

اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران

اداره آموزش و پرورش منطقه ۴

دبیرستان غیردولتی و قرآنی صالحات

**بررسی تأثیر عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی
بر برون گرایی و درون گرایی کاربران
(با تأکید بر عضویت در فیس بوک)**

پژوهشگران:

فاطمه غلامی - نرگس سوری

سال تحصیلی ۱۳۹۰-۱۳۹۱

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران

اداره آموزش و پرورش منطقه ۴

دبیرستان غیردولتی و قرآنی صالحات

**بررسی تأثیر عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی
بر برون گرایی و درون گرایی کاربران
(با تأکید بر عضویت در فیس بوک)**

پژوهشگران: فاطمه غلامی و نرگس سوری

سال تحصیلی ۱۳۹۰-۱۳۹۱

با تقدیر و تشکر از دبیر راهنما سرکار خانم متقی

و

مدیریت محترم دبیرستان صالحات سرکار خانم معدنی

تقدیم به:

پدر و مادر گرامیمان به پاس زحمات بی دریغشان

چکیده:

شبکه های اجتماعی مجازی فضایی را ایجاد می کنند که در آن تبادل اخبار و اطلاعات صورت می گیرد و به کاربران اجازه می دهند با تجربه فضایی جدید، در جامعه ای جدید زندگی کنند به همین دلیل نیز استفاده از خدمات شبکه های اجتماعی، روزبه روز محبوبیت بیشتری پیدا می کند و به دنبال این محبوبیت، کاربران از تأثیرات مختلف آن متأثر می گردند. به منظور بررسی یکی از تأثیرات عضویت در این شبکه ها، تحقیق حاضر با عنوان "بررسی تأثیر عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی (با تأکید بر عضویت در فیس بوک) بر برون گرایی و درون گرایی کاربران" انجام شد. جامعه آماری این پژوهش کلیه نوجوانان و جوانان دختر و پسر واقع در سن ۱۵ تا ۲۶ ساله ساکن در شهر تهران بودند. جمعیت نمونه پژوهش نیز ۲۰۰ نفر از نوجوانان و جوانان دختر و پسر واقع در سن ۱۵ تا ۲۶ ساله ساکن در شهر تهران بودند که با توجه به عضویت و عدم عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی در دو گروه ۱۰۰ نفره به روش نمونه گیری در دسترس، انتخاب شدند. پس از جمع آوری پرسشنامه ها، تعداد نمونه ها به ۱۹۳ مورد کاهش پیدا کرد. از بین کل پاسخگویان ۱۰۸ نفر (۵۶ درصد) در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) عضو بودند و ۸۵ نفر (۴۴ درصد) عضو این شبکه ها نبودند. جهت جمع آوری اطلاعات، از مقیاس درون گرایی- برون گرایی میشل گوکلن استفاده شد.

به منظور تحقق اهداف پژوهش، با توجه به اطلاعاتی که جمع آوری شد دو فرضیه مطرح گردید که عبارت بودند از: "به نظر می رسد بین عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی و درون گرایی اعضاء رابطه وجود ندارد" و "به نظر می رسد بین عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی و برون گرایی اعضاء رابطه وجود دارد". بر اساس یافته های پژوهش هر دو فرضیه تأیید گردید. در مورد فرضیه اول با توجه به مقدار شاخص سنجش همبستگی اسپیرمن که معادل ۰.۱۱۰- و سطح معناداری آن که معادل ۰.۱۲۶ بود، بین عضویت و عدم عضویت با درون گرایی رابطه معنی دار مشاهده نشد. و در مورد فرضیه دوم نیز بر اساس شاخص اسپیرمن، بین عضویت و عدم عضویت با برون گرایی رابطه معنی دار وجود دارد. زیرا مقدار اسپیرمن ۱۴۹ و سطح معناداری آن معادل ۰.۰۳۸ است. بنابراین با ۹۵ درصد اطمینان این رابطه تأیید شد.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: کلیات پژوهش

الف.....	چکیده
۱.....	مقدمه
۲.....	بیان مسئله
۲.....	ضرورت و اهمیت تحقیق
۳.....	هدف تحقیق
۴.....	فرضیه های تحقیق
۴.....	تعریف متغیرها

فصل دوم: پیشینه و ادبیات پژوهش

۶.....	۱- پیشینه نظری
۶.....	الف- مفهوم و ویژگی های شبکه های اجتماعی مجازی
۷.....	معرفی چند شبکه اجتماعی مجازی
۷.....	معرفی شبکه اجتماعی مجازی فیس بوک
۸.....	آمار کاربران فیس بوک و درآمد آن
۱۰.....	معرفی شبکه اجتماعی مجازی توئیتر
۱۰.....	معرفی شبکه اجتماعی مجازی یوتیوب
۱۰.....	آسیب های شبکه های اجتماعی مجازی (فیس بوک، یوتوب، توئیتر و...)
۱۰.....	شبکه های اجتماعی و جنگ نرم
۱۲.....	آسیب های روانی شبکه های اجتماعی مجازی
۱۶.....	اعتماد به فیس بوک
۱۶.....	آسیب های سیاسی شبکه های اجتماعی مجازی
۱۸.....	نا امنی در شبکه های اجتماعی مجازی
۲۰.....	فیس بوک و تأثیرات مثبت آن
۲۲.....	ب- برون گرایی و درون گرایی
۲۲.....	سیستم های شخصیت از نظر یونگ

۲۲	تعریف و تاریخچه برون گرایی و درون گرایی
۲۳	وضعیت افراد نرمال از نظر برون گرایی و درون گرایی
۲۵	قطب های نهایی درون گرایی و برون گرایی
۲۵	ویژگی ها و صفات افراد برون گرا و درون گرا
۲۷	انواع کنش های روانی از نظر یونگ و تیپ های هشتگانه برون گرا و درون گرا
۲۹	۲- بررسی مطالعات تجربی
۳۵	فصل سوم: روش تحقیق
۳۵	روش تحقیق
۳۵	جامعه آماری
۳۵	جمعیت نمونه
۳۵	ابزار جمع آوری اطلاعات
۳۸	فصل چهارم: یافته های تحقیق و تجزیه و تحلیل آن
۳۸	۱- آماره های توصیفی
۳۸	جدول شماره ۱- عضویت یا عدم عضویت پاسخگویان در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب...)
	جدول شماره ۲- عضویت یا عدم عضویت پاسخگویان در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و...) به تفکیک جنس
۳۸	جدول شماره ۳- عضویت یا عدم عضویت پاسخگویان در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و...) به تفکیک سن
۳۹	جدول شماره ۴- فراوانی و فراوانی نسبی میزان کنترل پروفایل توسط اعضاء شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و...) در روز یا هفته
۳۹	جدول شماره ۵- فراوانی و فراوانی نسبی مدت زمان کنترل پروفایل توسط اعضاء شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و...) در هر بار مراجعه
۴۰	جدول شماره ۶- فراوانی و فراوانی نسبی میزان درون گرایی پاسخگویان
۴۱	جدول شماره ۷- فراوانی و فراوانی نسبی عضویت یا عدم عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و...) و میزان درون گرایی پاسخگویان
۴۱	جدول شماره ۸- فراوانی و فراوانی نسبی میزان برون گرایی پاسخگویان

جدول شماره ۹- عضویت یا عدم عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...)	و میزان برون
گرای پی پاسخگویان	۴۳
۲- آماره های استنباطی	۴۵
جدول شماره ۱۰- ضریب همبستگی عضویت یا عدم عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...)	با میزان برون گرای و درون گرای پاسخگویان
جدول شماره ۱۱- آزمون t مستقل برای مقایسه میانگین عضویت و عدم عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...)	با درون گرای
جدول شماره ۱۲- آزمون t مستقل برای مقایسه میانگین عضویت و عدم عضویت با برون گرای	۴۶
فصل پنجم : جمع بندی و پیشنهادات	۴۷
راهکارها و پیشنهادات	۵۰
فهرست منابع	۵۱

مقدمه:

امروزه فراگیری اینترنت و فن آوری های جدید ارتباطی و اطلاعاتی، موجب ظهور فضای مجازی در کنار جهان واقعی شده که این امر، معادلات و الگوهای ارتباطات سنتی، تولید، انتقال و مصرف اطلاعات را به هم زده و موجب تغییر در آن شده است.

شبکه های اجتماعی مجازی، نقش بسیار مهمی در خلق این فضای مجازی دارند. استفاده از خدمات شبکه های اجتماعی، روزبه روز محبوبیت بیشتری پیدا می کند. هم اکنون سایت های شبکه های اجتماعی، بعد از پرتال های بزرگی مثل یاهو یا ام اس ان موتورهای جستجو مثل گوگل، تبدیل به پراستفاده ترین خدمت اینترنتی شده اند. از خلال همین واقعیت های مجازی است که می توان انتظار داشت عضویت در این شبکه ها، آسیب های روانی و سیاسی گسترده ای را برای یک جامعه به وجود آورند.

در تحقیق حاضر با عنوان " بررسی تأثیر عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی (با تأکید بر عضویت در فیس بوک) بر برون گرایی و درون گرایی کاربران " ضمن ارائه توضیحاتی در خصوص شبکه های اجتماعی مجازی و تأثیرات مختلف اجتماعی و شخصیتی، به بررسی تأثیر عضویت بر برون گرایی و درون گرایی اعضا و کاربران پرداخته شده است.

بیان مسئله:

شکل گیری شبکه های اجتماعی مجازی از طریق سایت های خبری، وبلاگ های خبری و تحلیلی، گروه های اینترنتی، فضاهای گفت و گوی مجازی (چت روم ها) و حلقه های آشنایان، هر یک، فضایی مجازی را ایجاد می کنند که در آن تبادل اخبار و اطلاعات صورت می گیرد. وبلاگ، فیس بوک، توئیتر، فرند فیدز و بالاترین از جمله سایت هایی هستند که قابلیت شبکه سازی وسیعی در اینترنت ایجاد کرده اند. نزدیک به یک میلیون کودک ۷ تا ۱۲ سال در سراسر جهان به وبگاه شبکه سازی اجتماعی فیسبوک اعتیاد پیدا کرده اند و دست کم روزی یک وارد فیسبوک می شوند. به نقل از وایمکس نیوز، طبق گزارش روزنامه "سان" حدود ۹۷۰ هزار کودک به طور مرتب از وبگاه استفاده می کنند و کار با فیسبوک بخشی از زندگی روزانه اشان است (صمدی به نقل از سایت <http://vtlnt.mihanblog.com>).

