تعامل انسان و اطلاعات، جلد۳ شماره۳
http://hii.khu.ac.ir
مقاله اصیل پژوهشی

اعتبار یابی پرسشنامه سنجش جنبه‌های روانی- اجتماعی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه

نرگس عبیدی: کارشناسی ارشد دانشگاه بیرجند (نویسنده مسئول)، nargesobaidi@birjand.ac.ir
محمدرضا کیانی: دانشگاه بیرجند
محمدعلی رستمی نژاد: دانشگاه بیرجند

چکیده

دریافت: ۱۳۹۵/۰۷/۱۱
ویرایش: ۱۳۹۵/۱۰/۰۹
پذیرش: ۱۳۹۵/۱۰/۲۳

زمینه و هدف: هدف پژوهش حاضر، اعتبار یابی پرسشنامه سنجش جنبه‌های روانی – اجتماعی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه بود.

روش: این پژوهش پیمایشی توصیفی بر روی دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری شاغل به تحصیل در نیمسال دوم ۱۳۹۴-۱۳۹۵ در دانشگاه‌های خلیج‌فارس بوشهر و بیرجند (۳۴۸ نفر) انجام شد. روش نمونه‌گیری، تصادفی طبقه‌ای نسبتی بود.

یافته‌ها: روایی محتوایی پرسشنامه با استفاده ازنظر متخصصان و روایی سازه آن با استفاده از آزمون تحلیل عاملی سنجیده شد. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ (میزان آلفای کل ۰/۸۷) محاسبه شد. با توجه به نتایج تحلیل عاملی اکتشافی بر روی تمامی گویه‌های پرسشنامه (به جز گویه های جمعیت شناختی)، دو عامل جبران و معاشرت با هم و دو عامل ارائه خود و خود مجازی نیز باهم ترکیب شدند و ۴ عامل «رفتار اطلاعاتی»، «اعتیاد»، «معاشرت و جبران» و «ارائه خود و خودمجازی» به‌عنوان عوامل تشکیل‌دهنده پرسشنامه نهایی به دست آمدند که ترکیب موارد فوق دارای توجیه نظری و منطقی هم بود. پس از حذف گویه‌هایی که در هیچ‌کدام از عامل‌ها بار عاملی نداشتند و همچنین گویه‌هایی که وجود آن‌ها در عامل‌های موردنظر توجیه نظری و منطقی نداشت، از ۴۷ گویه اولیه ۳۵ گویه در پرسشنامه باقی ماندند.

کلیدواژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه، جبران، اعتیاد، ارائه خود، خود مجازی، معاشرت، رفتار اطلاعاتی

مقدمه

از آنجایی‌که کاربرد مداوم فناوری نوین، مؤلفه‌ی انکارناپذیر جامعه‌ی اطلاعاتی محسوب می‌شود (زندی روان، ۱۳۸۶)، انسان‌ها ناچار هستند که برای برقراری پیوندهای مختلف بین خود و دیگران و کسب اطلاعات موردنیاز خود از رسانه‌ها استفاده کنند. از بین این رسانه‌ها، در سال‌های اخیر، شبکه‌های اجتماعی[1] در بین اقشار مختلف جامعه از محبوبیت خاصی برخوردار شده است؛ به‌طوری‌که امروزه افراد اندکی را می‌توان یافت که از این شبکه‌ها استفاده نکنند. ازاین‌رو به نظر می‌رسد که شبکه‌های اجتماعی را می‌توان فناوری و محیط مهمی دانست که به سبب استفاده مداوم از آن، می‌تواند بر روی زندگی و فعالیت‌های روانی و اجتماعی افراد تأثیرگذار باشد (بادروزا و جووانویچ[2] ۲۰۱۶). افراد در درون این شبکه‌ها و در برخورد با دیگران رفتارهای مختلفی از خود نشان می‌دهند. این رفتار بر پایه تعریف ویلسون که رفتار اطلاعاتی را فرایندی می‌داند که در تعامل دائمی با افراد، شبکه‌های اجتماعی، موقعیت‌ها و بافت‌های گوناگون شکل‌گرفته و معتقد است که این بافت و موقعیت اجتماعی است که به وجود آورنده نیاز اطلاعاتی است و فرد را به استفاده از منابع دسترس‌پذیر مشخصی محدود می‌کند (نوروزی چاکلی، ۱۳۸۵)، نوعی رفتار اطلاعاتی است.

شبکه‌های اجتماعی یکی از مشهورترین زیرساخت‌های موجود در اینترنت برای تعامل، ارتباط و اشتراک اطلاعات بین دوستان و گروه‌های همفکر هستند (ویلسون، بوئه، سالا، پوتاسوامی و ژائو[3] ۲۰۰۹) بوید و الیسون[4] (۲۰۰۷) و آلتمن، کومار، ونکاترامنان و کومار[5] (۲۰۱۳) معتقدند که از طریق استفاده از شبکه‌های اجتماعی، کاربران می‌توانند با یکدیگر

[1] Social networks
[2] Bodroza & Jovanovic
[3] Wilson, Boe, Sala, Puttaswamy, and Zhao
[4] Boyd & Ellison
[5] Altman, Kumar, Venkatramanan, & Kumar

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-11]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.3.1]

تعامل داشته باشند و به ایجاد، جستجو، اشتراک و ارزیابی اطلاعاتی بپردازند که به‌صورت برخط قابل‌دسترسی هستند. اکثر شبکه‌های اجتماعی امکان ارسال اطلاعات شخصی در قالب فیلم، عکس و موسیقی؛ ایجاد وبلاگ‌ها و همچنین به اشتراک‌گذاری پیوندهای گوناگون را برای تبادل اطلاعات به کاربران خود می‌دهند (کلومپر، راسن و موسشالدر،[6] ۲۰۱۲). در ادامه پس از دسته‌بندی و تعریف شبکه‌های اجتماعی به اهداف و کارکردها و مزایای این شبکه‌ها به‌اختصار پرداخته می‌شود.

در یک تقسیم‌بندی، شبکه‌های اجتماعی را به «مجازی و غیرمجازی» تقسیم کرده‌اند (محکم کار و حلاج، ۱۳۹۳). لین و لو[7](۲۰۱۱)، شبکه‌های اجتماعی برخط را جوامع مجازی می‌دانند که افراد به آن‌ها جذب‌شده و با استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی، به اشتراک منابع می‌پردازند.

هدف اصلی از راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی، برقراری ارتباط بین افراد مختلف به شیوه‌های متفاوت است. اسلامی (۱۳۹۱) اهداف و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی را ۱. سازمان‌دهی انواع گروه‌های اجتماعی مجازی ۲. توسعه مشارکت‌های اجتماعی ۳. به اشتراک گذاشتن علاقه‌مندی‌ها توسط اعضا ۴. ایجاد محتوا توسط اعضا و ۵. تبلیغات هدفمند اینترنتی دانسته است.

