واکاوی لایه‌های شخصیتی در معرفی خود به دیگران و ارتباط با آن‌ها و همچنین تفاوت‌های بین وجود واقعی افراد، علاقه‌مندی‌ها، دغدغه‌ها و ارتباطات‌شان، در مقابل آنچه در این دنیای مجازی آنلاین از خود به نمایش و در معرض قضاوت دیگران می‌گذارند، کمک شایانی در شناخت و بررسی ویژگی‌های شخصیتی افراد می‌کند.

تعداد کاربران اینترنت، به‌طور شگفت‌آوری در حال افزایش است و اشکال جدیدی از تعامل بین انسان‌ها را از طریق پیام‌رسانی فوری، تالار گفتگو و شبکه‌های اجتماعی به‌وجود آورده است. یکی از این شبکه‌های اجتماعی که امروزه شهرت و کاربرد زیادی در میان مردم دنیا پیدا کرده است، فیس بوک<sup>۱</sup> می‌باشد. فیس بوک کار خود را در سال ۲۰۰۴ توسط فردی به نام مارک زاکربرگ آغاز کرد، در تماس بودن با دوستان، به اشتراک‌گذاری تصاویر، اخبار و بحث و گفتگو از خدمات اولیه آن برای کاربران بود (فلتچر<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰). هم‌اکنون وب‌گاه فیس بوک بیش از ۷۰۰ میلیون کاربر در جهان دارد و به ۴۰ زبان از جمله فارسی قابل دسترسی است.

یک بررسی انجام‌شده توسط الیسون<sup>۳</sup>، استنفلد<sup>۴</sup> و لمپه<sup>۵</sup> (۲۰۰۷) بر روی دانشجویان کاربر فیس بوک حاکی از آن بود که آن‌ها به‌جای آنکه از این سایت برای آشنایی با افراد جدید استفاده کنند، به‌منظور دانستن بیشتر دربارهٔ افرادی که از نزدیک ملاقات کرده‌اند، استفاده می‌کنند. برخی از دلایل اصلی استفاده افراد از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی در تماس بودن با دوستان قدیمی، حفظ و تقویت رابطه با دوستان فعلی است. بین میزان استفاده از فیس بوک و سرمایه اجتماعی دریافتی از نوع پیوندی، ارتباطی قوی یافت شده است. اعتقاد بر این است که استفاده از فیس بوک به دانشجویان کمک می‌کند تا با کاستن از موانعی که معمولاً مانع از برقراری ارتباط است، آشنایی‌ها را به روابط، بدل کنند.

- 1 facebook
- 2 Fletcher
- 3 Ellison
- 4 Steinfeld
- 5 Lampe

یکی از متداول‌ترین طبقه‌بندی‌هایی که روان‌شناسان برای شخصیت به کار می‌برند، درون‌گرایی<sup>۱</sup> و برون‌گرایی<sup>۲</sup> است که برای اولین بار توسط کارل یونگ به کار رفت. یونگ برای هر کدام (افراد درون‌گرا و برون‌گرا) خصایصی می‌شمارد. درون‌گرایان به افکار و احساسات خویش توجه دارند، نگران آینده و محافظه‌کارند، اصول و معیارها را مهمتر از خود اعمال می‌دانند و در نوشتن بهتر از گفتن بوده، مردم‌گریز و دیرآشنا هستند. برون‌گرایان به افراد و اشیاء توجه دارند، در زمان حال زندگی می‌کنند، به اعمال خود توجه دارند، خونگرم، پر حرف، زودآشنا و اهل معاشرت و اجتماعی‌اند. افراد درون‌گرا غالباً مایل‌اند و برایشان راحت‌تر است که به صورت آنلاین به تعامل با دیگران بپردازند (لیو<sup>۳</sup> و لاروس<sup>۴</sup>، ۲۰۰۹). فرضیه جبران اجتماعی<sup>۵</sup> بیان می‌دارد که احتمال اینکه افراد درون‌گرا و کسانی که روابط خارج از اینترنت کافی ندارند به استفاده از اینترنت روی آورده و یک شبکه اجتماعی آنلاین ایجاد کنند بیشتر است (مک‌کنا<sup>۶</sup> و بارگ<sup>۷</sup>، ۲۰۰۰). محققان دیگری نیز به تازگی به این نتیجه رسیده‌اند که ممکن است استفاده افراد درون‌گرا از شبکه‌های اجتماعی، به منظور جبران فقدان تعاملات اجتماعی در زندگی غیرآنلاین آن‌ها باشد (لیو و لاروس، ۲۰۰۹). الگوی دارا دارا<sup>۸</sup> در مورد افراد برون‌گرا چنین پیش‌بینی می‌کند که آن‌ها از شبکه‌های اجتماعی بهره بیشتری می‌برند. این الگو بر پایه این پژوهش می‌باشد که اینترنت برای افراد اجتماعی سودمندتر است (کرات<sup>۹</sup> و همکاران، ۲۰۰۲). تحقیقی بوسیله زیویکا<sup>۱۰</sup> و دانوسکی<sup>۱۱</sup> (۲۰۰۸) صحت هر دو فرضیه جبران اجتماعی و فرضیه دارا دارا<sup>۸</sup> را به اثبات رساند. مشخص شد که افراد برون‌گرا در محیط آنلاین و غیرآنلاین محبوب‌ترند. و نیز مشخص شد که افراد درون‌گرایی که در محیط غیرآنلاین از محبوبیت کمتری برخوردارند در فضای آنلاین کوشا<sup>۱۲</sup>تر بوده و محبوبیت‌شان در شبکه‌های اجتماعی بیشتر است.

یکی از مفاهیم ویژه در نظریه اجتماعی راتر<sup>۱۱</sup>، منبع کنترل است. این مفهوم به توانایی انسان در کنترل شرایط و رویدادهای محیطی مربوط می‌گردد و بر اساس این نظریه، افراد به دو دسته تقسیم می‌شوند: یکی، افراد دارای منبع کنترل درونی<sup>۱۲</sup> که خود را بر احساسات، رفتار و شرایط زندگی خود مسلط