دست کم ۴۶ درصد این کودکان هر چند گاه از فیسبوک استفاده می کنند و استفاده هر روزه از فیسبوک در میان دختران ۱۰ تا ۱۲ ساله بیش از همه رواج دارد و ۵۴ درصد این دختران از فیسبوک استفاده می کنند. حدود دو سوم کودکان ۷ تا ۱۲ ساله به خاطر آن که دوستان شان از وبگاه های شبکه سازی اجتماعی استفاده می کنند از این وبگاه ها استفاده می کنند (همان).

ضرورت و اهمیت تحقیق:

شبکه اجتماعی مجازی، از جمله ابزارهای رسانه ای دوره جدید وب هستند که با تبدیل شدن به رسانه های شخصی بسیار پرنفوذ و پرطرفدار، با تأثیرگذاری متقابل در وجوه مختلف زندگی مجازی و واقعی افراد، همواره یکی از سوژه های جنجالی و بحث برانگیز سالهای اخیر بوده اند.

امروزه این شبکه ها، از یک سو تبدیل به بانک های اطلاعاتی بزرگی از انواع فرآورده های فرهنگی از قبیل نوشتارها، عکسها، فیلمها و دیگر داده های تصویری و غیرتصویری متعلق به کاربران شان شده اند، و از سوی دیگر در برخی مواقع به عنوان سربازان جدید جنگ نرم دول غربی، اقدامات خود را به فضای واقعی جامعه نیز تسری

داده و هماهنگی و سازماندهی تجمع های سیاسی و اعتراضی را بر ضد دولت هدف بر عهده می گیرند. همچنین نتایج برخی تحقیقات حکایت از تأثیرات این شبکه های اجتماعی بر شخصیت و نحوه رفتار اعضا دارد. به همین دلایل، موضوع عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی و تأثیرات آن بر وجوه مختلف شخصیت کاربران، می تواند عرصه های پژوهشی مهمی را در حوزه های مختلف دانش بشری ایجاد نماید.

با توجه به مطالب فوق الذکر، اهم سئوالات تحقیق عبارتند از:

- منظور از شبکه های اجتماعی مجازی چیست؟

- عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی چه تأثیراتی را در پی دارد؟

- ویژگی های شخصیتی برون گرایی و درون گرایی کدام است؟

- عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی تا چه میزان بر برون گرایی و درون گرایی اعضا تأثیر دارد؟

هدف تحقیق:

هدف کلی:

اطلاع از تأثیر عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی (با تأکید بر عضویت در فیس بوک)، بر برون گرایی

و درون گرایی کاربران

اهداف جزئی:

- اطلاع از تأثیرات عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی

- اطلاع از ویژگی های شخصیتی برون گرایی و درون گرایی

- اطلاع از تأثیرات عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی بر برون گرایی و درون گرایی کاربران

فرضیه های تحقیق:

- به نظر می رسد بین عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی و درون گرایی اعضاء رابطه وجود ندارد.

- به نظر می رسد بین عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی و برون گرایی اعضاء رابطه وجود دارد.

تعریف متغیرها:

شبکه ی اجتماعی:

افراد اغلب برای دستیابی به اطلاعات ، منابع و موقعیت ها به روابط شخصی و نزدیکان خود متکی هستند . این روابط، شبکه ی اجتماعی فرد را تشکیل می دهد . دانشمندان اجتماعی از مفهوم شبکه ی اجتماعی برای اشاره به سیستم پیچیده ی روابط بین افراد در سیستم اجتماعی استفاده کرده اند (کراول، ۲۰۰۴).

شبکه ی اجتماعی را می توان مجموعه ای از افراد یا سازمان ها یا مجموعه های دیگر اجتماعی دانست که از طریق روابط اجتماعی مانند دوستی ، همکار بودن یا تبادل اطلاعات با یکدیگر مرتبط می شوند . بدین ترتیب ، شبکه ی اجتماعی، الگویی ارتباطی است که مردم را به هم متصل می کند و یا پیوندهایی است که افراد را با گروه هایی از مردم مرتبط می سازد (باستانی، ۱۳۸۲).

شبکه ی اجتماعی مجازی:

شبکه اجتماعی مجازی یا شبکه اجتماعی اینترنتی، وب سایت یا مجموعه ای از وب سایت هایی است که به کاربران امکان می دهد، علاقه مندی ها، افکار و فعالیت های خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند؛ به عبارت دیگر، شبکه های اجتماعی سایت هایی هستند که با استفاده از یک موتور جست و جوگر و افزودن امکاناتی مانند چت، پیام رسانی الکترونیک، انتقال تصویر و صدا و... امکان ارتباط بیشتر کاربران را در قالب شبکه ای از روابط فردی و گروهی فراهم می آورند (Resnick ۲۰۰۰؛ به نقل از سایت www.migna.ir) وبلاگ ها، فیس بوک، توئیتر، یتوب و پادکست از جمله شبکه های اجتماعی مجازی هستند.

برون گرایی :

یونگ در تعریف برون گرایی می گوید: «هنگامی که توجه به اشیاء و امور خارج چنان شدید باشد که افعال ارادی و سایر اعمال اساسی آدمی نتیجه ارزیابی ذهنی نباشد، بلکه معلول مناسبات امور و عوامل خارجی باشد، این وضع و حال برون گرایی خوانده می شود، و وقتی این امر کسی را عادی گردد آن کس برون گرایی نام می گیرد(سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۲).

درون گرایی :

درون گرا کسی است که غالباً متوجه عوامل ذهنی است و زیر نفوذ آنها قرار دارد. او شرایط و اوضاع و احوال خارجی را می بیند ولی در او عوامل و عناصر ذهنی، برتری و مزیت دارند و حاکم بر احوال و رفتار او هستند»(همان).

تعریف عملی درون گرایی و برون گرایی:

منظور از درون گرایی و برون گرایی نمره ای است که هر یک از پاسخگویان از مقیاس استاندارد میشل گوکلن بدست می آورند.

فصل دوم: پیشینه و ادبیات پژوهش

۱- پیشینه نظری:

الف - مفهوم و ویژگی های شبکه های اجتماعی مجازی:

شبکه های اجتماعی، به مجموعه ای از افراد که به صورت گروهی با یکدیگر ارتباط داشته و مواردی مانند اطلاعات، نیازمندی ها، فعالیت ها و افکار خود را به اشتراک بگذارند، گفته می شود. شبکه های اجتماعی را می توان به دو دسته شبکه های مجازی و شبکه های غیرمجازی تقسیم کرد. شبکه های غیرمجازی در واقع شبکه هایی هستند که توسط مجموعه ای از افراد و گروه های به هم پیوسته، در محیط اجتماعی عمل می کنند. شبکه اجتماعی مجازی یا شبکه اجتماعی اینترنتی، وب سایت یا مجموعه ای از وب سایت هایی است که به کاربران امکان می دهد، علاقه مندی ها، افکار و فعالیت های خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند؛ به عبارت دیگر، شبکه های اجتماعی سایت هایی هستند که با استفاده از یک موتور جست و جوگر و افزودن امکاناتی مانند چت، پیام رسانی الکترونیک، انتقال تصویر و صدا و...، امکان ارتباط بیشتر کاربران را در قالب شبکه ای از روابط فردی و گروهی فراهم می آورند (Resnick ۲۰۰۰؛ به نقل از سایت www.migna.ir) وبلاگ ها، فیس بوک، توییتر، یوتوب و پادکست از جمله شبکه های اجتماعی مجازی هستند.

امروزه فراگیری اینترنت و فن آوری های جدید ارتباطی و اطلاعاتی، موجب ظهور فضای مجازی در کنار جهان واقعی شده که این امر، معادلات و الگوهای ارتباطات سنتی، تولید، انتقال و مصرف اطلاعات را به هم زده و موجب تغییر در آن شده است. چنین فضایی که به عنوان واقعیت مجازی یک پارچه، در نظر گرفته می شود، از ویژگی هایی چون بی مکانی، فرا زمان بودن، صنعتی بودن محض، عدم محدودیت به قوانین مدنی متکی بر دولت - ملت ها، قابل دسترسی بودن همزمان، برخورداری از فضاهای فرهنگی، اعتقادی، اقتصادی، سیاسی و نیز آزادی از هویت بدنی و جنسی جدید برخوردار است (Myers ۲۰۰۰ به نقل از سایت www.migna.ir).

معرفی چند شبکه اجتماعی مجازی:

معرفی شبکه اجتماعی مجازی فیس بوک^۱:

شبکه اجتماعی مجازی فیس بوک در ۴ فوریه ۲۰۰۴ به وجود آمد. فیس بوک یکی از شبکه‌های اجتماعی مجازی است که به واسطه آن می‌شود به طور رایگان با دوستانی که دارای حساب کاربری هستند عکس، فیلم یا پیغام به اشتراک گذاشت. این شبکه اجتماعی توسط مارک زوکربرگ^۲ و هم‌اتاقیش داستین موسکوویتز^۳ در حالی که هر دو در دانشگاه هاروارد مشغول تحصیل بودند راه اندازی و سرمایه گذاری شد. فیس بوک در ابتدا فقط مختص دانشجویان هاروارد بود. این سایت خیلی سریع مورد توجه قرار گرفت و چنان محبوب شد که تا آخر هفته دوم راه اندازی آن، بیش از نیمی از دانشجویان هاروارد در آن نام نویسی کرده بودند و از آن به عنوان راهی برای ارتباط با یکدیگر استفاده می‌کردند و در کوتاه مدت، میلیونها نفر در همان چند ماه نخست، به عضویت آن در آمدند. و بعد ها در دسترس عموم قرار گرفت.