از دیدگاه سلیمانی پور (۱۳۸۹)، مزایای شبکه‌های اجتماعی عبارت‌اند از: انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات، افزایش قدرت تحلیل و تقویت روحیه انتقادی، امکان عبور از مرزهای جغرافیایی و آشنایی با افراد، جوامع و فرهنگ‌های مختلف، شکل‌گیری و تقویت خرد جمعی، امکان بیان ایده‌ها به‌صورت آزادانه و آشنایی با ایده‌ها، افکار و سلیقه‌های دیگران، کارکرد تبلیغی و محتوایی، ارتباط مجازی مستمر با دوستان و آشنایان، توسعه مشارکت‌های مفید اجتماعی و افزایش سرعت در فرایند آموزش و ایجاد ارتباط شبانه‌روزی بین استاد و شاگرد. اکنون و پس از تشریح مختصر شبکه‌های اجتماعی به‌طورکلی، به شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر فناوری تلفن همراه به طور خاص می‌پردازیم.

یک نوع از شبکه‌های اجتماعی که به نظر می‌رسد امروزه مورداستفاده بسیاری از افراد به‌خصوص جوانان قرارگرفته است شبکه‌های اجتماعی هستند که از طریق تلفن همراه قابلیت استفاده دارند. شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان مبتنی بر تلفن همراه شبکه‌هایی هستند که از طریق وسایل ارتباطی مثل تلفن همراه و تبلت قابل‌دسترسی هستند و کاربران با به‌کارگیری ارتباطات اجتماعی به کسب، اشاعه و اشتراک اطلاعات از طریق آن‌ها می‌پردازند (کایاستا، نیاتو، وانگ و حسین؛[8] ۲۰۱۱). کاربران با انگیزه‌هایی ازجمله ارتباط با نزدیکان و دوستان، پیدا کردن دوستان قدیمی، تشکیل گروه‌ها و جماعت‌های آنلاین، دریافت و ارسال اطلاعات، رقابت در بازی‌های آنلاین، جست‌وجوی فایل‌ها و محتواهای موردنیاز و...، از این رسانه‌ها و نرم‌افزارها استفاده می‌کنند (مطلبی و امیراحمدی، ۱۳۹۴).

به نظر می‌رسد که پررنگ بودن نقش شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه در زندگی استفاده‌کنندگان آن‌ها، باعث تأثیراتی بر روی جنبه‌های روانی و اجتماعی زندگی واقعی افراد شده است. منظور از جنبه‌های روانی- اجتماعی، آن دسته از جنبه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی است که به‌طور همزمان هم بر روی زندگی اجتماعی و هم بر روی، زندگی روانی افراد تأثیرگذار هستند و شامل جبران؛[9] اعتیاد؛[10] ارائه خود؛[11] معاشرت[12] و خود مجازی[13] می‌شوند (بادروزا و جووانویچ،۲۰۱۶). در ادامه هر یک از این جنبه‌ها به‌اختصار تشریح شده و پژوهش‌های مرتبط با نقش آن جنبه در رفتار اطلاعاتی کاربران در شبکه‌های اجتماعی ذکر گردیده است.

جبران: آن دسته از افراد که در روابط معمول خود مشکلاتی را تجربه کرده‌اند، برای جبران خلأ ارتباطی و اجتماعی در زندگی واقعی خود بیشترین بهره را از استفاده از شبکه‌های اجتماعی خواهند برد (بادروزا و جووانویچ،۲۰۱۶). زیویکا و دانوسکی[14](۲۰۰۸) در پژوهش خود که پیرامون دو فرضیه افزایش اجتماعی[15] و جبران اجتماعی[16] با استفاده از ابزار پرسشنامه برخط بر روی ۶۱۴ نفر از دانشجویان یکی از دانشگاه‌های بزرگ در غرب ایالت متحده [در مقاله به نام دانشگاه اشاره نشده است] انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که درون‌گراها و افراد باعزت نفس پایین‌تر که در جهان واقعی از شهرت کمتر برخوردارند، مصداق فرضیه جبران اجتماعی هستند که بیشتر تلاش خود را بر مشهور شدن در محیط برخط در عوض جبران شهرت کم خود در محیط واقعی قرار داده‌اند (شلدون؛[17] ۲۰۰۸ و سیدمن؛[18] ۲۰۱۳).

[6] Kluemper; Rosen & Mossholder
[7] Lin and Lu
[8] Kayastha, Niyato, Wang & Hossain
[9] Compensation
[10] Addiction
[11] Self-presentation
[12] Socialization
[13] Virtual Self
[14] Zywica & Danowski
[15] Social Enhancement
[16] Social Compensation
[17] Sheldon
[18] Seidman

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-11]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.3.1]

ارائه خود: فرد عمداً و برای تنظیم اثراتی که از او مشاهده می‌شود (گافمن[1]؛ ۱۹۵۹؛ نقل در لوئیس و نیبورز[2]؛ ۲۰۰۵) به افشاسازی خود به‌صورت برخط می‌پردازد که این کار به‌خصوص برای افرادی مثل؛ درون‌گراها، افراد دارای اضطراب اجتماعی و یا افراد خجالتی، به دلیل مصونیتی که در این محیط احساس می‌کنند، راحت‌تر است (آمیچائی_هامبورگر و وینیتزکی[3]؛ ۲۰۱۰؛ ویدمن، فرناندز، لوینسون، آگوستین، لارسن و رودباغ[4]؛ ۲۰۱۴؛ ین، ین، چن، وانگ، چانگ و کو[5]؛ ۲۰۱۴؛ مک کارد، رودباغ و لوینسون[6]؛ ۲۰۱۴). هافرکمپ، ایملر، پاپاداکیس وکراک[7] (۲۰۱۲) در پژوهشی که درزمینه بررسی تفاوت‌های جنسیتی در ارائه خود از طریق شبکه‌های اجتماعی با استفاده از پرسشنامه و تحلیل محتوای پروفایل کاربران انجام دادند، دریافتند که زنان بیشتر از شبکه‌های اجتماعی برای مقایسه خود با دیگران استفاده می‌کنند و ترجیح می‌دهند برای ارائه خودشان از اسامی گروه‌ها و برای تصویر پروفایلشان از تصویر چهره استفاده کنند، درحالی‌که مردان بیشتر به مشاهده پروفایل دیگران برای دوست‌یابی گرایش دارند و برای نمایش خود از عکس کامل بدن در پروفایلشان استفاده می‌کنند.

معاشرت: قابلیت‌ها و جذابیت‌های جهان مجازی، آن را به یک محیط پرطرفدار برای تعاملات بین افراد تبدیل کرده است. این جهان درواقع چهره دیگری از جهان واقعی افراد است و با دنیای واقعی دارای عناصر اولیه مشترک هستند و تنها جنس و نقش این عناصر در زندگی افراد باهم متفاوت است؛ بنابراین، می‌توان گفت مهارت‌های تعاملی محیط واقعی در این محیط نیز لازم و ضروری است. (بزرگ‌واری، ۱۳۸۸). شبکه‌های اجتماعی بیش‌ازپیش رابطه‌های چهره به چهره را کاهش می‌دهند و در مقابل، به گسترش روابط مجازی و دیجیتالی کمک می‌کنند (امیرپور و گریوانی،۱۳۹۳). کو و تانگ[8] (۲۰۱۴)، پژوهشی باهدف بررسی رابطه بین ابعاد شخصیتی و استفاده از فیس‌بوک با استفاده از پرسشنامه بر روی ۵۰۰ دانشجو در تایوان انجام دادند. نتایج نشان داد، افرادی که در محیط واقعی از مقبولیت و ثبات عاطفی کمتر برخوردارند، از فیس‌بوک برای معاشرت در عوض معاشرت در زندگی واقعی استفاده می‌کنند. همچنین نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش کو و تانگ (۲۰۱۴) تا حدودی به مؤلفه جبران اجتماعی نیز اشاره دارد. بارخاس و تاشیرو[9] (۲۰۱۰) در پژوهش خود باهدف معاشرت دانشجویان در عصر فیس‌بوک بر روی ۱۸ نفر از دانشجویان دانشگاه کالیفرنیا انجام دادند به این نتیجه رسیدند که به دلیل اینکه دانشجویان، یک زندگی پویا و متحرک دارند، فیس‌بوک را ابزار مناسب و قدرتمندی برای شروع و مدیریت گردهمائی‌های اجتماعی می‌دانند و با قبول کردن فنّاوری‌های همراه که دسترسی به شبکه‌های اجتماعی را برایشان فراهم آورده‌اند، می‌توانند فعالیت‌های اجتماعی بیشتری داشته باشند.