1 introversion

2 extroversion

3 Liu

4 Larose

5 Social compensation hypothesis

6McKenna

7 Bargh

8 kraut

9 Zywica

10 Danowski

11 Rotter

12 Internal locus of control

دانسته و در تغییر و اصلاح آن فعالانه می‌کوشند و موفقیت‌ها و شکست‌های خود را به عوامل درونی خود نسبت می‌دهند. این افراد در مقابل رویدادهای زندگی از موضع برتر و فعالانه‌تری برخوردارند و دارای اعتماد به نفس بیشتری هستند. دوم، افراد دارای منبع کنترل بیرونی<sup>۱</sup> که خود را مسلط بر شرایط و رویدادهای زندگی ندانسته و حوادث زندگی خود را به عوامل بیرونی از قبیل شانس، سرنوشت و قدرت دیگران نسبت می‌دهند. به نظر می‌رسد که این افراد به توانمندی‌ها و تلاش‌های خود متکی نیستند و از اعتماد به نفس پایین‌تر و در مقابل رویدادهای زندگی از موضعی انفعال‌پذیر برخوردارند. (میرهاشمیان، ۱۳۷۷). نتایج یک پژوهش نشان داد افرادی که احساس می‌کنند بر زندگی خود مسلط هستند (منبع کنترل درونی)، کمتر در معرض اعتیاد به اینترنت قرار دارند و کسانی که امور قدرتمند دیگر را مسلط بر زندگی خود می‌پندارند (منبع کنترل بیرونی) بیشتر در معرض اعتیاد به اینترنت می‌باشند (چاک<sup>۲</sup> و لئونگ<sup>۳</sup>، ۲۰۰۴). ممکن است علت این باشد که افراد با منبع کنترل درونی، بیشتر شخص خود را مسئول شرایط پیرامون زندگی خود می‌دانند (بروین<sup>۴</sup> و شاپیرو<sup>۵</sup>، ۱۹۸۴). رابرت ال استیگرز<sup>۶</sup> (۲۰۱۱) در تحقیق خود نشان داد اشخاصی که منبع کنترل بیرونی دارند ترجیح می‌دهند که با افراد جدید به صورت آنلاین ملاقات کنند؛ چون ملاقات با دوستان جدید به صورت آنلاین از مصادیق راه‌های آسان‌تر و منفعلانه‌تر ملاقات با افراد به‌شمار می‌آید.

بر پایه پژوهش‌های پیشین، مطالعه فعلی به تحقیق پیرامون این امر پرداخت که آیا در خصوص استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین رابطه‌ای بین درون‌گرایی - برون‌گرایی و افراد با منبع کنترل بیرونی و درونی وجود دارد یا خیر؟

نیاز به شناخت<sup>۷</sup> یکی از گرایش‌های اصلی پایه است که به گرایش فرد به درگیر شدن و لذت‌بردن از کوشش‌های شناختی پرتلاش<sup>۸</sup> اشاره دارد. کاسیوپو<sup>۹</sup> و پتی<sup>۱۰</sup> (۱۹۸۲) چنین استدلال می‌کنند که برخی افراد دارای سطوح ذاتی نیاز به شناخت می‌باشند که به‌نوبه خود می‌تواند در تعیین میزان مشارکت‌شان در انجام برخی امور خاص و اطلاعات اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد. کسانی که نیاز به شناخت در آن‌ها بالاست دارای انگیزه‌های درونی برای اندیشیدن و جویای دانش شدن می‌باشند (پتی و کاسیوپو، ۱۹۸۴). مشخص گردیده است دانشجویانی که نیاز به شناخت در آن‌ها

1 External locus of control

2 Chak

3 Leung

4 Brewin

5 Shapiro

6 Stigers I robert

7 Need for cognition

8 Effortful cognitive endeavors

9 Caccioppo

10 Petty

بالاست از قوهٔ فراشناخت<sup>۱</sup>، استدلال و حل مشکلات به‌نحو مؤثرتری استفاده می‌کنند (سیگلمن<sup>۲</sup> و ریدر<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹). بر مبنای پژوهش‌های کاسیوپو و پتی (۱۹۸۲) افرادی که نیاز به شناخت بالا دارند به‌صورت درونی از تفکر و درگیری با تکالیف پیچیده لذت می‌برند و کمتر احتمال دارد که تلاش خود در تکالیف شناختی را کاهش دهند. در حالی که افراد متمایل به شناخت پایین، گرایش به اجتناب از تکالیف شناختی دارند (کاسیوپو، پتی و کائو، ۱۹۸۴). داس<sup>۴</sup>، اچمبادی<sup>۵</sup>، مک کاردل<sup>۶</sup> و لوکت<sup>۷</sup> (۲۰۰۳) نشان دادند افرادی که از نیاز به شناخت بالایی برخوردارند نگرش مثبت‌تری نسبت به اینترنت و منبع اطلاعات دارند. یک تحقیق که به‌تازگی انجام شده است بیان می‌کند که میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌منظور انجام فعالیت‌های مرتبط با نیاز به شناخت، کم است. زانگ<sup>۸</sup>، هاردین<sup>۹</sup>، و سان<sup>۱۰</sup> (۲۰۱۱) دریافتند که احتمال اینکه افرادی که نیاز به شناخت در آن‌ها بالاست دوستان جدیدی را در شبکه‌های اجتماعی خود اضافه کنند کمتر است و این نشان می‌داد که احتمالاً استفاده از شبکه‌های اجتماعی مورد پسند کسانی است که نیاز به شناخت در آن‌ها کمتر بود. این مطالعه به بررسی این مطلب پرداخت که آیا سطوح نیاز به شناخت بالا با استفادهٔ زیاد از شبکه‌های اجتماعی و یا داشتن نگرشی مثبت نسبت به آن‌ها مرتبط است یا خیر؟ این مطالعه همچنین احتمال ارسال درخواست دوستی کمتر توسط افرادی که نیاز به شناخت در آن‌ها بالاست را مورد ارزیابی قرار داد. این سوال مطرح شد که آیا دو متغیر پیشین با نیاز به شناخت رابطه‌ای دارند یا خیر؟ امروزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین در دنیا موضوعی است که بسیار مورد توجه قرار گرفته است. اهمیت شناخت چندگانه شخصیت افراد و واکاوی لایه‌های شخصیتی در معرفی خود به دیگران و ارتباط با آن‌ها و همچنین تفاوت‌های بین وجود واقعی افراد، علاقه-مندی‌ها، دغدغه‌ها و ارتباطات‌شان، در مقابل آنچه در این دنیای مجازی آنلاین از خود به نمایش و در معرض قضاوت دیگران می‌گذارند، کمک شایانی در شناخت و بررسی ویژگی‌های شخصیتی افراد می‌کند. این پدیدهٔ نوظهور به‌ویژه نسل نوجوان و جوان جوامع را در بر گرفته که در مطالعات جمعیت‌شناختی و در کشورهای در حال توسعه بخش اعظمی از جمعیت کل می-باشد و فکر و عقیده و تصمیمات آن‌ها می‌تواند در سرنوشت کشور تأثیرگذار باشد. از این رو بررسی و مطالعه رفتار افراد در این شبکه‌های اجتماعی و روابط آن با شخصیت افراد و مطالعه