وب‌گاه فیس بوک هم‌اکنون به ۴۰ زبان از جمله فارسی، قابل دسترس بوده و ۷۰ درصد از کاربران آن در خارج از ایالات متحده هستند. (www.migna.ir)

امروزه کاربران می‌توانند در فضای آن با یکدیگر بطور کاملاً چند رسانه ای در ارتباط باشند، دوستان را به لیست خود اضافه کنند، با دیگران آشنا شوند و برای خود یک صفحه شخصی درست کنند تا دیگران به آن مراجعه و اطلاعات آن را مشاهده کنند و در صورت علاقه نظر خود را اعلام کنند.

محیط فیس بوک در واقع مجلسی از دوستان و آشنایان یک کاربر به شمار می‌آید. فیس بوک با ارائه امکان عضوگیری در تعداد بالا، به کاربران اجازه می‌دهد تا در هر لحظه دوستان جدیدی را به مجموعه خود اضافه کنند. کاربران در فیس بوک دارای یک صفحه شخصی هستند. می‌توانند گروه تاسیس کنند و یا در گروه‌های

^۱- Facebook

^۲- Mark Zuckerberg

^۳- Dustin Moskovitz

دیگر عضو شوند. کاربران می‌توانند برای خود آلبوم عکس بسازند و دوستانشان را انتخاب کنند و به لیست دوستان اضافه کنند.

کاربران می‌توانند برای یک هنرمند یا یک وب‌گاه و یا وبلاگ شخصی خود و شاید هم برای کالایی که تولید می‌کنند صفحه جداگانه طراحی کنند تا دیگران هم در آن صفحات ثبت شوند و پیشنهاد و انتقاد ارائه بدهند.

کاربران فیس‌بوک در رابطه با اعضاء به پنج گروه طبقه‌بندی می‌شوند؛ دوستان، دوستان دوستان، اعضای هم‌شبکه، غریبه‌ها.

فیس‌بوک نرم‌افزارها، ابزارهای جانبی خاص و بازی‌های آنلاین گوناگونی دارد که کاربر می‌تواند با توجه به نیاز خود از آن‌ها استفاده کند.

آمار کاربران فیس بوک و درآمد آن :

اکنون فیس بوک سرشناسترین شبکه اجتماعی اینترنتی است که با استقبال بسیاری مواجه شده است. این شبکه بیش از پانصد میلیون جمعیت دارد که سومین منطقه پر جمعیت جهان پس از چین و هند به شمار می‌آید. در هر ثانیه هشت کاربر جدید در این سایت ثبت‌نام می‌کنند که در این میان به طور معمول دانشجویان یکی از اصلی‌ترین فعالان در این شبکه‌ها هستند (قوانلو قاجار، ۱۳۹۰).

نیمی از مردم آمریکا یعنی ۱۴۹ میلیون نفر عضو فیس بوک هستند و اندونزی نیز با ۳۷ میلیون کاربر در رده دوم بیش‌ترین کار بر فیس بوک قرار دارد (به نقل از سایت www.migna.ir).

طبق تحقیقات جدید، سه چهارم از کودکان اروپا در شبکه‌های اجتماعی عضو هستند و این در حالی است که یک نفر از پنج نفر که دارای سن زیر ۱۳ سال است، که این موضوع محدودیت‌های سنی فیس بوک را نقض کرده است. نظرسنجی جدیدی که از سوی کمیسیون اروپا انجام شده نشان می‌دهد که ۷۷ درصد از کودکان ۱۳ تا ۱۶ ساله و ۳۸ درصد از کودکان ۹ تا ۱۲ ساله در اروپا در شبکه‌های اجتماعی عضو هستند. نتیجه این نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد که یک چهارم از آن‌ها پروفایل خود را در معرض دید عموم قرار داده‌اند، بدین معنا

که هر فردی می‌تواند به اطلاعات آن‌ها دسترسی داشته باشد که همین امر آن‌ها را در خطر سوء استفاده از سوی برخی افراد قرار داده است (همان).

اما موضوع قابل توجه این است که تعداد پروفایل‌های نوجوانان ۱۳ تا ۱۶ ساله در شبکه‌های اجتماعی در غرب اروپا بسیار زیاد است، به طور مثال هلند با ۷۰ درصد دارای بیش‌ترین کودکان زیر ۱۳ سال عضو در یک شبکه اجتماعی است و فرانسه با ۲۵ درصد در انتهای جدول قرار دارد (همان).

این نظرسنجی همچنین نشان می‌دهد که فیس بوک محبوب‌ترین شبکه‌ی اجتماعی در ۱۷ کشور از ۲۵ کشور اروپایی است و ۵۷ درصد از افراد ۹ تا ۱۶ ساله عضو این شبکه اجتماعی هستند. با وجود محدودیت‌های سنی، ۲۰ درصد از کودکان ۹ تا ۱۲ ساله که تحت نظرسنجی قرار گرفتند، اظهار کردند دارای یک اشتراک فیس بوک هستند (همان). در کشورهایی همچون برزیل، مکزیک، اندونزی، آرژانتین و فیلیپین نیز قسمت اعظم کاربران فیس بوک را به خود اختصاص داده‌اند (به نقل از سایت www.migna.ir).

تعداد کاربران فیس بوک:

زمان	تعداد کاربران	روز سپری شده	درصد افزایش
۱۲۶ اگوست ۲۰۰۸	۱۰۰ میلیون	۱۶۶۵	٪۱۷۸,۳۸
۸ اوریل ۲۰۰۸	۲۰۰ میلیون	۲۲۵	٪۱۳,۳۳
۱۵ سپتامبر ۲۰۰۹	۳۰۰ میلیون	۱۵۰	٪۱۰
۵ فوریه ۲۰۱۰	۴۰۰ میلیون	۱۴۳	٪۶,۹۹
۲۱ جولای ۲۰۱۰	۵۰۰ میلیون	۱۶۶	٪۴,۵۲
۵ ژانویه ۲۰۱۱	۶۰۰ میلیون	۱۶۸	٪۳,۵۷

درآمد فیس بوک:

سال	سود	افزایش
۲۰۰۶	۵۲ میلیون دلار	--
۲۰۰۷	۱۵۰ میلیون دلار	٪۱۸۸
۲۰۰۸	۲۸۰ میلیون دلار	٪۸۷
۲۰۰۹	۷۷۵ میلیون دلار	٪۱۷۷
۲۰۱۰	۲۰۰۰ میلیون دلار	٪۱۵۸

منبع: www.migna.ir

معرفی شبکه اجتماعی مجازی توئیتر:

توئیتر یک سرویس به اصطلاح میکرو بلاگینگ است که با شعار چه کار می کنید؟ (What are you doing) در مارس ۲۰۰۶ پا به عرصه وجود گذاشت. هدف اصلی توئیتر فراهم کردن این امکان بود که کاربران اینترنت بتوانند در هر لحظه و به سادگی اتفاقاتی را که در اطرافشان در حال وقوع است، در فضای مجازی منتشر کنند.

معرفی شبکه اجتماعی مجازی یوتیوب:

یوتیوب یکی از مهم ترین سایت های وب و معروف ترین سایت به اشتراک گذاری ویدیو است. یوتیوب به وسیله چاد هرلی، استیون چن و جواد کریم به وجود آمد که هر سه از کارمندان شرکت پایا پال بودند. دامنه یوتیوب در ۱۵ فوریه ۲۰۰۵ ثبت شد و سایت به تدریج در ماه های بعد راه اندازی شد. شش ماه بعد در ماه مه ۲۰۰۵ سایت به طور رسمی و عمومی افتتاح شد.

آسیب های شبکه های اجتماعی مجازی (فیس بوک، یوتوب، توئیتر و...):

با رشد رسانه های نوین، جهان وارد عصر دوم رسانه ها شده است که برخلاف دوره مدرن و عصر نخست، آینده آن به طور کامل، قابل پیش بینی نیست، زیرا در عصر دوم رسانه ها که در آن بحث رسانه های الکترونیک جدید، حاکمیت دارند و اطلاعات حرف آخر را می زنند، پدیده ها کمتر قابل پیش بینی اند (گل محمدی، ۱۳۸۳ به نقل از سایت www.migna.ir). رسانه های نوین دارای آسیب های بسیار مهم روانی و سیاسی است که می توانند، زمینه و بستر مناسبی را برای جنگ نرم ایجاد کنند.

شبکه های اجتماعی و جنگ نرم:

جنگ نرم، به دلیل ماهیت خود و عدم نیاز به ابزارهای فیزیکی، به دنبال آن است که در مسافت های دورتری از مراکز طراحی کننده، به اجرا درآید. جهانی و فرامرزی بودن فضای سایبر، امکان های مورد نیاز را به آسانی در اختیار طراحان جنگ نرم قرار می دهد و با فراهم شدن بسترهای فکری- فرهنگی اهداف مورد

نظر، از سوی جریان های درون جامعه هدف، دنبال می شود. میسر بودن ارتباط دو طرفه نیز ابزارهای عملیاتی را در خدمت طراحان و رهبران مراکز مورد نظر درمی آورد و در موقعیت های حساس که امکان حضور و هدایت مستقیم میدانی حوادث، از براندازان سلب می شود؛ عناصر حاضر در صحنه نقش رسانه ای عملیات را بازی می کنند.

از سوی دیگر، جنگ نرم به عناصر و سربازان میدانی نیاز دارد که از جنس مخاطبان جامعه هدف باشند. این عناصر، باید برای خود هویتی خاص قایل باشند تا بتوانند هدایت روند درگیری را برعهده گیرند و در شرایط کنونی، امکان دسترسی به فضای مجازی به دلیل در اختیار گذاشتن لحظه ای حجم وسیعی از اخبار، اطلاعات و تسهیل ارتباط، چنین هویت کاذبی را به راحتی در میان بخشی از صحنه گردانان حوادث ایجاد می کند. نبود بسیاری قیود و محدودیت ها که برای سایر اقسام رسانه ای وجود دارد، در محیط مجازی، گستره فعالیت در این فضا را برای اهداف و انگیزه های امنیتی و سیاسی در جنگ نرم افزایش می دهد. مجموعه این شرایط است که امروزه، هوس بهره گیری از این فضا را برای غلبه بر دیگر ملت ها، در میان مراکز قدرت جهانی ایجاد می کند.