اعتیاد به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی: اعتیاد اینترنتی، نوعی اختلال روان‌شناختی- اجتماعی است که علائمی همچون؛ گوشه‌گیری، اختلالات عاطفی و ازهم‌گسیختگی روابط اجتماعی را به دنبال دارد (دستجردی و صیادی، ۱۳۹۱). اعتیاد به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی را معمولاً از روی علائمی چون استفاده بیش‌ازحد و همچنین میزان وقت صرف شده در این محیط‌ها و درنهایت از روی تأثیرات منفی که بر روی زندگی اجتماعی واقعی افراد می‌گذارد، توصیف می‌کنند (یونگ[10]؛ ۱۹۹۸).

پژوهش دستجردی و صیادی (۱۳۹۱)، باهدف بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اعتیاد به اینترنت و افسردگی که با استفاده از ابزار پرسشنامه و بر روی ۳۴۵ نفر از دانشجویان دانشگاه پیام نور اصفهان انجام شد، نشان داد که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اعتیاد به اینترنت رابطه مثبت وجود دارد. این پژوهش همچنین دریافت که میزان اعتیاد به اینترنت در رشته‌های علوم پایه کمتر از سایر رشته‌ها در گروه‌های علوم انسانی و فنی و مهندسی بود. همچنین پژوهش رایان و ژنوس[11] (۲۰۱۱) نشان داد که بین وقت سپری‌شده در فیس‌بوک که یکی از عوامل مهم در اعتیاد به‌حساب می‌آید و تنهایی و روان رنجوری افراد رابطه مثبت وجود داشت. نتایج حاصل از پژوهش سادات حسینی و الماسی (۱۳۹۴) که به بررسی نقش عزت‌نفس و احساس تنهایی در اعتیاد به فیس‌بوک در دانشجویان با استفاده از ابزار پرسشنامه در بین ۳۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه‌های علوم پزشکی اهواز و بوشهر پرداخته است، نشان داد که

[1] Goffman [9]
[2] Lewis & Neighbors
[3] Amichai-Hamburger & Vinitzky
[4] Weidman, Fernandez, Levinson, Augustine, Larsen & Rodebaugh
[5] Yen,Yen, Chen, Wang, Chang & Ko
[6] McCord, Rodebaugh & Levinson
[7] Haferkamp, Eimler, Papadakis & Kruck
[8] Kuo & Tang
[9] Barkhuus & Tashiro
[10] Young
[11] Ryan & Xenos

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-11]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.3.1]

جدول ۱. متغیرها و گویه‌های مربوط به هرکدام از آن‌ها

متغیر	تعداد گویه‌ها	گویه
جمعیت شناختی	۹	۱-۹
رفتار اطلاعاتی	۹	۱۰-۱۸
اعتیاد	۷	۱۹-۲۲، ۴۴، ۵۳، ۵۴
جبران اجتماعی	۱۳	۲۳-۲۸، ۳۹، ۴۲، ۴۵، ۴۶، ۴۷، ۴۹، ۵۰
معاشرت	۶	۲۹، ۳۰، ۳۱، ۴۳، ۵۱، ۵۲
ارائه خود	۷	۳۲، ۳۶، ۳۷، ۳۸، ۴۰، ۵۵، ۵۶
خود مجازی	۵	۳۳، ۳۵، ۴۱، ۴۸

احساس تنهایی خانوادگی عامل مهمی برای پیش‌بینی اعتیاد به فیس‌بوک بین دانشجویان است. پژوهش ادیبور[۳۰] (۲۰۱۵) که بر روی دانشجویان کارشناسی دانشگاه ایبادان[۳۱] صورت گرفت، نشان داد که درصد بالایی از اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی در بین دانشجویان وجود داشت.

خود مجازی: محتوایی که یک فرد در صفحه خود در فضای مجازی قرار می‌دهد، یک نمایش واقعی از شخصیت اوست و اطلاعات مهم و قابل‌اعتمادی را در مورد آن فرد به دیگران ارائه می‌کند؛ و طبق این الگو می‌توان برای حفظ روابط دوستانه در محیط واقعی از فضاهای مجازی همچون شبکه‌های اجتماعی استفاده کرد (بادروزا و جووانویچ،۲۰۱۶). تحقیقاتی که در مورد ارائه خود در اینترنت صورت گرفته، دریافته‌اند که افراد بیشتر به نقش بازی کردن و انجام رفتارهای غیرعادی در این محیط‌ها تمایل دارند (ژائو، گراسماک و مارتین[۳۲]،۲۰۰۸). ناشناس بودن در محیط اینترنت فرصت‌هایی را برای شناسایی هویت در اختیار فرد قرار می‌دهد (والکنبورگ و اسکوتن و پتر[۳۳]،۲۰۰۵). ماناگو، گراهام، گرین فیلد و سلیم خان[۳۴] (۲۰۰۸) پژوهشی با هدف بررسی نقش روابط متقابل مجازی در توسعه هویت شخصی، اجتماعی و جنسیتی بر روی ۲۳ نفر از دانشجویان کارشناسی دانشگاه کالیفرنیا انجام دادند. نتایج نشان داد که در شبکه‌های اجتماعی گرایش افراد به سمت این است که خودشان را به صوت ایده آل نشان بدهند و اینکه محیط مجازی فارغ از محدودیت‌های فیزیکی این امکان را به جوانان می‌دهد تا جنبه‌های تجربی هویت خود را تحقق بخشند. ژائو و همکاران (۲۰۰۸) در پژوهشی که با استفاده از تحلیل محتوای حساب‌های کاربری کاربران فیس‌بوک انجام دادند دریافتند که کاربران فیس‌بوک اغلب هویت‌های خود را با صراحت بیان نکرده‌اند بلکه هویت آن‌ها به‌طور ضمنی در پست‌ها، عکس‌ها، گروه‌های عضو شده، چیزهایی که لایک می‌کنند و غیره بیان‌شده است. سیدمن (۲۰۱۴) در پژوهش خود باهدف بررسی ابراز خود واقعی در فیس‌بوک که با استفاده از ابزار پرسشنامه برخط و طی دو مرحله بر روی دانشجویان انجام داد که در مرحله اول ۱۸۴ نفر و در مرحله دوم ۴۱ نفر شرکت داشتند، به این نتیجه رسید که خود حقیقی افراد ویژگی‌هایی است که آن‌ها در حال حاضر دارای آن می‌باشند نه آن‌هایی که به‌طورمعمول برای دیگران واضح است و آن دسته از افرادی که احساس می‌کنند می‌توانند خود واقعیشان را نشان بدهند، در فیس‌بوک فعال‌تر هستند و انگیزه بیشتری برای پست گذاشتن دارند و بیشتر به پست محتوای آشکار شخصیتی و عاطفی خود می‌پردازند.