1 Meta-cognition

2 Sigelman

3 Rider

4 Dass

5 Echambadi

6 McCardle

7 Loukt

8 Zhong

9 Hardin

10 Sun

در رابطه با شخصیت و رفتارهای جوامع در آینده و دانش بیشتر برای پیش‌بینی حرکت‌های اجتماعی و تحولات ملت‌ها، امری با اهمیت تلقی می‌شود (آقانوری، ۱۳۹۰). محدودیت‌های سال‌های اخیر در دسترسی به این‌گونه سایت‌های آنلاین در کشور، نه تنها موجب عدم رویگردانی قشر جوان کشور از آن‌ها شده بلکه به علت تب جهانی و قدرت فوق‌العاده این‌گونه سایت‌های اجتماعی آنلاین و البته فقدان نمونه‌های بومی در کشور موجب روی‌آوردن هر چه بیشتر اقبال مختلف جامعه کشور به این‌گونه اجتماعات آنلاین گردیده است. به دلیل همین محدودیت‌ها تا به اکنون موجبات مطالعه رفتار کاربران، شخصیت واقعی و شخصیت آرمانی آن‌ها و همچنین پیش‌بینی و آینده‌نگری تحولات مرتبط با آن‌ها فراهم نشده است و این تحقیق تلاشی بر انجام تحقیقاتی از این دست، در کشور است. همچنین با استفاده از نتایج این تحقیق می‌توان به علل روی‌آوردن افراطی افراد به شبکه‌های اجتماعی آنلاین با توجه به موانعی که در کشور ما وجود دارد و عواقب و عوارض جانبی آن پی‌برد و از آن برای یافتن راه‌هایی برای ریشه‌یابی و حل مسائلی از این دست، استفاده نمود. با توجه به اینکه امروزه رویکرد جهانی استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین به‌خصوص بین قشر جوان بسیار مورد توجه قرار گرفته، فقدان توجه و مطالعه درباره آن در کشور بسیار محسوس است، اهمیت بحث در زمینه شخصیت افراد و چگونگی ارتباطات فرد در شبکه‌های اجتماعی و همچنین مقایسه آن‌ها با دنیای حقیقی، موردی نوگرایانه و جدید است که می‌تواند حوزه روان‌شناسی را با دنیای جدیدی تلفیق کند و به دستاوردهای جالب توجه‌ای برسد.

بنابر آنچه ذکر شد هدف از پژوهش حاضر، بررسی رابطه متغیرهای درون‌گرایی- برون‌گرایی و منبع کنترل (بیرونی- درونی) با نیاز به شناخت (بالا- پایین) در دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک) آنلاین است.

## فرضیه‌های پژوهش

### فرضیه اصلی

بین درون‌گرایی- برون‌گرایی و منبع کنترل با نیاز به شناخت دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک) آنلاین رابطه وجود دارد.

### فرضیه‌های فرعی

۱) بین درون‌گرایی- برون‌گرایی و منبع کنترل بیرونی در دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک) آنلاین رابطه وجود دارد.

۲) بین درون‌گرایی- برون‌گرایی با نیاز به شناخت پایین در دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک) آنلاین رابطه وجود دارد.

۳) بین منبع کنترل درونی با نیاز به شناخت بالا در دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک) آنلاین رابطه وجود دارد.

۴) بین درون‌گرایی- برون‌گرایی و منبع کنترل و نیاز به شناخت دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک) آنلاین و دانشجویان غیر عضو تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

## روش

برای انجام پژوهش حاضر از روش همبستگی استفاده شد.

## جامعه آماری

جامعه آماری پژوهش عبارت از کلیه دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی آنلاین (فیس بوک) در پاییز ۱۳۹۲ است.

## حجم نمونه و روش اندازه‌گیری

در پژوهش حاضر انتخاب تعداد نمونه‌ها با استفاده از جدول مورگان، به‌طور تصادفی در بین دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی آنلاین (فیس بوک) به دو طریق صورت پذیرفت:

۱. گذاشتن پرسشنامه‌ها به صورت آنلاین در سایت شبکه اجتماعی (فیس بوک) به مدت یک ماه و نیم (آبان و نیمه اول آذرماه ۱۳۹۲) و دعوت از دانشجویان واجد شرایط مقیم ایران و بیان توضیحات لازم برای پرکردن این پرسشنامه‌ها، تعداد افرادی که پرسشنامه‌ها را به درستی تکمیل کردند، ۶۰ نفر می‌باشد و ۶ نفر اشتباه تکمیل نمودند.

۲. بردن پرسشنامه‌های چاپ‌شده (قلم و کاغذ) به دانشگاه‌های آزاد کرج در آبان و آذرماه ۱۳۹۲ جهت بهره‌گرفتن از دانشجویان مقطع کاردانی و کارشناسی و کارشناسی‌ارشد در رشته‌های مختلف این دانشگاه‌ها به‌طور تصادفی، تعداد افرادی که از این طریق پرسشنامه‌ها را به درستی تکمیل کردند ۲۱۶ نفر می‌باشد. لازم به ذکر است که به دلیل تصادفی بودن انتخاب حجم نمونه‌ها، این پرسشنامه‌ها را افراد غیر عضو فیس بوک نیز تکمیل نمودند و ۲۹ نفر نیز اشتباه تکمیل نمودند.

بنابراین تعداد کل دانشجویانی که پرسشنامه‌ها را به درستی تکمیل نمودند ۳۶۶ نفر می‌باشد که ۲۷۶ نفر دانشجویان عضو فیس بوک و ۹۰ نفر دانشجویان غیر عضو فیس بوک بودند. همچنین حدود ۳۴ نفر از دانشجویان که پرسشنامه‌ها را اشتباه تکمیل نمودند، مخدوش گردید.

## ابزار پژوهش

- پرسشنامه جمعیت‌شناختی استفاده از اینترنت: پرسشنامه جمعیت‌شناختی در باب استفاده از اینترنت است که در این مطالعه از آن استفاده شد. شرکت‌کنندگان اطلاعات



جمعیت‌شناختی نظیر جنسیت، سن، تحصیلات، وضعیت تأهل را تکمیل کردند. آن‌ها به سؤالاتی در رابطه با نحوه استفاده‌شان از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی پاسخ دادند. سؤالاتی نظیر اینکه: چه میزان زمان را به انجام فعالیت‌های مختلف آنلاین اختصاص می‌دهند، از چه مرورگر اینترنتی استفاده می‌کنند. آیا هر روز به صفحه خود در فیس بوک سر می‌زنند. از فیلترشکن استفاده می‌کنند. چند بار در شبانه روز به صفحه خود در فیس بوک سر می‌زنند. و چند ساعت را در آن می‌گذرانند. تعداد دوستانشان چند نفر است. آیا تعامل با مردم به‌طور آنلاین را ترجیح می‌دهند. آیا ملاقات با اشخاص جدید را که به‌طور آنلاین با آن‌ها آشنا می‌شوند ترجیح می‌دهند.

— پرسشنامه مقیاس درون‌گرایی جیمز مک کروسکی: مقیاس ۱۸ سؤالی درون‌گرایی-برون‌گرایی توسط جیمز مک کروسکی ابداع شد. این مقیاس از «بسیار مخالف» (۱) تا «بسیار موافق» (۵) گسترده است. کسب نمره پایین در آن به منزله درون‌گرایی است و کسب نمره بالا نشان‌دهنده برون‌گرایی می‌باشد. در این آزمون شش سؤال انحرافی در نظر گرفته شد تا افراد از ماهیت آنچه که آزمون درصدد سنجیدن آن است باخبر نشوند و این شش سؤال در محاسبه مجموع بارم سؤالات درون‌گرایی-برون‌گرایی دخالت نداشتند. این مقیاس نسبتاً از سایر درجه‌بندی‌های درون‌گرایی-برون‌گرایی متفاوت است چراکه سؤالات آن هراس از ارتباط را نمی‌سنجد. نمرات این مقیاس از ۱۲ تا ۶۰ است و پایایی آلفای تقریبی این درجه‌بندی بالای ۰/۸۰ است (ریچموند<sup>۱</sup> و مک کروسکی، ۱۹۹۸). آلفای کرونباخ بدست‌آمده در این پژوهش ۰/۷۷ بود.