حوادث چند ماه اخیر ایران را باید میدان آزمون برای کاربرد فضای مجازی در عملیات روانی و جنگ نرم دانست. وبلاگ، فیس بوک، یوتیوب، توئیتر، فرند فیدز و ... از جمله سایت هایی هستند که قابلیت شبکه سازی وسیعی در اینترنت ایجاد کرده اند. در برخی مواقع، این شبکه ها به عنوان سربازان جدید جنگ نرم دول غربی، اقدامات خود را به فضای وقایع جامعه نیز تسری داده و هماهنگی و سازماندهی بسیاری تجمع های سیاسی و اعتراضی را بر ضد دولت هدف، برعهده می گیرند. حوادث پس از انتخابات سال ۱۳۸۸، به روشنی نقش شبکه های اجتماعی مجازی در جنگ نرم غرب با ایران را نشان داد (www.migna.ir).

آسیب‌های روانی شبکه‌های اجتماعی مجازی:

پژوهشگران معتقدند شبکه‌های اجتماعی مجازی در بعد روانی، آسیب‌های جدی به افراد وارد می‌کنند که به انعطاف‌پذیری هویتی و شکل‌گیری هویت‌های مجازی جدید منجر می‌گردد. آبراهام حسنین، در مورد آسیب‌های روانی شبکه‌های اجتماعی، به موارد ذیل اشاره کرده است:

۱- کاهش احساسات: به دلیل اینکه اغلب ارتباطات در این فضا، به صورت نوشتاری است، فاقد احساسی است که در فضای واقعی، از طریق قدم زدن، سخن گفتن و... به دست می‌آید. افراد با وجود امکانات ارتباطی در فضای مجازی، دیگر اهمیتی به کیفیت روابط نمی‌دهند و این مسئله، به کاهش بیشتر احساسات منجر می‌شود.

۲- متن‌گرایی: علی‌رغم امکانات چند رسانه‌ای موجود در فضای مجازی، هنوز هم قسمت عمده‌ای از ارتباطات در فضای مجازی را ارتباطات متنی در قالب ایمیل و چت تشکیل می‌دهد. ارتباطات متنی می‌تواند شکل جدیدی از هویت مجازی را شکل دهد.

۳- انعطاف‌پذیری هویتی: افراد در فضای مجازی، به دلیل نبود راهنماهای چهره‌ای، می‌توانند شخصیت‌های کاذب و متفاوتی از خود ارائه دهند.

۴- دریافت‌های جایگزین: در ارتباطات مجازی، شما می‌توانید دیوارها را بشکنید، به حوزه خصوصی دیگران وارد شوید و حرف‌هایی را که حاضر نیستند، در ارتباط چهره‌به‌چهره به شما بگویند، بشنوید (۲۰۱۰ Abraham Hassanien به نقل از سایت www.migna.ir).

در مقاله‌ای با عنوان «فیس‌بوک هم زیادش خوب نیست؛ خودپرستی و نارسایی روانی» که توسط رادیو فردا (یکی از سایتهای رسمی آمریکا) منتشر شده به مضرات استفاده «بیش از حد» از فیس‌بوک پرداخته است. در این مقاله ذکر شده است که: تحقیقاتی که در سال‌های اخیر به بررسی تاثیر استفاده از شبکه‌های گروهی-اجتماعی روی رفتار اجتماعی و روحیات انسان‌ها پرداخته است به این نتیجه رسیده‌اند که استفاده بیش از حد از رسانه‌های جدید می‌تواند به بروز رفتارهای ضد اجتماعی، خودپرستی و مجموعه دیگری از نارسایی‌ها و

پیامدهای منفی در میان کاربران منجر شود. این مقاله می افزاید: به نوشته سایت آمریکایی "مشبل"^۴، بر اساس تحقیقات جدیدی که توسط پروفسور روان شناس "لری روزن"، در دانشگاه دولتی کالیفرنیا، انجام شده است، استفاده بیش از حد از فیس بوک می تواند به بروز برخی نارسایی های روانی در میان نوجوانان منجر شود. پروفسور روزن نتایج تحقیقات خود را در گردهمایی اخیر انجمن روان شناسی آمریکا ارائه داده است. این تحقیقات براساس نظرسنجی و آمارگیری از بین ۱۰۰۰ نوجوان خانواده های شهرنشین و بررسی رفتار ۳۰۰ نوجوان به هنگام مطالعه و انجام تکالیف درسی صورت گرفته است. یافته های این پژوهش، حکایت از آن دارد که پیامدهای استفاده از فیس بوک برای نوجوانان عبارت است از:

۱- بروز و تقویت حس خودپرستی در میان نوجوانانی که به طور مرتب از فیس بوک استفاده می کنند.

۲- بروز نارسایی های روانی دیگر از جمله رفتارهای ضد اجتماعی، هیجان شدید و پرخاش گری در میان نوجوانانی که بسیار زیاد از فیس بوک استفاده می کنند.

۳- در مورد نوجوانانی که بیش از حد و به شکل اعتیاد از فیس بوک و سایر شبکه ها و نرم افزارهای کامپیوتری مثل بازی های ویدئویی استفاده می کنند، عوارضی نظیر غیبت از مدرسه، درد در ناحیه شکم، مشکل خواب، افسردگی و اضطراب بروز می کند. به گفته روزن « از دوره ابتدایی تا دوره دبیرستان، چند ساعت استفاده کردن از رسانه ها، سلامتی را به شکل گسترده ای تحت تاثیر قرار می دهد. این افراد بیشتر مریض می شوند، روزهای بیشتری گزارش می کنند که شکم درد دارند، افسردگی بیشتری نشان می دهند و رفتارهای بدی در مدرسه دارند "روزن برای بررسی تاثیرات مشابه رسانه های اجتماعی بر روی سلامتی ذهنی با بررسی تحقیقات استنباط می کند که استفاده مداوم به خصوص از فیس بوک می تواند نشانه ها و سندرم های اختلالات شخصیت را در میان جوانان پیش بینی کند.

یافته های ابتدایی وی نشان می دهد در نوجوانان استفاده غالبی از فیس بوک تنها با شخصیت خودشیفته در ارتباط است اما برای جوانان استفاده از فیس بوک با نشانه های اختلالات مختلف شامل شخصیت خودشیفته،

^۴ - Mashable

اختلالات شخصیت ضد اجتماعی، اختلال دو قطبی و اختلال شخصیت مرزی در ارتباط است
(www.p30day.com/web/).

۴- آن گروه از نوجوانانی که حتی به هنگام انجام تکالیف خود حداقل پانزده دقیقه یک بار به فیس بوک مراجعه می کنند معمولاً در مدرسه نمرات پایین تری می گیرند.

۵- آن گروه از نوجوانانی که حتی در زمان انجام تکالیف خود تمام مدت صفحه فیس بوک خود را باز نگاه داشته و به آن مراجعه می کنند به مراتب در مدرسه و محیط آموزش نتایج نامطلوب تری می گیرند
(www.3nasl.com/archive - ۱۳۹۰ مرداد ۱۹).

روزن برای بررسی تاثیرات مشابه رسانه های اجتماعی بر روی سلامتی ذهنی با بررسی تحقیقات استنباط می کند که استفاده مداوم به خصوص از فیس بوک می تواند نشانه ها و سندرم های اختلالات شخصیت را در میان جوانان پیش بینی کند.

به گزارش آریا به نقل از پایگاه اطلاع رسانی پلیس، یک روان شناس کالیفرنایی در اعلام نتیجه تحقیقات خود روی کودکان ادعا می کند سایت فیس بوک می تواند باعث اختلالات روانی در آنها شود. به گزارش آریا به نقل از پایگاه اطلاع رسانی پلیس، "لری روزن"، روان شناس دانشگاه کالیفرنیا در مرکز تحقیقاتی کاستیت هیلز با بررسی آثار بازدید کودکان در فیس بوک به این نتیجه رسیده است که استفاده مداوم از سایت فیس بوک می تواند کودکان را به اختلالات روانی خاصی مبتلا کند که در کمترین درجه آن می توان به بیماری هایی شبیه "نارسیسم" یا خودشیفتگی و خودپرستی اشاره کرد. روزن که بیش از دو دهه در این مرکز روی آثار تکنولوژی و استفاده از بازی های رایانه ای در کودکان و نوجوانان تحقیق می کند ادعا می کند کودکانی که به طور مداوم از سایت فیس بوک استفاده می کنند در بلند مدت روی شخصیت اجتماعی آنها نیز تاثیر منفی داشته باشد. وی همچنین به اختلالاتی مثل کاهش و عدم تنظیم خواب، اضطراب و افسردگی اشاره می کند که در میان کودکان و نوجوانان کاربر این سایت های اجتماعی به وفور مشاهده می شود. وی اعتقاد دارد کمترین آثار تخریبی سایت های اجتماعی مثل فیس بوک این است که امکان انتشار اطلاعات درباره خود

را ایجاد می کند و به کودک اجازه می دهد به طور اغراق آمیز درباره خود و شخصیت خود مطلب بنویسد و همین توهم کودک را از رفتارهای اجتماعی سالم در محیط اطراف منع می کند. در تحقیقات روزن ثابت شده است که کاربران فیس بوک اعم از کودک و بزرگ بیشتر از دیگران مستعد ابتلا به بیماری های روانی شدیدتر مثل مالیخولیا، مصرف مواد و الکل هستند (www.ghatreh.com/news).