به‌طورکلی و با توجه به اثرات روانی— اجتماعی استفاده از شبکه‌های اجتماعی، بر روابط و فعالیت‌های افراد در زندگی واقعی آن‌ها و با نگاهی به استفاده رو به رشد ایرانیان از شبکه‌های اجتماعی به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان مبتنی بر تلفن همراه، ازنظر پژوهشگر، بررسی این اثرات و پیامدها امری ضروری به نظر می‌رسد. در ایران، تاکنون پرسشنامه‌ای استاندارد برای اندازه‌گیری این اثرات به‌صورت یکجا، در بین پژوهشگران وجود نداشته است. بدین منظور پژوهشگر در این پژوهش پرسشنامه‌ای را مورد تجزیه‌وتحلیل قرار داده که از ترکیب دو پرسشنامه «استفاده از شبکه‌های اجتماعی» از پژوهش شی، لو، یانگ، لیو و کای[۳۵] (۲۰۱۴) و «مقیاس جنبه‌های روانی — اجتماعی استفاده از فیس‌بوک» از پژوهش بادروزا و جووانویچ (۲۰۱۶) به وجود آمده است. نتیجه یک پرسشنامه ۵۶ گویه‌ای بود که تعداد گویه‌های مربوط به هر متغیر در جدول ۱ نشان داده شده است.

پرسشنامه‌ای که در پژوهش بادروزا و جووانویچ (۲۰۱۶)

[30] Idubor
[31] University of Ibadan
[32] Zhao, Grasmuck, & Martin
[33] Valkenburg, Schouten & Peter
[34] Manago, Graham, Greenfield, & Salimkhan
[35] Shi, Luo, Yang, Liu& Cai

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-11]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.3.1]

ارائه‌شده است، دارای پنج عامل و ۴۳ گویه بود که ۵ عامل ۴۶/۵۳ درصد از واریانس استخراج‌شده را تبیین می‌کردند. این پنج عامل شامل: جبران اجتماعی، اعتیاد، ارائه خود، معاشرت و خود مجازی بودند. ضریب آلفای کرونباخ برای هرکدام از این عوامل به شرح زیر بیان‌شده است: جبران =۰/۹۱؛ ارائه خود =۰/۹۱؛ معاشرت=۰/۸۷؛ اعتیاد=۰/۸۸ و خود مجازی =۰/۷۶. جهت استفاده از این پرسشنامه در پژوهش حاضر، ابتدا سؤالاتی همچون: «افرادی که عکس من در فیس‌بوک را دیده‌اند، به من گفته‌اند که من جذابیت جنسی دارم» که ازنظر فرهنگی و محتوایی با زمینه فرهنگی این پژوهش دارای مغایرت بودند، از لیست گویه‌ها حذف شدند. گویه‌های ۱۴،۲۶،۴۰ این پرسشنامه از نظر فرهنگی و گویه ۴۱ ازنظر محتوایی (فرایندی را می‌سنجد که در همه شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه کاربردی ندارد) با پژوهش حاضر دارای مغایرت بودند و از پرسشنامه حذف شدند.

پرسشنامه شی و همکاران (۲۰۱۴) دارای دو بخش بود. یک بخش مربوط به استفاده از شبکه‌های اجتماعی و یک بخش هم تأثیرات روان‌شناختی آن. در پرسشنامه حاضر تنها از گویه‌های مربوط به استفاده از شبکه‌های اجتماعی این پرسشنامه استفاده‌شده است. ضریب آلفای کرونباخ این پرسشنامه ۰/۸۲ گزارش شده است.

روش

در راستای رسیدن به هدف پژوهش که عبارت است از اعتبار یابی پرسشنامه سنجش جنبه‌های روانی- اجتماعی شبکه-های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه، پژوهشگران در پی پاسخ دادن به این سؤال هستند که آیا با توجه به ساختار فرهنگی جامعه ایرانی، این پرسشنامه برای سنجش عوامل موردنظر از روایی و پایایی مناسب برخوردار است یا خیر؟

برای پاسخ به این سؤال، از روش پژوهش توصیفی - پیمایشی استفاده شد. جامعه پژوهش حاضر شامل دانشجویان شاغل به تحصیل در نیمسال دوم ۱۳۹۴-۱۳۹۵ مقاطع تحصیلی کارشناسی ارشد و دکترای دانشگاه‌های خلیج‌فارس بوشهر و بیرجند بودند.

برای انتخاب نمونه، از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبتی استفاده شد. برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده گردید که بر اساس آن تعداد ۳۴۸ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند که از این میان ۲۹۹ نفر در مقطع کارشناسی ارشد و ۴۹ نفر در مقطع دکتری مشغول به تحصیل بودند. بر اساس نسبت در جامعه، ۷۱ درصد حجم نمونه به دانشگاه بیرجند و ۲۹ درصد نیز به دانشگاه خلیج‌فارس اختصاص یافت. روش گردآوری داده‌ها نیز از طریق پرسشنامه چاپی بوده است. برای روایی محتوایی ازنظر کارشناسان (اساتید راهنما و مشاور به همراه ۶ نفر از متخصصان حوزه رفتار اطلاعاتی)، روایی سازه از تحلیل عاملی و پایایی ابزار از آلفای کرونباخ استفاده شد.

یافته‌ها

در این بخش یافته‌های مربوط به پژوهش در سه بخش روایی محتوایی، روایی سازه و پایایی به ترتیب ارائه شده است و درنهایت نتیجه کلی بیان شده است.

نتایج روایی محتوایی: روایی محتوایی پرسشنامه با استفاده ازنظر اساتید راهنما، مشاور و ۶ نفر از متخصصان[۳۶] در حوزه موردنظر تأییدشد.

نتایج تحلیل عاملی (روایی سازه): قبل از اجرای تحلیل عاملی نیاز است تا نرمال بودن توزیع داده‌ها به‌عنوان پیش‌فرض موردسنجش قرار گیرد که نتایج به‌دست‌آمده از آزمون کولوموگروف- اسمیرنوف[۳۷] در این رابطه در جدول ۲ ارائه شده است.

پس از تأیید نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون‌های KMO (به‌منظور بررسی کفایت نمونه‌گیری) و بارتلت (به‌منظور بررسی توانایی عاملی بودن داده‌ها) استفاده شد.

آزمون KMO، آزمون مقدار واریانس درون داده‌ها است که می‌تواند توسط فاکتورها یا عوامل تبیین شود. مقدار ۰/۶ برای آماره KMO، قابل‌پذیرش است و هرچه این مقدار به ۱ نزدیک‌تر باشد، بهتر است. در اینجا مقدار KMO برابر با ۰/۸۴ به دست آمد که بر اساس آن، کفایت نمونه‌گیری مورد تأیید قرار گرفته است.