— پرسشنامه مقیاس منبع کنترل راتر: جولیان راتر (۱۹۶۶) مقیاس منبع کنترل را بوجود آورد که شامل ۲۹ سری جمله بوده و از شرکت‌کنندگان می‌خواهد تا جملاتی را که با بیشترین دقت منعکس‌کننده نظرات ایشان بوده انتخاب کنند. کسب نمره بالا (۹ به بالا) نشان‌دهنده داشتن منبع کنترل بیرونی است، حال آنکه کسب نمره پایین به منزله داشتن منبع کنترل درونی است. شش ماده (۱، ۸، ۱۴، ۱۹، ۲۴، ۲۸) از سؤالات این مقیاس در بارم-دهی نقشی نداشته و نمرات اکتسابی از ۰ تا ۲۳ می‌باشد. همسانی درونی<sup>۲</sup> این مقیاس از ۰/۶۵ تا ۰/۷۹ می‌باشد و پایایی آزمون-بازآزمون<sup>۳</sup> در این مقیاس بین ۰/۵۵ تا ۰/۸۳ است (راتر، ۱۹۶۶). متوسط ضریب پایایی با روش تصنیف و کودر-ریچاردسون در بسیاری از پژوهش‌ها ۰/۷۰ بوده است (بیابانگرد، ۱۳۷۱). آلفای کرونباخ بدست‌آمده در این پژوهش ۰/۷۰ بود.

1 Richmond

2 Internal consistency

3 Test-retest reliability

– پرسشنامه مقیاس نیاز به شناخت کاسیوپو و پتی: نسخه ویرایش‌شده مقیاس ۱۸ سؤالی نیاز به شناخت توسط کاسیوپو و پتی (۱۹۸۲) ابداع شد و به اندازه‌گیری تمایل فرد برای روی آوردن به تفکر و لذت بردن از آن می‌پردازد. شرکت‌کنندگان در آن، چنین سؤالاتی را می‌خوانند: «تفکر به نظر من جالب و سرگرم‌کننده نیست.» و به تناسب ویژگی‌های شخصیتی خود یکی از نقاط مقیاس ۵ نقطه‌ای لیکرت<sup>۱</sup> (۱ تا ۵) را در مورد آن جمله برمی‌گزینند. مقیاس لیکرت مزبور در این درجه‌بندی از ۱ یعنی «عمدتاً مشخصه من نیست» تا ۵ یعنی «مشخصه من است» گسترده است. لذا دامنه نمرات می‌تواند از ۰ تا ۷۲ در نوسان باشد. نمره اکتسابی بالا در این درجه‌بندی از نیاز به شناخت بالا خبر می‌دهد و در مقابل نمره پایین نیاز به شناخت کم را نشان می‌دهد. جهت روایی، این مقیاس ویرایش‌شده ۱۸ سؤالی با مقیاس اصلی ۳۴ سؤالی نیاز به شناخت دارای همبستگی ۰/۹۵ است. برای پایایی این مقیاس، از ضریب تتا که ضریب افزایش یافته آلفای کرونباخ است استفاده شده در درجه‌بندی ویرایش‌شده، بالای ۰/۹۰ بود (کاسیوپو، پتی و کائو، ۱۹۸۴). در ایران قربانی، واتسون، دیویسون و بینگ (۲۰۰۴) و طاهرپور، زمانی و محسنی (۱۳۸۴) این مقیاس را ترجمه کرده و مورد استفاده قرار داده‌اند. طاهرپور، زمانی و محسنی آلفای کرونباخ آن را ۰/۹۰ گزارش کرده‌اند. به کارگیری تحلیل عامل، سه زیر مقیاس به دست داده است. همبستگی زیر مقیاس‌ها با نمره کل از ۰/۴۲ تا ۰/۶۷ متغیر بوده است. قربانی، واتسون، دیویسون و بینگ (۲۰۰۴) نیز روایی و پایایی آن را قابل قبول ذکر کرده‌اند. نیمی از ۱۸ سؤال ویرایش‌شده این درجه‌بندی به صورت وارونه نمره‌دهی شدند (کاسیوپو، پتی، و کائو، ۱۹۸۴).

### روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش، با استفاده از همبستگی پیرسون، سه مقیاس درون‌گرایی-برون‌گرایی، منبع کنترل (بیرونی-درونی) و نیاز به شناخت (بالا-پایین) مورد بررسی قرار گرفت. روش آماری مورد استفاده، آزمون t مستقل است که زمانی به کار می‌رود که بخواهیم یک متغیر را در دو گروه مستقل مورد مقایسه قرار دهیم. در پژوهش حاضر ویژگی‌های این آزمون شامل توزیع طبیعی متغیر وابسته، مقیاس فاصله‌ای، یکسانی واریانس بین دو گروه رعایت شده است.

### یافته‌ها

در این قسمت داده‌های پژوهش مورد تحلیل آماری قرار گرفت. ابتدا برای انتخاب نوع آزمون ویژگی‌های نرمال بودن متغیرها مورد بررسی قرار گرفت، برای این امر از آزمون کلموگروف اسمیرنف استفاده شد. جدول ۱ نتایج حاصل از این آزمون را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده

می‌شود فرض صفر آزمون کلموگروف اسمیرنوف مبنی بر متعلق بودن داده‌های جمع‌آوری شده برای تمامی متغیرهای پژوهش تایید می‌شود. بر این اساس می‌توان از آزمون‌های پارامتریک برای تحلیل داده‌های پژوهش استفاده نمود.

جدول ۱. نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنوف

متغیر	عضو شبکه‌های اجتماعی		غیر عضو شبکه‌های اجتماعی		کل	
	$\alpha$	Z	$\alpha$	Z	$\alpha$	Z
درون‌گرایی- برون‌گرایی	۰/۰۶	۱/۳۲	۰/۳۰	۰/۹۶	۰/۰۸	۱/۲۵
منبع کنترل	۰/۰۶	۱/۳۲	۰/۱۰	۱/۲۱	۰/۰۱	۱/۶۰
نیاز به شناخت	۰/۰۸	۱/۲۴	۰/۰۸	۱/۲۵	۰/۰۳	۱/۴۱

با توجه به نرمال بودن داده‌های پژوهش برای بررسی رابطه همبستگی بین متغیرهای پژوهش از آزمون همبستگی پیرسون استفاده نمودیم. جدول ۲ ماتریس همبستگی پیرسون را بین متغیرهای پژوهش در بین افراد عضو و غیر عضو فیس بوک نشان می‌دهد.

جدول ۲. رابطه همبستگی پیرسون بین مؤلفه‌های پژوهش

متغیرها	۱	۲	۳
درون‌گرایی- برون‌گرایی	-		
منبع کنترل	عضو غیر عضو ۰/۰۷*	-	
نیاز به شناخت	عضو غیر عضو ۰/۱۴*	عضو غیر عضو ۰/۱۵*	-

\* ضرایب در سطح  $p < 0/05$  معنادار هستند.

\*\* ضرایب در سطح  $p < 0/01$  معنادار هستند.