دکتر گوئن اوکیفه، متخصص اطفال در بوستون و یکی از نویسندگان اصلی دستورالعمل رسانه های اجتماعی «آکادمی آمریکایی اطفال» می گوید جنبه های منحصر به فردی از فیس بوک هستند که می توانند آینده اجتماعی نوجوانی با اتکا به نفس پایین را دچار چالش کنند. نویسندگان این گزارش خاطرنشان کرده اند: «گمان می رود که شدت و سرعت جهان اینترنت عامل افسردگی در برخی از افراد بزرگسال باشد». اوکیفه می گوید معرفی رسانه های اجتماعی به کودکان به معنای آن است که والدین، حتی اگر اطلاعات چندانی از جهان اینترنت ندارند، باید بر استفاده فرزندان از این فن آوری نظارت کنند (<http://forum.iransalamat.com>).

در پژوهش دیگری بین تعداد دفعاتی که کاربران در طول روز صفحه فیس بوک خود را چک می کنند و میزان خودشیفتگی آنها رابطه مستقیمی برقرار است. به گزارش اینتا، پژوهش ها نشان می دهد که فیس بوک بهشت افرادی است که دچار اختلال شخصیت خودشیفتگی هستند زیرا آنها می توانند بدون داشتن روابط دوستانه واقعی، تعداد زیادی رابطه موهوم و تخیلی برای خود دست و پا کنند. بر این اساس به نظر می رسد کسانی که به طور مرتب و افراطی از فیس بوک استفاده می کنند، از ضعف روانی، خودپرستی فراوان و عزت نفس اندکی برخوردارند (www.migna.ir).

در تحقیقات دیگری نیز که پیرامون مضرات فیس بوک انجام شده ثابت شد که فیس بوک به رغم ایجاد ارتباط بین فرد و دوستان متعدد، احساس تنهایی را افزایش می دهد. زیرا فرد به جای ارتباط واقعی و رودررو با دوستان خود، وقت خودش را با فیس بوک می گذراند و در واقع کیفیت دوستان را فدای کمیت آنان می کند (www.irwebnews.com/tag/).

اعتیاد به فیس بوک:

دکتر «لیپاری» علامت های اعتیاد به فیس بوک را به شرح ذیل برشمرده اند:

- ۱- کاهش و تغییر ساعت خواب به خاطر فیس بوک
- ۲- گذراندن بیش از یک ساعت در روز پای فیس بوک: تعیین اینکه زمان طبیعی استفاده از شبکه های اجتماعی چقدر است، کار آسانی نیست. دکتر «لیپاری» در رابطه با میزان استفاده از فیس بوک می گوید: "من نمی توانم تصور کنم که کسی بیش از یک ساعت در روز به فیس بوک نیاز داشته باشد".
- ۳- غفلت از کار به خاطر فیس بوک: اگر به قصد اینکه به سراغ فیس بوک بروید سعی می کنید کار خود را زودتر تمام کنید احتمالاً مشکل دارید.
- ۴- نگرانی و هراس از اینکه روزی نتوانید از فیس بوک استفاده کنید: دکتر «پایل» می گوید: اگر یک روز بدون فیس بوک گذرانید و این موضوع باعث استرس شما شد، بهتر است به فکر تغییر وضعیت باشید (www.irwebnews.com/tag/).

آسیب های سیاسی شبکه های اجتماعی مجازی:

از مهم ترین تأثیرات سیاسی فناوری های ارتباطی - اطلاعاتی، تضعیف دولت های ملی، اشاعه اطلاعات سیاسی و کاهش مشارکت سیاسی افراد و گروه هاست (www.migna.ir)

همچنین کنترل اطلاعات در عصر جدید، اهرم اصلی قدرت بازیگران جهانی، ملی و محلی است J. P. Robinson ۲۰۰۴M and Kestnbaum A Neustadtl، به نقل از سایت www.migna.ir. اهرمی که در انقلاب های رنگی در اختیار بنیاد سوروس و سازمان های غیردولتی و جنبش های دانشجویی قرار گرفت و رهبران احزاب و جنبش ها، بیشترین بهره را از آن بردند. دول غربی، ماهرانه با استفاده از امکانات تکنولوژی و ارتباطات، مانند اینترنت، سایت های انتقادی را علیه یک دولت سازمان می دهند. پیام های کوتاه را از طریق تلفن های همراه رد و بدل می کنند و مرتب قرارهای جدیدی می گذارند. آسیب مهم دیگر رسانه های نوین،

تأثیر بر افکار عمومی و بسیج آن است. به گونه ای که به واسطه این رسانه ها، نوعی فضای عمومی شکل می گیرد و بسیاری افراد، بی آن که یکدیگر را ببینند و تبادل نظر کنند، مانند یکدیگر فکر و در نتیجه مانند یکدیگر نیز عمل می کنند. بر این اساس، از طریق تولید پیام، شعار و اندیشه، به شیوه ای هنری و از طریق تصویر، گرافیک، صدا و موسیقی، تصورات دستکاری و بسیج می شوند و در نهایت فعالیت سیاسی، این امکان را می یابد که با زندگی روزمره آمیخته شود). (L. W Bennett. به نقل از سایت www.migna.ir). در این صورت دیگر مانند گذشته، نیازی نیست که برای تبدیل افکار عمومی به نیروی اجتماعی و تغییر اوضاع سیاسی، به اهرمی مانند حزب سیاسی متوسل شد و اگر این تغییر در افکار عمومی پیدا شود، مردم در مواقع مهم تاریخی، خود راه را باز می کنند و احتیاجی به اعمال نیرو، فشار و زور از طریق اهرم های جدا از مردم وجود ندارد. افزون بر این، استفاده جنبش های اجتماعی جدید، از شبکه های اجتماعی مجازی، آسیب جدی دیگری را برای دولت ها به همراه داشته است. جنبش های اجتماعی جدید و هویت های دگرخواهانه، از مهم ترین جنبه های نرم افزاری، تهدید امنیت ملی هستند. جنبش های نوین کنونی، اهمیت بیشتر را به هویت داده و در برابر اشکال جدید سلطه و طرد مقاومت می کنند. این جنبش ها همچنین تلاش دارند، تا با اشکال جدید تکنولوژی های ارتباطی و تغییرات اجتماعی، سیاسی و فرهنگی سازگار شوند. به اعتقاد مانوئل کاستلز، بازیگران سیاسی، از طریق رسانه های نوین، در بازی قدرت حضور دارند و از آن جا که اطلاعات و ارتباطات، عمدتاً از طریق شبکه جهانی اینترنت و ماهواره ها و خبرگزاری ها صورت می گیرد، بازی سیاسی، به نحو فزاینده ای در فضای رسانه ها صورت می گیرد (به نقل از سایت www.migna.ir).

از دیگر آسیب های سیاسی رسانه های نوین، می توان به رسانه ای شدن فضای سیاست اشاره کرد. از دید کاستلز در جامعه کنونی، سیاست به معنای سیاست رسانه ها است. رسانه ها، پس زمینه همیشگی بازی سیاست و حوزه ای عمومی هستند که در آن قدرت به نمایش درمی آید و درباره اش داوری می شود (همان). به اعتقاد وی، اگرچه سیاستمداران برای کسب قدرت سیاسی در رسانه ها، از تکنیک ترور شخصیت، رسواگری و جنجال استفاده می کنند و این مسئله معرف خوبی برای یک جامعه دموکراتیک است. ولی باید به این نکته

توجه داشت که ویژگی اصلی سیاست رسوایی و جنجال این است که همه کنشگران سیاسی شرکت کننده در آن، خود به دام این نظام می افتند و غالباً نقش ها معکوس می شوند؛ شکارچی امروز شکار فرداست . یکی دیگر از آسیب های جدی شبکه های اجتماعی، به علت توانمندی آن ها برای پنهان کردن و پوشاندن اطلاعات و در نهایت پدید آوردن جهل عمومی است . عدم توانایی شبکه های اجتماعی برای نهادسازی سیاسی در جریان اعتراضات و پس از آن، یکی دیگر از آسیب های جدی شبکه های اجتماعی است؛ برای مثال توئیتر یا فیس بوک، تنها می توانند به شکل دهی اعتراضات و سرنگونی حکومت کمک کنند؛ اما توانایی برنامه ریزی برای اداره حکومت یا ایجاد نهادهای دموکراتیک را نداشته و نمی تواند، از آرمان ها و اهداف مورد نظر خود دفاع کند (Ayres ۱۹۹۹ به نقل از سایت www.migna.ir).

نا امنی در شبکه های اجتماعی مجازی :

به گزارش بخش خبر شبکه فن آوری اطلاعات ایران از IT World ، محققان دانشگاه کلمبیا بیان می دارند که مکانیسم های شناسایی حساب جعلی فیس بوک با کمک ابزارهای اتومات ۸۰٪ مواقع با شکست مواجه می شوند. این تیم تحقیقاتی که شبکه ای متشکل از ۱۰۲ بوت است را به منظور تقلید رفتار انسان ها بر روی شبکه های اجتماعی طراحی نموده اند و آن را با هدف دوست شدن با هر تعداد ممکن از کاربران و جمع آوری اطلاعات خصوصی آنها منتشر نموده اند. محققان دانشگاه کلمبیا بر ناکارآمد بودن سیستم های شناسایی فیس بوک تاکید می کنند و این تحقیق که bot ها موفق به ارسال درخواست دوستی برای ۵۰۵۳ نفر کاربر تصادفی شده اند، اثبات چنین ادعایی است. در طی اجرای این تحقیق، سیستم حفاظت در زمان واقعی فیس بوک تنها توانست ۲۰ مورد از ۱۰۰ پروفایل جعلی را مسدود نماید. نتایج این تحقیقات نشان داد که شبکه های اجتماعی آنلاینی نظیر فیس بوک تا ۸۰ درصد قابلیت نفوذ پذیری دارند و این به میزان زیادی بستگی به نحوه تنظیمات امنیتی کاربر دارد (www.irwebnews.com/tag/).

دسترسی به اطلاعات کاربران:

طبق اعلام شرکت امنیتی سیمنتک نیز، اشخاص ثالث و کمپانی‌های مختلف این فرصت را داشته‌اند که به اطلاعات شخصی کاربران فیس بوک از جمله اطلاعات پروفایل‌ها، عکس‌ها و محتویات چت‌ها دسترسی داشته باشند و برای کاربران پیغام ارسال کنند.