از آزمون بارتلت برای بررسی این فرضیه صفر که «ماتریس همبستگی ماتریس واحد است» استفاده می‌شود. درصورتی‌که نمره آزمون بزرگ و سطح معنی‌داری کوچک‌تر از ۰/۰۵ باشد ($p<0/05$)، فرضیه فوق رد می‌شود و به عبارتی قابلیت عاملی بودن داده‌ها تأیید می‌گردد. در پژوهش حاضر نتیجه آزمون بارتلت برابر با ۵۷۴۹ و سطح معنی‌داری

[۳۶] دکتر داریوش علیمحمدی عضو هیئت‌علمی دانشگاه خوارزمی؛ دکتر امیررضا اصنافی عضو هیئت‌علمی دانشگاه شهید بهشتی؛ دکتر مریم صراف زاده عضو سابق هیئت‌علمی دانشگاه تهران؛ دکتر حمیدرضا جمالی عضو هیئت‌علمی دانشگاه خوارزمی؛ دکتر محسن نوکاریزی عضو هیئت‌علمی دانشگاه فردوسی مشهد و دکتر محمد زره‌ساز عضو هیئت‌علمی دانشگاه خوارزمی

[3] Kolmogorov-Smirnov Test

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-11]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.3.1]

جدول ۲. نتایج آزمون کولوموگروف- اسمیرنوف

ردیف	مؤلفه	آماره z	سطح معناداری	نتیجه
۱	رفتار اطلاعاتی	۱/۰۸	۰/۱۹	نرمال
۲	جنبه‌های روانی-اجتماعی	۰/۸۹	۰/۴۱	نرمال
۲-۱	اعتیاد	۰/۹۱	۰/۳۷	نرمال
۲-۲	جبران	۰/۹۶	۰/۳۱	نرمال
۲-۳	معاشرت	۱/۲۰	۰/۱۰	نرمال
۲-۴	ارائه خود	۱/۱۴	۰/۱۴	نرمال
۲-۵	خودمجازی	۱/۳۱	۰/۰۶	نرمال

جدول ۳. نتایج ماتریس همبستگی بین عامل‌ها

عوامل	رفتار اطلاعاتی	اعتیاد	جبران	معاشرت	ارائه خود	خود مجازی
رفتار اطلاعاتی	۱					
اعتیاد	۰/۳۰	۱				
جبران	۰/۱۴	۰/۵۷	۱			
معاشرت	۰/۲۵	۰/۳۸	۰/۵۶	۱		
ارائه خود	۰/۲۲	۰/۴۲	۰/۴۳	۰/۴۴	۱	
خودمجازی	۰/۱۳	۰/۱۸	۰/۲۲	۰/۱۱	۰/۴۱	۱

جدول ۴. میزان واریانس تبیین شده ۴ عامل استخراج‌شده نهایی

		میزان واریانس تبیین شده	
	عوامل	درصد نهایی واریانس	درصد تجمعی واریانس
۱	جبران و معاشرت	۱۹/۱۳	۱۹/۱۳
۲	ارائه خود و خود مجازی	۷/۳۰	۲۶/۴۳
۳	رفتار	۵/۴۶	۳۱/۹۰
۴	اعتیاد	۴/۶۴	۳۶/۵۵

آن کمتر از ۰/۰۵ (p =۰) به دست آمد و بنابراین، می‌توان فرضیه صفر را رد و قابلیت عاملی بودن را تأیید کرد.

پس‌ازاین مرحله (بررسی پیش‌فرض‌ها) تحلیل عاملی با استفاده از نرم‌افزار اس پی اس اس[۳۸]بر روی همه گویه‌های پرسشنامه (۴۷ گویه) به‌جز گویه‌های مربوط به داده‌های جمعیت شناختی (۹ گویه) انجام گرفت.

در تحلیل عاملی گویه‌هایی که در یک فاکتور قرار می‌گیرند باید با یکدیگر دارای همبستگی بالایی باشند و عواملی که ابعاد غیرمشابه را موردسنجش قرار داده‌اند باید دارای همبستگی پایین باشند. برای همبستگی درونی فاکتورها معیار ۰/۳۳ در نظر گرفته شد. نتایج حاصل از ماتریس همبستگی فاکتورها یا عوامل نیز در جدول ۳ نشان داده‌شده است.

در ابتدا تحلیل عاملی بر اساس مبانی نظری، بر روی ۶ عامل انجام گرفت که این ۶ عامل به‌طورکلی ۴۳/۸۲ درصد از کل واریانس را تبیین می‌کرد. لیکن نتایج تحلیل عاملی اولیه، اشتراک معانی فاکتورها و استنباط از مبانی نظری پژوهش (این بخش به طور کامل در بخش بحث و نتیجه‌گیری تشریح شده است) نشان داد که بیشتر گویه‌ها در ۴ عامل پراکنده‌شده‌اند به‌گونه‌ای که گویه‌های مربوط به مؤلفه‌های معاشرت و جبران در یک فاکتور و گویه‌های مربوط به مؤلفه‌های خود مجازی و ارائه خود در یک فاکتور جمع شده بودند؛ بنابراین، یک‌بار دیگر تحلیل عاملی بر روی‌داده‌ها انجام گرفت و این بار ۴ عامل در نظر گرفته شد. نتایج جدول واریانس استخراج‌شده نشان می‌داد که ۴ عامل موردنظر ۳۶/۵۵ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند (جدول ۴).

پس از تحلیل ماتریس چرخش یافته، گویه‌های ۱۳، ۲۲، ۲۳، ۲۴، ۳۴ و ۴۲ که در هیچ‌کدام از مؤلفه‌ها بار عاملی دریافت نکرده بودند (ضریب همبستگی درونی کمتر از ۰/۳۳) و گویه‌های ۳۰، ۳۵، ۴۰، ۴۳، ۵۴ و ۵۶ که حضورشان در عامل موردنظر قابل توجیه نبود از پرسشنامه حذف شدند؛ و درنهایت، پراکندگی گویه‌ها در ۴ عامل استخراج‌شده آن‌گونه که در جدول ۵ نشان داده‌شده است، به دست آمد. لازم به

[3] spss [8]

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-11]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.3.1]

ذکر است تنها در گویه ۵۳ بارعاملی در عامل مربوطه انـدکی کمتر از عامل دیگر است که به دلیل منطـق نظـری در زیـر عامل منطبق با مبانی نظری قرار گرفته است.

محاسبه پایایی ابزار با استفاده از روش آلفای کرونباخ صورت گرفت. میزان آلفای کل ۰/۸۷ به دست آمد که نشـان‌دهنده بالا بودن ضریب پایایی است؛ بنابراین، پرسشـنامه از پایـایی بسیار خوبی برخوردار بود؛ همچنین آلفای به‌دست‌آمده بـرای هرکدام از عامل‌ها نیز در جدول ۶ بیان‌شده است.

با توجه به این نکته که آلفای بیشتر یا مساوی ۰/۷ به معنای برخورداری سؤال‌ها از پایایی لازم است (هو، ۱۳۹۲) و با توجه به جدول ۶ می‌توان نتیجه گرفت کـه همـه عوامـل از پایایی خوبی برخوردار بودند.