همان‌طور که جدول بالا نشان می‌دهد، و با توجه به جدول ضریب همبستگی پیرسون، در بین افراد عضو شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک) آنلاین، نیاز به شناخت با درون‌گرایی- برون‌گرایی ( $r_p = 0/34$ )،  $p < 0/01$  و منبع کنترل ( $r_p = 0/15$ )،  $p < 0/05$  رابطه دارد. این یافته‌ها فرضیه اصلی پژوهش را تایید می‌نماید. همچنین در بین افراد غیر عضو شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک) آنلاین هیچ رابطه همبستگی معناداری وجود ندارد.

با توجه به داده‌های بدست‌آمده از جدول ۲ بین درون‌گرایی- برون‌گرایی با منبع کنترل بیرونی رابطه همبستگی، منفی است یعنی با درون‌گراتر بودن افراد، منبع کنترل بیرونی کاهش می‌یابد و با برون‌گراتر بودن منبع کنترل بیرونی افزایش پیدا می‌کند. در نتیجه فرض صفر رد

می‌شود و این فرضیه تایید می‌شود ( $r_p = -0/12$ ,  $p < 0/05$ ). همچنین بین درون‌گرایی- برون‌گرایی با نیاز به شناخت پایین رابطه همبستگی، مثبت است. در نتیجه فرض صفر رد می‌شود و این فرضیه تایید می‌شود ( $r_p = 0/34$ ,  $p < 0/01$ ). با توجه به رابطه همبستگی مثبت در جدول ۲ بین منبع کنترل درونی با نیاز به شناخت بالا در دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی آنلاین رابطه معنادار وجود دارد ( $r_p = 0/15$ ,  $p < 0/05$ ). بنابراین می‌توان گفت درون‌گرایی و منبع کنترل درونی با نیاز به شناخت بالا در دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی آنلاین (فیس بوک) رابطه دارد.

برای مقایسه رابطه همبستگی بین مؤلفه‌های پژوهش در دو گروه افراد عضو شبکه‌های اجتماعی و افراد غیر عضو شبکه‌های اجتماعی از آزمون معناداربودن تفاوت دو ضریب همبستگی در نمونه‌های مستقل<sup>۱</sup> استفاده شد. بر اساس داده‌های بدست‌آمده از این آزمون، ضریب همبستگی متغیرهای درون‌گرایی و منبع کنترل در دو گروه عضو و غیر عضو فیس بوک برابر است با  $Z=1/59$  که در مقایسه آن با  $Z$  بدست آمده از جدول در سطح  $0/05$  یعنی  $Z=1/96$  کوچک‌تر است، فرض صفر تایید می‌شود. بنابراین با عنایت به معنی‌دارنشدن ضریب همبستگی با احتمال  $0/95$  بیان می‌کنیم که بین ضریب همبستگی متغیرهای درون‌گرایی و منبع کنترل در دو گروه تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

با توجه به نتایج بدست‌آمده، ضریب همبستگی متغیرهای درون‌گرایی و نیاز به شناخت در دو گروه عضو و غیر عضو فیس بوک برابر است با  $Z=1/77$  که در مقایسه با  $Z$  بدست‌آمده از جدول در سطح  $0/05$  یعنی ( $Z=1/96$ ) کوچک‌تر است، فرض صفر تایید می‌شود. بنابراین با عنایت به معنی‌دارنشدن ضریب همبستگی با احتمال  $0/95$  بیان می‌کنیم بین ضریب همبستگی متغیرهای درون‌گرایی و نیاز به شناخت دو گروه تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

با توجه به نتایج بدست‌آمده، ضریب همبستگی متغیرهای منبع کنترل و نیاز به شناخت در دو گروه عضو و غیر عضو فیس بوک برابر است با  $Z=0/84$  که در مقایسه با  $Z$  بدست‌آمده از جدول در سطح  $0/05$  یعنی  $Z=1/96$  کوچک‌تر است، فرض صفر تایید می‌شود. بنابراین با عنایت به معنی‌دارنشدن ضریب همبستگی با احتمال  $0/95$  بیان می‌کنیم، بین ضریب همبستگی متغیرهای منبع کنترل و نیاز به شناخت در دو گروه تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

با توجه به اینکه داده‌های حاصل از پژوهش متعلق به جامعه نرمال هستند برای آزمون این که بین درون‌گرایی- برون‌گرایی، منبع کنترل و نیاز به شناخت در بین افراد عضو و غیر عضو

۱ فرمول این آزمون به نقل از دلاور، ۱۳۸۸:

$$Zr = \frac{Zr_1 - Zr_2}{\sqrt{\frac{1}{n_1-3} + \frac{1}{n_2-3}}}$$

شبکه‌های اجتماعی تفاوت معناداری وجود دارد، از مقایسه میانگین دو گروه مستقل استفاده شد (آزمون T مقایسه میانگین دو گروه مستقل). داده‌های حاصل از این بررسی در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳. آزمون t دو نمونه مستقل

شاخص	گروه	آمار توصیفی		آزمون لوین		آزمون T	
		Mean	Std	F	Sig	T	df
برون‌گرایی - درون‌گرایی	عضو	۳۸/۶۲	۵/۲۱	۲/۶۴	۰/۱۰	۰/۰۰	۳۶۴
	غیر عضو	۳۸/۶۲	۵/۹۲				۱۳۶/۷۹
منبع کنترل	عضو	۱۰/۵۵	۲/۵۰	۷/۱۲	۰/۰۰	۰/۰۷	۳۶۴
	غیر عضو	۱۰/۷۵	۲/۱۰				۱۷۷/۶۶
نیاز به شناخت	عضو	۳/۷۶	۹/۰۱	۰/۰۴	۰/۸۲	۰/۳۰	۳۶۴
	غیر عضو	۴/۱۰	۹/۱۰				۱۴۹

با توجه به داده‌های بدست‌آمده از جدول ۳ در هیچ یک از متغیرهای پژوهش بر اساس آزمون لوین واریانس همگن در دو گروه عضو و غیر عضو شبکه اجتماعی وجود ندارد. در نتیجه بررسی تفاوت دو میانگین معنادار نبود. نتایج حاصل از آزمون T نیز نشان داد که تفاوت‌ها معنادار نشدند. با توجه به عدم همگنی واریانس‌ها باید از آزمون معادل ناپارامتریک یعنی آزمون یومان ویتنی استفاده نمود. نتایج حاصل از این آزمون در جدول ۴ آورده شده است.

جدول ۴. آزمون یومان ویتنی

شاخص	گروه	میانگین ترتیبی	یومان ویتنی	ویلکاکسون	Z	Sig
درون‌گرایی - برون - گرایی	عضو	۱۸۲/۹۱	۱/۲۲۶E۴	۵/۰۴۸E۴	۰/۱۸۸	۰/۸۵۱
	غیر عضو	۱۸۵/۳۲				
منبع کنترل	عضو	۱۸۱/۸۰	۱/۱۹۵E۴	۵/۰۱۸E۴	۰/۵۴۲	۰/۵۸۸
	غیر عضو	۱۸۸/۷۱				
نیاز به شناخت	عضو	۱۸۲/۸۴	۱/۲۲۴E۴	۵/۰۴۶E۴	۰/۲۰۸	۰/۸۳۵
	غیر عضو	۱۸۵/۵۱				

داده‌های بدست‌آمده از آزمون یومان ویتنی حاکی از آن است که در هیچ یک از متغیرهای پژوهش تفاوت دو میانگین در دو گروه عضو و غیر عضو شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک) آنلاین معنی‌دار نمی‌باشد.