تخمین آن‌ها در این باره اینگونه بوده که از ماه آوریل سال ۲۰۱۱ نزدیک به صد هزار برنامه (applications) افشای این اطلاعات را تسهیل کرده است. همچنین مشاهده شده که در طول سال‌ها، صدها هزار برنامه به طور سهوی باعث افشای اطلاعات کاربران فیس بوک و قرار گرفتن آن‌ها در اختیار اشخاص ثالث شده و ممکن است اشخاص ثالث خود به توانایی دسترسی به این اطلاعات واقف نبوده‌اند و فیس بوک مطالب اعلام شده از سوی سیمانتک را تایید کرد (به نقل از سایت www.migna.ir).

حتی فیسبوک اطلاعات کاربرانش را طبقه بندی کرده و به دولت‌ها و بخصوص آمریکا می‌فروشد. به عنوان نمونه، در جریان اتفاقات لندن، فیسبوک امار و رزومه و اطلاعات معترضان لندن را در اختیار دولت انگلیس گذاشت و از راه فروش اطلاعات کاربرانش پول هنگفتی به دست آورد. این تنها نمونه‌ی کوچکی از خیانت‌های بزرگ فیسبوک در حق کاربرانش است. به نظر بنیاد "وران تست"، شبکه اجتماعی فیس‌بوک که یک شرکت آمریکائیتست، در ۱۵ مورد قوانین جاری در اروپا را نقض کرده است. کاربران فیس بوک معمولاً موقع ثبت نام، به این شبکه اجتماعی اجازه می‌دهند اطلاعات مندرج در سایت یا حساب شخصی آن‌ها در سطح جهانی مورد استفاده قرار گیرد. یکی از مدیران شبکه فیسبوک به صورت ناشناس فاش کرد اطلاعاتی که از طرف کاربر پاک می‌شود، در واقع تنها برای کاربر، نامرئی می‌شود، اما در ذخیره مرکزی شبکه اجتماعی همچنان باقی می‌ماند. به نظر "بنیاد تحقیقاتی واران تست" این تخلفی آشکار از خواست و اراده مشتریان است، زیرا شبکه اجتماعی حق انحصاری آن‌ها بر اطلاعات شخصی‌شان نادیده می‌گیرد (به نقل از سایت www.migna.ir).

به نظر "وارن تست" در بسیاری موارد، نام کاربران و کد رمز ورود به سایت‌ها به سادگی قابل دستکاری است، به گونه‌ای که دسترسی به سایت و حساب شخصی با گام‌های فنی نسبتاً ساده امکان‌پذیر است. از نظر بنیاد تحقیقاتی "وارن تست"، فیس بوک، که در سراسر جهان میلیون‌ها کاربر دارد، در امانت‌داری نسبت به کاربران خود، در پایین‌ترین سطح قرار دارد. البته گزارش‌های جدید که در سطح آمریکا منتشر شده نگران‌کننده‌تر است. طبق این گزارش‌ها، کل اطلاعات دفترچه تلفن، پیامک‌ها، تصاویر و تمامی اطلاعات موجود در گوشی‌های موبایل یا گوشی‌های هوشمند آن دسته از کاربرانی که تلفن خود را در سایت فیس بوک وارد کرده‌اند بدون رضایت خود آنها به سایت منتقل شده است. البته این کاربران ساده دل با امضای موافقت نامه حریم خصوصی و شرایط استفاده در زمان عضویت در فیس بوک چنین امکانی را فراهم کرده‌اند. به همین دلیل بسیاری از شرکت‌های بزرگ آلمانی به دلیل نگرانی نسبت به جاسوسی صنعتی و سایر نگرانی‌های امنیتی، دسترسی به فیس بوک را مسدود می‌کنند. بررسی شرکت امنیت آی تی نشان می‌دهد ۳۰ درصد از شرکت‌های آلمانی نگرانند کارمندان‌شان در صورت دسترسی نامحدود به سایت فیس بوک، از کار باز بمانند. اما ۵۶ درصد نگرانی‌های امنیتی را دلیل اصلی برای محدود کردن چنین سایت‌هایی می‌دانند (به نقل از سایت www.migna.ir).

فیس بوک و تأثیرات مثبت آن:

طبق تحقیقاتی که انجام شده است رسانه‌های اجتماعی تنها تأثیرات منفی بر اعضا ندارد و تأثیرات مثبتی هم بر جوانان دارد. در سال ۲۰۱۱ روزن و همکارانش دریافتند جوانانی که در فیس بوک زمان بیشتری را سپری می‌کنند توانایی بیشتری در همدلی مجازی دارند. این همدلی، همدلی واقعی را نیز پیش بینی می‌کند. تحقیقات از تاثیر سبک‌های فرزند پروری حمایت می‌کند. روزن در سال ۲۰۰۷ دریافت فرزند والدینی که از سبک فرزند پروری مقتدرانه استفاده می‌کنند، سبکی که در آن محدودیت‌ها روشن است و در مورد نتایج منفی احتمالی صحبت می‌شود، به نسبت کسانی که سبک تربیتشان وظیفه محور است، گرایش کمتری به اینترنت دارند، دارای عزت نفس بیشتری هستند و افسردگی کمتری نشان می‌دهند.

در واقع نمی‌توان همه روابط کودکان و نوجوانان را چک کرد و برای همه فعالیت‌های آنها محدودیت قائل شد. بایستی والدین فعالیت کودکان خود را ارزیابی کنند و آنها را از ارتباطات مشکل‌زا منع کنند. همچنین نیاز است والدین به جریان‌های اینترنتی و آخرین تکنولوژی‌ها، وب سایت‌ها و در کل آنچه کودکان امروز با آنها درگیر هستند توجه کنند (www.irwebnews.com/tag/).

ب - برون گرایی و درون گرایی:

سیستم های شخصیت از نظر یونگ:

از نظر یونگ، کل شخصیت یا روان، از چندین سیستم یا ساختار مجزا تشکیل شده است که می توانند بر یکدیگر تأثیر بگذارند. سیستم های اصلی، خود^۵ ناهشیار شخصی و ناهشیار جمعی هستند. "خود"، مرکز هشیاری و بخشی از روان است که با درک کردن، تفکر، احساس کردن، و یادآوری ارتباط دارد. خودآگاهی ما از خودمان است و مسئولیت انجام دادن فعالیت های عادی در زمان بیداری را بر عهده دارد. "خود"، به صورت گزینشی عمل می کند؛ به این صورت که فقط محرک هایی را که با آنها روبرو می شویم در آگاهی هشیار می پذیرد (شولتز و شولتز، ۱۳۸۹: ۱۲۰).

تعریف و تاریخچه برون گرایی و درون گرایی:

ویژگیهای هر انسانی منحصر به فرد است. اما به نظر می رسد که می توان آنها را طبقه بندی کرد. به سخن دیگر، می توان در ویژگی های انسان ها تشابهاتی یافت. روان شناسان سعی کرده اند افراد را در طبقات مختلف جای دهند. طبقه بندی شناخته شده ای که کارل گوستاو یونگ پیشنهاد کرده، طبقه بندی به صورت «درون گرایی - برون گرایی» است (گنجی، ۱۳۸۴: ۱۲۷).

یونگ آدمیان را برحسب اینکه بیشتر متوجه عالم برون باشند یا عالم درون به دو گروه تقسیم می کند. گروه اول را برون گرا و گروه دوم را درون گرا می خواند. پیش از یونگ دانشمندان دیگری هم به این معنی توجه داشته اند، ولی یونگ در این باب به تحقیق پرداخته و مطلب را به تفصیل بیان کرده است (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۲).

او تقسیم آدمیان را به این دو گروه ضمن روان درمانی و مطالعه بیماریهای روانی صورت داده است. و نخستین بار در سال ۱۹۱۳ میلادی در مقاله ای چنین می نویسد: وجود دو بیماری متضاد چون هیستری و شیذوفرنی، که اولی تقریباً به انحصار بر پایه برون گرایی استوار است و دومی بر پایه درون گرایی، این فکر را به

ذهن ما می‌رساند که در حالت طبیعی و بهنجار هم ممکن است دو تیپ روانی، دو نوع شخصیت مربوط باین دو نوع توجه ذهنی وجود داشته باشند...» (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۲).

پس از آن در تعریف برون‌گرایی می‌گوید: «هنگامی که توجه به اشیاء و امور خارج چنان شدید باشد که افعال ارادی و سایر اعمال اساسی آدمی نتیجه ارزیابی ذهنی نباشد، بلکه معلول مناسبات امور و عوامل خارجی باشد، این وضع و حال برون‌گرایی خوانده می‌شود، و وقتی این امر کسی را عادی گردد آن کس برون‌گرا نام می‌گیرد. برعکس این حالت شخص درون‌گرا است که غالباً متوجه عوامل ذهنی است و زیر نفوذ آنها قرار دارد. شک نیست که او شرایط و اوضاع و احوال خارجی را می‌بیند ولی در او عوامل و عناصر ذهنی برتری و مزیت دارند، و حاکم بر احوال و رفتار او هستند» (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۲).

پس «درون‌گرایی» و «برون‌گرایی» دو شیوه بودن و احساس کردن است که رو در روی یکدیگر قرار می‌گیرند و دو دیدگاه کاملاً متفاوت را منعکس می‌کنند (گنجی، ۱۳۸۴: ۱۲۷).

لازم به ذکر است، یونگ مدعی نیست که وقتی کسی را «برون‌گرا» یا «درون‌گرا» شناختیم به شخصیت او کاملاً پی برده ایم. برای حصول این منظور تحقیقات بیشتری لازم خواهد بود. برون‌گرایی و درون‌گرایی درجاتی دارد. افراد بهنجار نه درون‌گرای کامل هستند و نه برون‌گرای کامل. حد‌اعلای برون‌گرایی غالباً در اشخاص مبتلا به هیستری و حد‌اعلای درون‌گرایی غالباً در اشخاص مبتلا به شیذوفرنی دیده می‌شود» (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۸).