جدول ۵. نتایج ماتریس چرخش یافته واریمکس

شماره	گویه	رفتار اطلاعاتی	اعتیاد	جبران و معاشرت	ارائه خود و خود مجازی
۱۷	هرچند وقت برای یادداشت‌ها یا عکس‌ها کامنت می‌گذارید؟	۰/۷۰	۰/۰۰۷	۰/۰۹	۰/۰۱
۱۶	هرچند وقت پیج دوستانتان را مشاهده می‌کنید؟	۰/۶۵	۰/۱۵	۰/۰۰۵	-۰/۰۱
۱۸	هرچند وقت پیام‌ها و متن‌های دیگران روی پروفایلتان را بررسی می‌کنید؟	۰/۶۰	۰/۱۳	۰/۰۸	۰/۰۶
۱۴	هرچند وقت عکس پست می‌گذارید؟	۰/۵۳	۰/۱۱	۰/۰۸	۰/۱۰
۱۲	هرچند وقت به نوشتن یادداشت می‌پردازید؟	۰/۴۴	-۰/۰۸	-۰/۰۳	۰/۱۶
۱۱	هرچند وقت یک‌بار از پیام خصوصی استفاده می‌کنید؟	۰/۴۴	۰/۳۸	-۰/۱۳	۰/۱۷
۱۵	هرچند وقت به اشتراک‌گذاری یا ارسال مجدد مطالب پروفایل دیگران (برای مثال یادداشت‌ها یا عکس‌ها) می‌پردازید؟	۰/۳۹	۰/۱۲	۰/۰۸	۰/۱۱
۱۹	معمولاً زمان طولانی‌تری را نسبت به آنچه در ابتدا قصد داشتم در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان می‌مانم.	۰/۱۱	۰/۶۸	۰/۲۲	۰/۱۵
۲۰	اغلب وظایف دیگرم را به دلیل فعالیت‌هایی که در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان انجام می‌دهم به تأخیر می‌اندازم (نوشتن پیام‌ها، مرور، پست کردن لینک‌ها یا عکس‌ها و غیره).	۰/۰۱	۰/۶۰	۰/۴۱	۰/۰۴
۲۱	برخی از اطرافیانم به من می‌گویند که وقت خیلی زیادی را در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان سپری می‌کنم.	۰/۲۰	۰/۵۳	۰/۴۲	۰/۰۴
۱۰	هرچند وقت یک‌بار از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان استفاده می‌کنید؟	۰/۲۷	۰/۵۱	-۰/۱۸	۰/۲۱
۴۴	اغلب چون خسته‌ام به شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان می‌روم.	-۰/۲۸	۰/۳۶	۰/۲۱	۰/۲۷
۵۳	برخی مواقع به دلیل اینکه مدت طولانی را در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان مانده‌ام دچار کم‌خوابی شده‌ام	۰/۲۱	۰/۳۶	۰/۴۳	۰/۱۷
۵۱	زمانی را در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان صرف گفتگو باکسانی می‌کنم که در زندگی واقعی به‌خوبی آن‌ها را نمی‌شناسم.	۰/۱۰	-۰/۰۲	۰/۷۲	-۰/۰۴
۵۲	برخی مواقع از طریق تلفن، پیامک، اسکایپ و غیره با افرادی که اولین بار با آن‌ها از طریق شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان آشنا شده‌ام ارتباط برقرار می‌کنم.	۰/۲۳	-۰/۱۷	۰/۷۰	۰/۰۱
۴۷	احساس می‌کنم در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان نسبت به زندگی واقعی پذیرفته‌شده‌تر و پراهمیت‌تر هستم.	-۰/۰۱	۰/۰۷	۰/۶۹	۰/۰۴
۲۸	برخی مواقع احساس می‌کنم در دودنیا زندگی می‌کنم – یکی واقعی و یکی مجازی.	۰/۰۴	-۰/۰۲	۰/۶۷	۰/۰۷
۴۹	ارتباطاتم در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان نسبت به زندگی واقعی خیلی آزادانه‌تر است.	۰/۰۳	۰/۱۱	۰/۶۶	۰/۰۲

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-11]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.3.1]

ادامه جدول ۵

۲۶	زمانی که در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان نیستم در خودم فرو می‌روم (مثلاً احساس می‌کنم خیلی افسرده و بی‌تفاوت شده‌ام).	۰/۰۴	۰/۲۰	۰/۶۳	-۰/۱۲
۴۶	در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان فشار کمتری را نسبت به آنچه دیگران انتظار دارند باشم احساس می‌کنم.	-۰/۰۱	۰/۱۳	۰/۵۹	۰/۱۶
۲۷	من ارتباط برقرار کردن از طریق شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان را نسبت به ارتباط رودررو در محیط واقعی آسان‌تر می‌دانم.	-۰/۰۶	۰/۱۲	۰/۵۶	۰/۰۳
۲۵	من در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان نسبت به زندگی واقعی‌ام فعالیت‌های اجتماعی مفرح‌تری دارم.	-۰/۰۶	۰/۱۴	۰/۵۶	۰/۰۰۲
۵۰	ارتباط برقرار کردن در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان را به این دلیل که نیازی به فکر کردن به این‌که چگونه صحبت کنم ندارم آسان‌تر میدانم.	-۰/۰۸	۰/۰۷	۰/۵۶	-۰/۰۰۴
۳۱	شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان برای من راهی برای ملاقات با افراد جدید و دوست‌داشتنی است.	۰/۳۳	-۰/۱۱	۰/۵۴	۰/۱۹
۳۹	روابط دوستانه‌ام در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان احساس بهتری را نسبت به خودم ایجاد کرده‌اند.	۰/۰۳	۰/۰۳	۰/۵۲	۰/۴۰
۴۵	احساس می‌کنم می‌توانم هرقدر بخواهم در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان حضورداشته باشم.	۰/۰۲	۰/۲۸	۰/۴۷	۰/۱۳
۲۹	در زندگی‌ام با افرادی که از طریق شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان با آن‌ها آشنا شده‌ام برخورد داشته‌ام.	۰/۱۷	-۰/۱۶	۰/۳۹	۰/۲۳
۳۷	نسبت به احساسی که دیگران نسبت به من با خواندن پست‌های پروفایلم دارند علاقه‌مند هستم.	۰/۰۹	۰/۱۰	۰/۲۵	۰/۶۵
۵۵	قبل از اینکه چیزی را در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان پست بگذارم در مورد اینکه دیگران چگونه ممکن است آن را درک کنند فکر می‌کنم	۰/۰۷	-۰/۰۳	۰/۱۳	۰/۶۳
۳۸	توجه زیادی به جزئیات پروفایلم دارم چون می‌خواهم احساس خوبی در کسانی که آن را می‌بینند ایجاد کنم.	۰/۰۷	۰/۰۳	۰/۳۱	۰/۶۲
۴۱	پروفایلم در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان یک انعکاس واقعی از خودم است.	۰/۱۲	۰/۰۳	-۰/۰۳	۰/۵۵
۳۲	زمانی که اطلاعاتی در مورد خودم در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان پست می‌کنم در مورد اینکه دیگران امکان دارد چه درکی از من داشته باشند فکر می‌کنم.	۰/۱۷	-۰/۱۲	۰/۳۲	۰/۵۳
۳۳	زمانی که شخصی پروفایل من را باز می‌کند به‌راحتی می‌تواند درک کند که من چگونه شخصی هستم.	۰/۰۹	۰/۰۱	۰/۲۴	۰/۵۲
۳۶	فقط عکس‌هایی را در پروفایلم قرار می‌دهم که به نظر خودم جالب هستند.	-۰/۱۰	۰/۱۶	-۰/۱۱	۰/۴۰
۴۸	از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان برای حفظ ارتباط با دوستان قدیمی‌ام استفاده می‌کنم.	-۰/۰۵	۰/۲۶	-۰/۰۹	۰/۴۰