## بحث و نتیجه‌گیری

با نگاهی اجمالی به جامعه امروز درمی‌یابیم که با توجه به پیشرفت روزافزون فن‌آوری در دنیا نمی‌توان نقش اینترنت به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی آنلاین را در زندگی افراد نادیده گرفت. نفوذ شبکه‌های اجتماعی آنلاین در کشور ما حتی با وجود ترفندهایی همچون فیلترینگ، قطع دسترسی و پایین‌آوردن سرعت اینترنت بسیار فراگیر و گسترده بوده است. طبق بررسی‌های صورت گرفته در کشور، شبکه اجتماعی فیس بوک بیشترین طرفدار را بین قشر نوجوان و جوان پیدا کرده است لذا به نظر می‌رسد برخوردهای قهری نه تنها راه‌حل مناسبی برای فن‌آوری‌های نوینی همچون پدیده ارتباطات اجتماعی آنلاین نیست، هیچ‌گونه کمکی به حل مضامات و مسائل حواشی آن نیز نمی‌کند (موسوی نسب، ۱۳۹۰) در واقع بهتر است با افزایش سطح آگاهی‌ها و آموزش‌های لازم، افراد جامعه را به سمت استفاده بهینه و مطلوب از این شبکه‌ها سوق داد و در مقابل خطرات احتمالی پیش‌رو، آن‌ها را واکسینه نمود. دولت‌مردان باید بستر لازم را به‌منظور رسیدن به این بلوغ فکری افراد جامعه فراهم آوردند و قدرت تشخیص اینکه کدام بخش از این پدیده یک تهدید و کدام ابزار آن یک فرصت در جهت اعتدالی سطوح فردی و اجتماعی‌شان است را به عهده خود استفاده‌کنندگان بگذارند. از جمله مسائلی که در پژوهش حاضر با آن روبرو بودیم عدم همکاری بسیاری از دانشجویان به‌خاطر همین محدودیت‌های عنوان شده بود. یکی از دلایلی که نسل کنونی به این نوع از روابط روی آورده این است که آن‌ها می‌توانند از این طریق در هر زمان و مکانی به ارتباط با دیگران بپردازند و سرعت انتقال اطلاعات در این‌گونه سایت‌ها بسیار بالاست. زمان، مسئله‌ای است که این روزها به معضلی بزرگ در جوامع پیشرفته تبدیل شده است و وجود امکانات فن‌آورانه برای برقراری ارتباط، به‌عنوان راه‌حلی مناسب، از سوی بشر انتخاب شده است.

در پژوهش حاضر سعی شده است تا به بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی درون‌گرایی- برون‌گرایی و منبع کنترل (بیرونی- درونی) با نیاز به شناخت (بالا- پایین) دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی آنلاین (فیس بوک) پرداخته شود. برای دستیابی به نتایج بهتر با نظر اساتید محترم راهنما و مشاور، همین ویژگی‌ها و ارتباطشان در دانشجویان غیر عضو نیز مورد بررسی قرار گرفت و تفاوت‌های دو گروه مقایسه شد. با توجه به اینکه موضوع پژوهش حاضر پیشینه‌چندانی در ایران ندارد، پژوهش‌هایی از این دست نیاز به تحقیقات بیشتری دارد.

با توجه به نتایج پرسشنامه جمعیت‌شناختی استفاده از اینترنت، از بین ۲۷۶ نفر از آزمودنی‌های عضو فیس بوک ۲۰۳ نفر زن (۷۳٪) و ۷۳ نفر مرد (۱۹/۹۴٪) بودند. که این نتیجه نشان می‌دهد احتمالاً تعداد زنان دانشجوی عضو فیس بوک از مردان دانشجو بیشتر است. این امر ممکن است به‌دلیل کم‌مشغله‌تر بودن آن‌ها و یا ورود کمتر مردان به دانشگاه‌ها و یا به‌دلیل حس کنجکاوایی بیشتر زنان نسبت به دانستن درباره دیگران و عواملی از این دست باشد. که این موضوع خود می‌تواند جای بحث داشته باشد. برحسب تحصیلات از بین ۳۶۶ نفر از کل آزمودنی‌ها (عضو و غیر عضو) تعداد ۲۷۶ نفر (بیش از ۷۰٪) در فیس بوک

عضویت داشتند این امر می‌تواند بیانگر میزان گرایش قشر تحصیلکرده به شبکه‌های اجتماعی آنلاین باشد. برحسب وضعیت تأهل، افراد مجرد (۶۸/۵٪) بیشتر از افراد متأهل (۴۲/۲٪) به سمت این‌گونه سایت‌ها گرایش دارند. علل آن می‌تواند زمینه را برای پژوهش‌های بعدی فراهم کند. ۷۳/۴٪ از افراد غیر عضو در شبانه روز کمتر از یک ساعت و یا اصلاً از اینترنت استفاده نمی‌کنند، حال آنکه ۶۳٪ از افراد عضو فیس بوک بیش از یک ساعت در شبانه روز در اینترنت فعالیت دارند. ۹۹/۳٪ از فیلترشکن استفاده می‌کردند که از این تعداد سایفون، وی پی ان، فری گیت و پروکسی فایر به ترتیب بیشترین استفاده‌کننده را دارا بودند که این امر می‌تواند به‌خاطر دسترسی راحت‌تر، سرعت بهتر و قابلیت نصب بر روی تلفن‌های همراه باشد. اما نکته اینجاست که این فیلترشکن‌ها به‌دلیل هزینه‌دار بودن، دسترسی به شبکه‌های اجتماعی آنلاین از جمله فیس بوک را که در سراسر دنیا رایگان است برای افراد مقیم ایران هزینه‌دار کرده است.

با توجه به این موضوع که شروع کار فیس بوک از سال ۲۰۰۴ بوده است، تقریباً نوظهور است، این پژوهش نشان داد بیش از نیمی (۵۰/۴٪) از افراد عضو فیس بوک بیش از دو سال در آن عضویت داشتند که نشان‌دهنده تمایل دانشجویان در ایران به همگام و همسو شدن با فن‌آوری‌های روز دنیاست. همچنین بیش از نیمی از آن‌ها (۵۷/۶٪) دست کم یک‌بار در روز به صفحه خود در فیس بوک سر می‌زنند. و ۶۴/۵٪ از آن‌ها کمتر از یک ساعت در شبانه روز را در آن می‌گذراندند. در مورد تعداد دوستان نتایج خاصی نداشت. علل آن می‌تواند جای بحث داشته باشد.