وضعیت افراد نرمال از نظر برون‌گرایی و درون‌گرایی:

به عقیده یونگ، همه افراد قابلیت هر دو گرایش را دارند ولی فقط یکی در شخصیت مسلط می‌شود. نگرش مسلط، رفتار و هوشیاری فرد را هدایت می‌کند. با این حال، نگرش غیر مسلط با نفوذ می‌ماند و بخشی از ناهشیار شخصی می‌شود، جایی که می‌تواند بر رفتار تأثیر بگذارد. برای مثال، امکان دارد یک فرد درون‌گرا در شرایط خاصی ویژگیهای برون‌گرایی را نشان دهد، دوست داشته باشد معاشرتی تر باشد، یا جذب یک فرد برون‌گرا شود (شولتز و شولتز، ۱۳۸۹: ۱۱۷).

بنابراین هر کس در جریان زندگی روزانه اش گاه برون گراه و گاه درون گرا است، یعنی گاه متوجه محیط خارج و تحت تأثیر آن است و گاه در خود فرو می رود و به پیرامون خود التفات ندارد. ممکن است شما یکی از روزها که از خانه بیرون آمده اید و پیاده عازم محل کار خود هستید در عرض راه، اشخاص مختلفی را که از نزدیک شما می گذرند و وسائط نقلیه و مغازه ها و ساختمانها را بخوبی ببینید و آوازاها و گفتگوها و صداها بی گوناگون را بشنوید، و چنانچه از نزدیک پمپ بنزین یا از محلی که کباب می پزند بگذرید، بوی نفت و بنزین یا بوی کباب را احساس کنید... و در تمام این مدت گفتار و رفتار شما بیشتر زیر نفوذ مشهوداتان قرار گیرد و ارزشهای ذهنی و درونی تحت الشعاع باشند. روز دیگر که از همان راه به محل کار خود می روید ممکن است چنان در خود فرو رفته باشید که تقریباً هیچ چیز را نبینید و نشنوید... و در این حال اگر چیزی بگوئید یا عملی انجام دهید محرکهای شما عوامل درونی (احساسات عاطفی، افکار، آرمان های شخصی...) باشند. شما در روز اول در تمام مدت راه برون گرا و در روز دوم درون گرا بوده اید. هر کسی در عرض روز، گاه برون گرا و گاه درون گرا است. پاره ای اشخاص به یکی از این دو حالت خو گرفته و بیشتر اوقات خود را در آن حالت می گذرانند. از این رو یا درون گرایی صفت ممیزه آنها گردیده است، و این صفت به شخصیت آنها رنگ مخصوصی می زند و در رفتارشان به صراحت انعکاس پیدا می کند. در حالی که برون گرا، گفتار و رفتارش تابع شرایط و روابط امور خارج است و افکار و عواطف... خود را با آنها منطبق می سازد، در صورتی که درون گرا امور خارج را توسط ذهن خود ارزیابی می کند و با محتویات آن مطابقت می دهد. به عبارت دیگر برون گرا در نوعی از خویشتن زندگی می کند و نظر را به خارج متوجه می سازد. او اعتنائی به انگیزه های روانی، به مسائل فلسفی، حتی به ناراحتی های بدنی خود ندارد، چنانکه به ناخوشی های جسمانی نسبتاً شدید شاید التفات پیدا نکند و غافل از علائم آنها ناگهان از پای در آید. بنابر این درون گرا، درست نقطه مقابل برون گرا است: توجهش به درون خود است و از آنچه در خارج می گذرد غفلت دارد (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۵-۶۴).

قطب های نهایی درون گرایی و برون گرایی :

یونگ در کتابی که هفت سال بعد، یعنی در سال ۱۹۲۵، زیر عنوان « تیپ های روانی » منتشر ساخت توضیحات بیشتری درباره نظر سابق خود می دهد، و از آن جمله درباره قطب نهایی درون گرایی که البته بیماری روانی است، می نویسد: درون گرا خود را از واقعیت خارجی بکلی مجزا می داند و نیروی خود را از یک سوی برای دفاع مصرف می کند و از سوی دیگر برای اینکه بر واقعیت خارجی تسلط بیابد و شخصیت خود را مسجل بدارد. اما آثار خرد کننده ناشی از واقعیت خارجی کوشش های او را خنثی می کنند و امر خارج (واقعیت خارجی) همیشه بر او چیره می شود و نامطبوعترین و با دوامترین احساسات را در او بوجود می آورد. درون گرای کامل با کوششهای درونی که تا سر حد خستگی ادامه دارد می خواهد خود را « حفظ کند. باری این بیماری روانی صفت ممیزه اش از یک سوی انگیختگی (حساسیت) فراوان است، و از سوی دیگر خستگی زیاد و افسردگی مزمن است (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۳).

بنابراین، درون گرایی و برون گرایی اگر کامل باشند دو قطب مخالف خواهند بود و ما را در برابر دو شخصیت نابهنجار قرار می دهند که یکی مبتلا به شیزوفرنی است و دیگری به هیستری. عده اینگونه افراد البته بسیار قلیل است و اکثریت مردمان میان دو قطب نهایی درون گرایی و گروهی نزدیکتر به قطب نهایی برون گرایی هستند. عده کثیری هم هر دو جنبه را به تعادل دارند؛ یعنی نمی توان گفت کدامیک از دو جنبه برون گرایی و درون گرایی در آنها غلبه دارد (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۴).

ویژگی ها و صفات افراد برون گرا و درون گرا:

صفات که با برون گرایی و درون گرایی همبستگی دارند و در زیر شرح داده می شوند، مبین و مؤید تعریفی هستند که از این دو حالت روانی شده است (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۵).

الف- برون گرا فردی است که دنیای بیرون برایش اهمیت دارد. او بدون دشواری با اطرافیان سازگار می شود، شکوفایی خود را در اجتماع به دست می آورد و از کارهای ملموس و عینی خوشش می آید. افکار او دور مسائل عملی می چرخد و از انجام دادن کارهای مربوط به جمع لذت می برد. بنابراین، فرد برون گرا، در مقایسه

با افراد درون گرا، بهتر می تواند با اجتماع سازگار شود. شخصیت فرد برون گرا معمولاً در حال تغییر است، افکارش کمتر پخته و نا خود آگاهش کمتر غنی است (گنجی، ۱۳۸۴: ۱۳۶-۱۳۵). آنان افراد معاشرتی و از لحاظ اجتماعی جسور هستند و به سمت دیگران و دنیای بیرونی گرایش دارند (شولتز و شولتز، ۱۳۸۹: ۱۱۷).

برون گرایان مردمی خون گرم، زود آشنا، اهل معاشرت و گفت و شنود هستند. به آنچه دیده و شنیده می شود و بطور کلی به آنچه محسوس یا به اصطلاح «قابل لمس است» توجه و علاقه دارند؛ به سیر آفاق و انفس می پردازند؛ به اشخاص و اشیاء به آسانی دل می بندند و به آسانی هم دل بر می کنند. عمل را دوست می دارند و به سرعت و سهولت عزم می کنند و تصمیم می گیرند. باری در زمان حال زندگی می کنند و برای دارائی خود و پیروزی های اجتماعی خود ارزش قائلند. چندان پای بند به وفای به عهد و رعایت اصول نیستند (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۵).

ب- انسان درون گرا فردی است که معمولاً در خود فرو می رود و در سازگاری با واقعیت دشواری دارد. واکنش انسان درون گرا، همیشه با عقب نشینی و در خود فرو رفتن آغاز می شود. برای انسان درون گرا، درون اهمیت دارد، نتایج ظاهری و بیرونی مهم نیست. او اغلب در افکار عمیق خود غوطه ور می شود، از داشتن ارتباط با دیگران گریزان است، اسرارش را برای کسی فاش نمی کند، افکارش انتزاعی است و از فعالیت های عینی و ملموس گریزان است. انسان درون گرا از تنهایی ناراحت نمی شود، به کارهای آزمایشگاهی و کتابخانه ای، که در حاشیه اجتماع و به دور از مزاحمت های دیگران انجام می گیرد، علاقه نشان می دهد (گنجی، ۱۳۸۴: ۱۳۵). آنان افرادی کناره گیر و اغلب خجالتی هستند و گرایش دارند که بر خود، افکار و احساساتشان تمرکز داشته باشند (شولتز و شولتز، ۱۳۸۹: ۱۱۷).

درون گرایان، افرادی دیر آشنا، مردم گریز، محافظه کار و خیال پرورند؛ به دیگران با احتیاط و احیاناً بدگمانی می نگرند. به آنچه نا آشکار است، به نیروهای نامرئی و به نوامیس طبیعت علاقه نشان می دهند. بیشتر اهل نظرند تا اهل عمل. بیشتر می اندیشند و برای آینده نقشه می کشند. پیش از عزم و تصمیم، مدتی از خود

تردید نشان می دهند. به اشخاص و اشیاء دیر دل می بندند؛ ولی در دلبستگی و وفای بعهد پایدار هستند و به اصول و موازین احترام می گذارند (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۵).

روان شناسان از برون گرایی و درون گرایی تعریف های متعدد دیگری کرده اند که پاره ای از آنها را آیزنک در کتاب خود بنام «حدود شخصیت» آورده است. در همه این تعریف هادرباره ی چند نکته ی زیرتوافق حاصل است (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۶).

۱- درون گرا دیدگاهش بشتر درونی و ذهنی است و برون گرا بیشتر عینی و خارجی است.

۲- برون گرا درجه فعالیت عملی عالی تری دارد.

۳- درون گرا آمادگی بیشتری برای خودداری و تسلط بر نفس از خود نشان می دهد، و برون گرا آمادگی

بیشتری برای نداشتن این خودداری و عدم تسلط بر نفس از خود ظاهر می سازد (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۶).