بحث و نتیجه گیری

توجه جدی به پرسشنامه در بسیاری از حوزه‌ها مانند روان‌شناسی و برخی از علوم اجتماعی در مقایسه با حوزه علم اطلاعات و دانش شناسی منجر به ساخت دامنه وسیعی از ابزارهای سنجش متغیرها در این حوزه‌ها شده است و رشد چشمگیر مشاهدات دقیق را به دنبال داشته است. با توجه به اهداف اصلی روش علمی و امکان تکرارپذیری مشاهدات انجام‌شده و اینکه ابزار به‌عنوان محوری‌ترین جنبه گردآوری اطلاعات موثق درخور توجه ویژه است، فرایند شکل‌گیری یک ابزار پژوهشی با روش‌های علمی و آماری دقیق منجر به انجام پژوهش‌های دقیق‌تر و قوی‌تری خواهد شد. لیکن چنانکه گفته شد در حوزه علم اطلاعات و دانش شناسی کمتر به این جنبه توجه شده است و تنها به گزارش نتایج پژوهش‌ها بسنده شده است؛ بنابراین با توجه به این موضوع، اعتبار یابی پرسشنامه سنجش جنبه‌های روانی- اجتماعی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه که عبارت بودند از اعتیاد، جبران، معاشرت، ارائه خود و خود مجازی در کنار رفتار اطلاعاتی کاربران در این شبکه‌ها

جدول ۶. ضریب آلفای کرونباخ هرکدام از عوامل

عامل	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
رفتار اطلاعاتی	۷	۰/۷۱
اعتیاد	۶	۰/۷۳
معاشرت و جبران	۱۴	۰/۸۷
ارائه خود و خودمجازی	۸	۰/۷۳

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-11]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.3.1]

به‌عنوان هدف این مطالعه در نظر گرفته شد.

در پژوهش حاضر پس از تأیید روایی محتوایی، از آزمون تحلیل عاملی برای اعتبار یابی پرسشنامه استفاده شد. عوامل مورد آزمون در ابتدا بر اساس مبانی نظری، ۶ عامل در نظر گرفته شد. پس از اجرای تحلیل عاملی اولیه مشاهده شد که گویه‌های مربوط به دو مؤلفه جبران و معاشرت که در پرسشنامه مبنای این پژوهش (مقیاس جنبه‌های روانی – اجتماعی استفاده از فیس‌بوک در پژوهش بادروزا و جووانویچ،۲۰۱۶) به طور مجزا آمده بود در ذیل دو عامل پراکنده شده بودند. به عبارتی بعضی از گویه‌های جبران و بعضی از گویه‌های معاشرت یک عامل را تشکیل داده بودند و سایر گویه‌های این دو مؤلفه در زیر عامل دیگری جمع شده بودند. همین وضعیت در مورد دو عامل خود مجازی و ارائه خود هم وجود داشت. لذا مجدداً تحلیل عاملی و این بار بر اساس ۴ عامل انجام شد که درنتیجه آن همه گویه‌های دو مؤلفه جبران و معاشرت در زیر یک عامل و همه گویه‌های خود مجازی و ارائه خود نیز در زیر یک عامل تجمیع شدند. از لحاظ نظری و در بررسی گویه‌های مربوط به دو مؤلفه جبران و معاشرت مشاهده می‌شود که هردو به روابط افراد با یکدیگر در دنیای واقعی و مجازی و تفاوت‌هایی که این دو با همدیگر دارند می‌پردازند. جبران به این نکته اشاره دارد که افراد برای جبران کمبودهایی که در زندگی واقعی دارند به سمت شبکه‌های اجتماعی گرایش می‌یابند و معاشرت هم به میزان مقبولیت افراد در دنیای واقعی اشاره می‌کند و اینکه جذابیت‌ها و ویژگی‌های خاصی که شبکه‌های اجتماعی دارند باعث می‌شود افراد این محیط را برای تعاملات خود انتخاب کنند. از طرف دیگر جنبه‌های ارائه خود و خود مجازی نیز شباهت بسیار زیادی با همدیگر دارند. ارائه خود به این نکته اشاره می‌کند که به دلیل امنیتی که افراد در محیط شبکه‌های اجتماعی احساس می‌کنند، تمایل بیشتری دارند تا خودشان را آن‌گونه که هستند به دیگران معرفی کنند. خود مجازی نیز به این نکته اشاره دارد که آنچه افراد در صفحات خود در محیطهای مجازی ارائه می‌دهند نمایشی واقعی از شخصیت فرد است.

بنابراین با توجه به مبانی نظری، تجزیه‌وتحلیل نتایج تحلیل عاملی و پراکندگی گویه‌ها در هر عامل و همچنین با نگاهی به میزان همبستگی به‌دست‌آمده از آزمون پیرسون در بررسی رابطه بین مؤلفه‌های جبران و معاشرت ($p<۰/۰۱$ و $r=۰/۶۶$) و ارائه خود و خود مجازی ($p<۰/۰۱$ و $r=۰/۴۷$)، پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که می‌توان «جبران و معاشرت» را به‌عنوان یک مؤلفه ترکیبی و «ارائه خود و خود مجازی» را به‌عنوان عامل یا مؤلفه ترکیبی دیگر در نظر گرفت.

درنهایت و با اعمال تغییرات گفته‌شده پرسشنامه‌ای با ۴ مؤلفه و ۳۵ گویه به دست آمد که می‌تواند برای بررسی جنبه‌های روانی- اجتماعی استفاده از شبکه‌های اجتماعی و به‌طور خاص شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه مورداستفاده قرار گیرد.

ازآنجایی‌که جامعه اطلاعاتی ایران روزبه‌روز بیشتر به سمت استفاده از شبکه‌های اجتماعی تمایل می‌یابد و با توجه به اثبات تأثیرات روانی- اجتماعی استفاده از این شبکه‌ها بر روی زندگی افراد، این پژوهش به محققان و پژوهشگران حوزه علوم انسانی و اجتماعی استفاده از پرسشنامه پژوهش حاضر را در مطالعات پیش رو پیشنهاد می‌کند.

References

Adlipoor, S., ghasemi, V., & Mirmohammad tabar, A (2013). The impact of Facebook on cultural identity Isfahanian youngs. Journal of Cultural Research in Iran, 7(1), 1-28. (Persian)

Altman, E., Kumar, P., Venkatramanan, S., & Kumar, A. (2013). Competition over timeline in social networks. In Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM), 2013 IEEE/ACM International Conference on. 1352-1357.

Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. Computers in human behavior, 26(6), 1289-1295.

Amirpoor, M., & Garivani, M (2014). The impact of social networks on the lifestyle of youth. Police Knowledge North Khorasan, 23(1), 3-39. (Persian)

Baratdastjerdi, N., & sayadi, S (2012). The relationship between the use of social networks and internet addiction and depression among students in Paymenoor university of Isfahan. Behavioral Sciences Researchs, 10(5), 332-341. (Persian)

Barkhuus, L., & Tashiro, J. (2010). Student socialization in the age of facebook. In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, ACM, 133-142.

Bodroža, B., & Jovanović, T. (2016). Validation of the new scale for measuring behaviors of Facebook users: Psycho-Social Aspects of Facebook Use (PSAFU). Computers in Human Behavior, 54, 425-435.

Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Computer-Mediated Communication, 13(1), 210–230.

Bozorgvari, R (2009). The transferable nature of ethics in the electronic city. Second International

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-11]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.3.1]

factors on Information Seekers behavior. Library and Information Science, 9(1), 144-174.

Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. Computers in Human Behavior, 27(5), 1658-1664.

SadatHoseini, F., & Almasi, A (2015). Examine the role of self-esteem and loneliness in students' addiction to Facebook. Journal of Culture at the Islamic University, 5(16), 385-406. (Persian)

Seidman, G. (2012). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. Personality and Individual Differences, 54, 402–407.

Seidman, G. (2014). Expressing the "True Self" on Facebook. Computers in Human Behavior, 31, 367-372.

Sheldon, P. (2008). The relationship between unwillingness-to-communicate and students' Facebook use. Journal of Media Psychology, 20(2), 67-75.

Shi, Y., Luo, Y. L., Yang, Z., Liu, Y., & Cai, H. (2014). The Development and Validation of the Social Network Sites (SNSs) Usage Questionnaire. Social Computing and Social Media, 113-124

Soleimanipoor, R (2010). Social networking, opportunities and threats. Result of Light, 31, 14-19. (Persian)

Valkenburg, P. M., Schouten, A. P., & Peter, J. (2005). Adolescents' identity experiments on the Internet. New Media & Society, 7(3), 383-402.

Weidman, A. C., Fernandez, K. C., Levinson, C. A., Augustine, A. A., Larsen, R. J., & Rodebaugh, T. L. (2012). Compensatory internet use among individuals higher in social anxiety and its implications for well-being. Personality and individual differences, 53(3), 191-195.

Wilson, C., Boe, B., Sala, A., Puttaswamy, K. P., & Zhao, B. Y. (2009, April). User interactions in social networks and their implications. In Proceedings of the 4th ACM European conference on Computer systems (pp. 205-218). Acm.

Yen, J. Y., Yen, C. F., Chen, C. S., Wang, P. W., Chang, Y. H., & Ko, C. H. (2012). Social anxiety in online and real-life interaction and their associated factors. Cyber psychology, Behavior, and Social Networking, 15(1), 7-12.

Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. Cyber Psychology & Behavior, 1(3), 237-244.

Zandiravan, N (2007). Information society, formation and its parameters. Library and Information, 10(2), 141-155. (Persian)

Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. Computers in human behavior, 24(5), 1816-1836.

Zywica, J., & Danowski, J. (2008). The faces of Facebookers: Investigating social enhancement and

Conference on Electronic City. (Persian)

Eslami, M (2012). Studying social networks and their impact on various aspects of life. The first National Congress of cyberspace and emerging social pathologies, Tehran, Ministry of Cooperatives, Labour and Social Welfare. (Persian)

Haferkamp, N., Eimler, S. C., Papadakis, A. M., & Kruck, J. V. (2012). Men are from Mars, women are from Venus? Examining gender differences in self-presentation on social networking sites. Cyber psychology, Behavior, and Social Networking, 15(2), 91-98.

Hu, R (2012). Comprehensive guide for analyze of Univariate and multivariate data and their interpretation with spss. Translated by Ali Asgari.Shiraz: koosha Mehr. (Persian)

Idubor, I. (2015). Investigating Social Media Usage and Addiction Levels among Undergraduates in University of Ibadan, Nigeria. Education, Society & Behavioral Science, 7(4), 291-301.

Kayastha, N., Niyato, D., Wang, P., & Hossain, E. (2011). Applications, architectures, and protocol design issues for mobile social networks: A survey. Proceedings of the IEEE, 99(12), 2130-2158.

Kluemper, D. H., Rosen, P. A., & Mossholder, K. W. (2012). Social networking websites, personality ratings, and the organizational context: More than meets the eye? 1. Journal of Applied Social Psychology, 42(5), 1143-1172.

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.

Lewis, M. A., & Neighbors, C. (2005). Self-determination and the use of self-presentation strategies. The Journal of Social Psychology, 145(4), 469-490.

Lin, K.Y., & Lu, H.P. (2011). Intention to continue using Facebook fan pages from the perspective of social capital theory. Cyber psychology, Behavior, and Social Networking, 14(10), 565–570.

Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. Journal of Applied Developmental Psychology, 29(6), 446-458.

Matlabi, M., & Amirahmadi, R (2014). Mobile virtual social networks and disrupting social order and the lifestyle of citizens, Case Study, "WhatsApp" and "Viber". Articles Collections of First National Congress of lifestyle, order and security, Zanjan. Virtual world and Mental Health, Pegah scope, 288. (Persian)

McCord, B., Rodebaugh, T. L., & Levinson, C. A. (2014). Facebook: Social uses and anxiety. Computers in Human Behavior, 34, 23-27.

Mohkam kar, E., & Hallaj, M (2013). What following social networks. Police Knowledge North Khorasan, 2(2), 87-108. (Persian)

Nouroozi chakoli, A (2006). The main and effective

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-11]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.3.1]

popularity with semantic networks. Journal of Computer-Mediated Communication, 14(1), 1-34.

social compensation hypotheses; predicting Facebook™ and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-11]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.3.1]

Human Information Interaction. Vol. 3, No. 3
http://hii.khu.ac.ir
Original Article

Validation of questionnaire of psycho - social aspects of phone based social networks' use

Narges Obaidi: MA of University of Birjand, (Corresponding author) nargesobaidi@birjand.ac.ir
MohammadReza Kiani: University of Birjand
MohammadAli RostamiNejad: University of Birjand

Abstract

Background and Aim: The aim of this study was validation of questionnaire of psycho - social aspects (PSA) of phone-based social networks' (MSN) use.
Methods: This descriptive survey used a researcher-made questionnaire on a sample of post graduate students of University of Birjand and Persian Gulf University (348 participants).
Results: For questionnaire's validity, the experts' opinions and factor analysis were used, and Cronbach's alpha was used for questionnaire's reliability (0.87). Finally, According to the results of the initial test, compensation and socialization, and self-presentation and virtual self were combined to form 4 factors of "information behavior", "addiction", "socialization and compensation" and "self- presentation and virtual self" as final questionnaire's factors. After removing items that had no suitable loading on any factors and also with no theoretical and logical justifications, out of 47 items 35 remained.

Keywords: Mobile-based social networks, Compensation, Addiction, Self-presentation, Virtual self, Socialization, Information behavior

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-11]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.3.1]