در فرضیه اصلی آمده است، بین درون‌گرایی - برون‌گرایی و منبع کنترل با نیاز به شناخت دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک) آنلاین رابطه وجود دارد. همان‌طور که جدول ۲ نشان داد، در بین افراد عضو شبکه‌های اجتماعی آنلاین، نیاز به شناخت با درون‌گرایی - برون‌گرایی و منبع کنترل رابطه داشت. اما در بین افراد غیر عضو شبکه‌های اجتماعی هیچ رابطه همبستگی معناداری وجود نداشت. این یافته مطابق نظر کاسیوو و پتی (۱۹۸۲) است که می‌گوید نیاز به شناخت شاخصی است که بوسیله آن میزان بهره‌مندی شخص از قوه تفکر و تعقل مشخص می‌شود. این پژوهشگران چنین استدلال می‌کنند که برخی افراد دارای سطوح ذاتی نیاز به شناخت می‌باشند که به نوبه خود می‌تواند در تعیین میزان مشارکت‌شان در انجام برخی امور خاص و اطلاعات اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد. کسانی که نیاز به شناخت در آن‌ها بالاست دارای انگیزه‌های درونی برای اندیشیدن و جویای دانش شدن می‌باشند (پتی و کاسیوو، ۱۹۸۴). بنابراین، مطابق گزارش پژوهشگران مختلف می‌توان از افرادی که عضو شبکه‌های اجتماعی آنلاین هستند، این ویژگی‌ها را انتظار داشت: گرایش به تفکر و انگیزش بالا به صورت برانگیختگی درونی، کنجکاوی بالا و ارزیابی افکار مختلف و در حل مسائل پیچیده، کارآمدی بیشتری دارند (نایر و رامناریا، ۲۰۰۰)، از اینترنت به عنوان منبعی برای جستجوی اطلاعات بیشتر استفاده می‌کنند (توتن و بوسنجاک، ۲۰۰۱؛ داس، اچمپادیمک، کاردل و لوکت، ۲۰۰۳) جستجوی آن‌ها از کارایی، کفایت و دقت بالاتری

برخوردار است (لیو و ژانگ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸) و درباره اطلاعات دریافتی‌شان به صورت عمیق‌تری می‌اندیشند و نسبت به آن‌ها تفکر انتقادی و تفسیری دارند (هالاها، ۲۰۰۸).

در فرضیه فرعی اول آمده است، بین درون‌گرایی - برون‌گرایی و منبع کنترل بیرونی در دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی آنلاین (فیس‌بوک) رابطه وجود دارد. بین برون‌گرایی و درون‌گرایی با منبع کنترل همبستگی منفی وجود داشت. این یافته بیانگر آن است احتمالاً با درون‌گراتر بودن منبع کنترل بیرونی کاهش می‌یابد. طبق الگوی دارا دارا در مورد افراد برون‌گرا چنین پیش‌بینی می‌کند که آن‌ها از شبکه‌های اجتماعی بهره بیشتری می‌برند. این الگو بر پایه این پژوهش می‌باشد که اینترنت برای افراد اجتماعی سودمندتر است (کرات و همکاران، ۲۰۰۲). اینترنت برای افراد برون‌گرا سودمندتر خواهد بود چرا که آن‌ها اجتماعی‌تر بوده، دوستان بیشتری دارند و می‌توانند معاشرت‌پذیری غیرآنلاین خود را به شبکه‌های اجتماعی آنلاین گسترش دهند. پژوهش نشان می‌دهد که برون‌گرایی با ارتباطات آنلاین مکرر ارتباط دارد (پیتر والکنبرگ و اسکاتن ۲۰۰۵). همچنین مطالعات نشان می‌دهد کسانی که منبع کنترل درونی دارند سال‌های بیشتری از اینترنت استفاده کرده‌اند و رضایت‌شان از استفاده از اینترنت و رایانه خود بیشتر است (هافمن، نوآک و اسکولوس، ۲۰۰۳).

در فرضیه فرعی دوم آمده است که بین درون‌گرایی - برون‌گرایی با نیاز به شناخت پایین در دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی آنلاین (فیس‌بوک) رابطه وجود دارد. با توجه به این که رابطه بین درون‌گرایی - برون‌گرایی و نیاز به شناخت، رابطه همبستگی مثبت بود در نتیجه این طور به نظر می‌رسد که هر چه فرد درون‌گراتر باشد نیاز به شناختش پایین‌تر است بنابراین طبق نظریه زانگ و همکارانش (۲۰۱۱) کسانی که نیاز به شناخت بالایی داشتند کمتر دوستان جدیدی را به فهرست دوستان خود در وب سایت‌های شبکه‌های اجتماعی اضافه می‌کردند و این نشان می‌دهد که احتمالاً استفاده از شبکه‌های اجتماعی مورد پسند کسانی است که نیاز به شناخت در آن‌ها کمتر بود و همچنین افراد درون‌گرا غالباً مایل‌اند و برایشان راحت‌تر است که به صورت آنلاین به تعامل با دیگران بپردازند (لیو و لاروس، ۲۰۰۹). فرضیه جبران اجتماعی بیان می‌دارد که احتمال آنکه افراد درون‌گرا و کسانی که روابط خارج از اینترنت کافی ندارند به استفاده از اینترنت روی آورده و یک شبکه اجتماعی آنلاین ایجاد کنند بیشتر است (مک‌کنا و بارگ، ۲۰۰۰). محققان دیگری نیز به تازگی به این نتیجه رسیده‌اند که ممکن است استفاده افراد درون‌گرا از شبکه‌های اجتماعی، به منظور جبران فقدان تعاملات اجتماعی در زندگی غیرآنلاین آن‌ها باشد (لیو و لاروس، ۲۰۰۹).

در فرضیه فرعی سوم آمده است، بین منبع کنترل درونی با نیاز به شناخت بالا در دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی آنلاین (فیس‌بوک) رابطه وجود دارد. مطابق داده‌های جدول ۲ و با توجه به اینکه بین منبع کنترل درونی و نیاز به شناخت بالا رابطه معنادار وجود داشت. به نظر می‌رسد افرادی که از نیاز به شناخت بالایی برخوردارند نگرش مثبت‌تری نسبت به اینترنت و منبع اطلاعات



دارند (داس، اچمبادی، مک، کاردل و لوکت، ۲۰۰۳) و احتمال ارسال درخواست دوستی به غریبه‌ها و یا پذیرفتن درخواست دوستی دیگران توسط افرادی که منبع کنترل درونی دارند، بیشتر است. این امر به لحاظ نظری معقول به نظر می‌رسد چراکه این افراد حس می‌کنند که بر زندگی خود اشراف دارند، و با تلاشی از جانب خودشان می‌توانند افراد جدیدی را ملاقات کنند. فرستادن درخواست دوستی به غریبه‌ها و پذیرفتن درخواست دوستی‌شان را می‌توان از مصادیق رفتار مخاطره‌آمیز یا نوآرانه به حساب آورد (رابرت ال استیگرز، ۲۰۱۱).

در فرضیه فرعی چهارم آمده است، بین درون‌گرایی - برون‌گرایی، منبع کنترل و نیاز به شناخت در بین افراد عضو و غیر عضو شبکه‌های اجتماعی تفاوت معناداری وجود دارد. با توجه به داده‌های بدست‌آمده از جدول ۴ در هیچ یک از متغیرهای پژوهش در دو گروه عضو و غیرعضو شبکه اجتماعی رابطه وجود ندارد. در نتیجه فرضیه تأیید نشد.

باتوجه به آنچه گفته شد می‌توان بیان کرد، هرچه فرد درون‌گراتر باشد منبع کنترلش درونی‌تر و نیاز به شناختش بالاتر است. در واقع درون‌گرایی با منبع کنترل درونی و نیاز به شناخت بالا رابطه دارد.

### پیشنهادات پژوهشی

- ۱) با توجه به اهمیت تحقیقات طولی در تعیین نیم‌رخ شخصیتی افراد و مقایسه آن با کارکردهای اجتماعی، پیشنهاد می‌شود پژوهشی طولی در این خصوص تعریف و اجرا شود.
- ۲) با توجه به اینکه فیس بوک به عنوان یک شبکه غیرمجاز قانونی تلقی می‌شود، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های بعدی از طرح‌های تحقیقی ترکیبی (کیفی و کمی) بهره بگیرند تا نتایج دقیق‌تری حاصل شود.
- ۳) تعمیم نتایج به کلیه کاربران اینترنتی جای تأمل دارد لذا پیشنهاد می‌شود، طرحی پژوهشی برای کلیه کاربران اینترنتی اعم از افرادی که برای سرگرمی و یا به عنوان حرفه شغلی از اینترنت استفاده می‌کنند، تعریف و اجرا شود.
- ۴) با توجه به نمونه پژوهش که دانشجویان هستند، تعمیم نتایج به سایر کاربران محدودیت دارد لذا پیشنهاد می‌شود برای سایر گروه‌های تحصیلی و اجتماعی نیز پژوهش مشابهی اجرا شود.

### پیشنهادات کاربردی

- ۱) با توجه به تعیین برخی مؤلفه‌های شخصیتی تعیین‌کننده گرایش به شبکه‌های آنلاین، می‌توان به عنوان یک فعالیت پیشگیری‌کننده، آموزش‌های لازم را به افراد مستعد گرایش به این شبکه لحاظ کرد.

- ۲) در ارزیابی خدمات بهداشت روان و درمان می‌توان از یافته‌های پژوهش به‌منظور ارزیابی خدمات دقیق‌تر استفاده کرد.
- ۳) با توجه به امکان دسترسی آسان به شبکه‌های اجتماعی آنلاین می‌توان به خانواده آموزش لازم برای مواجهه با فرزندان‌شان جهت اطلاع‌رسانی از نحوه بهره‌گیری از شبکه‌های آنلاین داد تا از این طریق آسیب‌های ناشی از شبکه‌های اجتماعی کمتر شود.
- ۴) سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کشوری با اطلاع از ویژگی‌های شخصی کاربران شبکه‌های اجتماعی آنلاین در برنامه‌ریزی خود می‌توانند دقیق‌تر عمل کنند.

## منابع

- آقائوری، سحر. (۱۳۹۰). بررسی انگیزه و تمایلات کاربران اینترنتی برای عضویت در فیس بوک و تأثیر آن بر سرمایه اجتماعی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی تهران.
- بیابانگرد، اسماعیل. (۱۳۷۷). بررسی رابطه بین عزت‌نفس، منبع کنترل و پیشرفت تحصیلی در دانش‌آموزان شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی.
- موسوی نسب، سیده لیلیا. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی کاربران آن، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی پردیس (نیمه حضوری).
- میرهاشمیان، حمیرا. (۱۳۷۷). تأثیر اعتقادات مذهبی در شکل‌گیری منبع کنترل و نیم‌رخ روانی دانشجویان دانشگاه‌های تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، روان‌شناسی، دانشگاه الزهرا.
- Brewin, C. & Shapiro, D. (1984). Beyond Locus of control- Attribution of responsibility for positive and negative outcomes. *British Journal of psychology*, 75, 43-49.
- Caccioppo, J.T., Petty, R.E., & Kao, C.F. (1984). The efficient assessment of need for cognition. *Journal of Personality Assessment*, 48,306-307
- Cacioppo, J.T, & Petty, R. E. (1982). The need for cognition. *Journal of personality and social psychology*, 42,116-131 doi: 10. 1037/0022-3514.42.1.116.
- Chak, K., & Leung, L. (2004). Shyness and Locus of control as predictors of internet addiction and internet use. *Cyberpsychology & Behavior*, 7(5), 559-570. Dio: 10.1089/cpb.2004.7.559.
- Das, S., Echambadi, R., McCardle, M., & Lukett, M. (2003). The effect of interpersonal trust, need for cognition, and social loneliness on shopping, information seeking and surfing on the web. *Marketing letters*, 14,185-202.
- Fletcher, D. (2010). Friends without borders time, 115(21), 32-38.
- Ghorbani, N., Watson, P. J., Davison, H.K., Bing, M, N. (2004). Private self consciousness factors: relationship with need for cognition, locus of control and obsessive thinking in Iran and United state. *The Journal of Social Psychology*, 144, 359-372.

- Hallahan, K. (2008). Need for cognition as motivation to process publicity and advertising journal of promotion management, 14(3): 169-194.
- Hoffman, D. L., Novak, T. P., & Schlosser, A. E. (2003). Locus of Control, web use, and consumer attitudes, Journal of Public Policy & Marketing, 22(1), 41-57
- Kraut, R., Kiesler, S.B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited, Journal of Social Issues, 58(1), 49-74.
- Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. (2006). A face book in the crowd: social searching vs. social browsing.
- Liu, X., & Larose, R. (2009a). Are you a different person online? The effects of online experience on personality.
- Liu, X., & Larose, R. (2009b). Does using the internet make people more satisfied with their lives? Paper presented at the annual meeting of the International communication association, Dresden, Germany.
- McKenna, K.Y., and Bargh, J.A. (2000). Plan 9 from cyberspace: The implications of the internet for personality and social psychology, Personality and social psychology review, 4, 57-75.
- Nair, K., & Ramnarayan, S. (2000). Individual differences in need for cognition and complex problem solving, Journal of research in personality, 34, 305-328.
- Peter, J, Valkenburg, p., & shouuten, A. (2005).Developing a Model of Adolescent Friendship Formation on the Internet. Cyber Psychology & Behavior, 8(5), 423-430. doi:10.1089/cpb.2005.8.423.
- Petty, R.E., & Cacioppo, J.T. (1984). The Effects of Involvement on Responses to Argument Quality: Central and Peripheral Routes to Persuasion. Journal of personality and social psychology, 46, 69-81.
- Richmond, V.P., & McCroskey, J.C. (1998). Communication apprehension, avoidance and effectiveness. (5th ED). Boston: Allyn&Bacon.
- Rotter, J. (1996). Generalized expectancies for internal versus control of reinforcements. Psychological Monographs, 80.
- Rubin, A.M. (1994).Media uses and effects: Advances in theory and research, 417-436. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Sigleman, C. K., & Rider, E. A. (2008). Life-Span Human Development. (6th Edition). U.S.: Thomson/Wadsworth.
- Stigers, L, Robert. (2011). Online social network behaviors as predictors of personality.
- Tuten, T.L., & Bosnjak, M. (2001). Understanding differences in web usage: The role of need for cognition and the five factor model of personality. Journal of Social Behavior and Personality, 29(4): 391-398.
- 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(3), 1265-1271. doi:10.1016/j.chb.2011.01.008
- Zywick, J., & Danowski, J. (2008). The faces of face bookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; Predicting face

book and offline popularity and sociability and self-esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks .Journal of computer-Mediated communication, 14, 1-34.