انواع کنش های روانی از نظر یونگ و تیپ های هشتگانه برون گرا و درون گرا:

کنش ها یا فعالیت های روانی را یونگ چهار نوع می داند: احساس عادی، اندیشه، احساس عاطفی، و بینش درونی... آدمی با «احساس عادی» امور واقعی عالم خارج را آنچنانکه حواسش اجازه می دهند می دهند مستقیماً احساس می کند، یا در غیاب آن امور آنها را به تصور می آورد؛ با اندیشه می خواهد ماهیت عالم و ماهیت خویشتن را درک کند، پس به استدلال می پردازد؛ با احساس عاطفی ارزش چیزها را در می یابد و در نتیجه وی را حالات انفعالی، مانند شادی یا غم، رغبت یا نفرت، مهر یا کین، ترس، خشم و جز آن عارض می گردد؛ و با بینش درونی گرایش دارد به اینکه، قطع نظر از احساسات و افکار و واقعیات، از راه مکاشفه به درک امور پردازد و به کنه آنها پی ببرد (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۶).

این چهار فعالیت یا کنش روانی همیشه و در همه افراد به یک درجه از شدت و قوت نیستند، بلکه معمولاً یکی از آنها شدت بیشتری دارد و در خود آگاه، نقش مؤثری تری ایفا می کند و از این رو آن را کنشی مسلط می خوانیم. از سه کنش دیگر، آن را که شدتش از همه کمتر است کنش ضعیف نام می دهیم. این کنش، واپس زده است و در ناخود آگاه جای دارد و در خیالبافی ها و رؤیاها، نمایان می گردد (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۶).

برای روشن شدن مطلب فرض کنید کسی در برابر گنبد مسجد شیخ لطف الله اصفهان قرار دارد. اگر احساس عادی او مسلط باشد، ابعاد آن گنبد را و چگونگی پهلوی هم قرار گرفتن خرده کاشی ها و جزئیات نقوش را در نظر می آورد. اگر اندیشه اش مسلط باشد، نقشه کلی بنا و اینکه از نظر فنی چگونه این گنبد عظیم بر پا گردیده و چه مقدار زمان برای انجام یافتن این کار هنری لازم بوده است، توجهش را جلب می کند. اگر احساس عاطفی او مسلط باشد، ارزش هنری بنا را به نظر می آورد و به دنبال آن یک یا چند حالت انفعالی مانند شادی، غم، ترس، نگرانی، مهر، خشم و جز آن... بر او عارض می گردد. و اگر بینش درونی او مسلط باشد، ایمان و عقیده ای که انگیزه ساختن آن عبادتگاه بوده و فلسفه دین و اعتقاد به مبدأ کل... ذهن او را به خود مشغول می دارد. معمولاً یکی از سه کنش دیگر به یاری کنش مسلط می آید. مثلاً در مورد اخیر که در بیننده بینش درونی مسلط پنداشته شده است اگر احساس عاطفی به یاری بیاید بیننده را حالتی از لذت، یا ترس و وحشت و یا حالتی دیگر... دست خواهد داد (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۶).

یونگ می گوید هر کس می تواند به تجربه شخصی به وجود این چهار کنش پی ببرد. «با به کار انداختن آنها ما هر لحظه می توانیم در برابر امور عالم وضع خود را با همان دقتی معین کنیم که عرض و طول جغرافیائی محلی را می توانیم تعیین نمائیم» (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۷).

این چهار کنش اگر همگی دارای یک درجه از شدت باشند، دیگر کنش کمکی و کنش ضعیف وجود نخواهد داشت؛ ولی چنین مقامی آدمی را در صورتی دست خواهد داد که در او فعلیت کامل، حاصل شده باشد، یعنی شخصیت از لحاظ شکفتگی همه استعدادهای ذاتی و اعتدال آنها به حد کمال رسیده باشد، و این چیزی است که اصولاً امکان ناپذیر است: ترکیب متعادل این کنش ها و وصول به کمال انسانیت هدفی است که شخصیت به دنبال آن می رود و فقط می تواند به تفاوت، کما بیش به آن نزدیک شود (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۷).

چون هر یک از دو گروه برون گرایان و درون گرایان کنشهای چهارگانه یاد شده را دارا هستند، ازین رو هشت تیپ یا نوع شخصیت خواهیم داشت. برون گرای احساسی - درون گرای احساسی؛ برون گرای اندیشه ای - درون گرای اندیشه ای؛ برون گرای عاطفی - درون گرای عاطفی؛ برون گرای بینشی درون گرای بینشی. این

گروه بندی با روش آماری بدست نیامده، بلکه با روش روان درمانی و بالینی صورت گرفته است. یونگ هر یک از این تیپ های هشتگانه را جداگانه تعریف و توصیف کرده است (سیاسی، ۱۳۸۱: ۶۸).

تیپ های روان شناختی یونگ

برون گرای متفکر	منطقی، واقع بین، متعصب
برون گرای احساسی	عاطفی، حساس، معاشرتی، بیشتر ویژه زنان است تا مردان
برون گرای حسی	معاشرتی، لذت جو، سازش پذیر
برون گرای شهودی	خلاق، از توانای برانگیختن دیگران و غنمیت شمردن فرصت ها برخوردار است
درون گرای متفکر	به عقاید بیشتر از افراد علاقمند است
درون گرای احساسی	تودار، خویشان دار ولی با این حال از توانایی هیجان عمیق برخوردار است
درون گرای حسی	در ظاهر، بی اعتنا و خشک، خود را در فعالیت های هنر شناختی ابراز می کند
درون گرای شهودی	با ناهشیار بیشتر از واقعیت روزمره ارتباط دارد

منبع: (شولتز و شولتز، ۱۳۸۹: ۱۱۹).

نکته حائز اهمیت این است که نباید هیچ یک از دو ویژگی درون گرایی و برون گرایی را از نظر ارزشی مورد قضاوت قرار داد. هیچ یک از آنها در نفس خود عیب یا حُسن به حساب نمی آید بلکه معایب یا محاسن آنها به شرایط وابسته است (گنجی، ۱۳۸۴: ۱۳۵).

۲- بررسی مطالعات تجربی:

- ثریا مهدی زاده پژوهشگر دانشگاه یورک کانادا با بررسی رفتار و عادات ۱۰۰ نفر از کاربران ۱۸ تا ۲۵ ساله فیس بوک در مورد نحوه استفاده آنها از این شبکه اجتماعی، دریافته که این افراد از لحاظ روانشناسی، اغلب خود بزرگ بین بوده و مایل به جلب توجه دیگران هستند. بنا به گفته تحلیلگران، کمبود خودباوری و عزت نفس می تواند به خودشیفتگی منجر شود. در این پژوهش مشخص شد که چنین افرادی بیش از دیگران صفحات فیس بوک خود را زیر نظر می گیرند (به نقل از سایت www.migna.ir).

- بر اساس مطالعاتی که در دانشگاه Canadian school York به بررسی شخصیت و عادات معمول استفاده کنندگان دائمی فیس بوک پرداخته است مشخص گردیده که بین مدت زمانی که شخص وقت خود را در فیس بوک صرف می کند و میزان خودشیفتگی و خود برتر بینی وی ارتباط مستقیمی وجود دارد. جامعه

آماری این پژوهش یک گروه ۱۰۰ نفره از دانشجویان که ۵۰ نفر آن‌ها پسر و ۵۰ نفر دیگر آن‌ها دختر هستند بودند. نحوه انجام پژوهش به این ترتیب بوده است که از این گروه درباره چگونگی ارتباط برقرار کردن آن‌ها با فیس بوک سوال می‌شود. سپس همه آن‌ها آزمایش‌های دقیق روانشناسی را پشت سر می‌گذارند. در بخشی از این آزمایش‌ها، آن‌ها علائم ظاهری را نمایان می‌کنند که اساساً نشانه‌های خودشیفتگی است. محققین می‌گویند، آن دسته از استفاده‌کنندگان فیس بوک که چندین بار در روز صفحه خود را چک می‌کردند در آزمایشها، درجه بالاتری از خودشیفتگی یا همان نارسیسیسم را نشان داده‌اند. (www.khabarfarsi.com/n/).

این تحقیقات همچنین نشان می‌دهد افرادی که در این گونه سایت‌ها بیشتر فعال هستند از عزت نفس کمتری برخوردارند. در نتیجه، آن‌ها تلاش می‌کنند تا آن‌چه را که در عالم واقع نمی‌یابند در فضای مجازی فیس بوک جستجو کرده و بدان دست پیدا کنند. (www.blogskin.ir)

- به گزارش سه نسل به نقل از برنا «لری دی. روزن» استاد روان‌شناسی در دانشگاه کالیفرنیا در سال ۲۰۱۱ تحقیقاتی با موضوع «بررسی تاثیر فیس‌بوک و تکنولوژی‌های دیگر بر روی سلامتی و بهزیستی جوانان امروز» انجام داد که نتایج جالبی دارد. طبق این تحقیقات کودکانی که والدین آن‌ها در مورد فعالیت‌های اینترنتی پرسشی نمی‌کنند و مواظب استفاده از فیس‌بوک نیستند، دارای سطح پایین‌تری در سلامت بوده، دارای صفات خود شیفته هستند و به نسبت هم دوره‌ای‌های خود که والدینشان برای آن‌ها محدودیت‌های برای استفاده از تکنولوژی‌های جدید قائلند عملکرد تحصیلی پایین‌تری دارند. روزن دریافت دانش آموزانی که در طول روز بیشتر از فیس‌بوک استفاده می‌کنند، زمینه بیشتری برای ابتلا به اختلالات ذهنی دارند و در مدرسه نمرات بدتری می‌گیرند و نسبت به کسانی که کمتر از این رسانه‌ها استفاده می‌کنند آمادگی بیشتری برای بیمار شدن دارند. روزن می‌گوید «کودکان همان گونه به تکنولوژی نگاه می‌کنند که ما به هوا نگاه می‌کنیم. برای آن‌ها تکنولوژی ابزار نیست بلکه آن‌ها با تکنولوژی می‌خوابند و با تکنولوژی بیدار می‌شوند و تکنولوژی قسمتی از زندگی آن‌ها شده است» (www.3nasl.com/archive/).

در یک مطالعه انتشار نیافته، روزن عادات ۲۷۹ دانش آموز راهنمایی، دبیرستان و دانشجویان را مورد بررسی قرار داد. وی میزان زمان درس خواندن هر دانش آموز و دانشجو را قبل از چک کردن فیس بوک یا فرستادن پیام به یکی از دوستان اندازه گیری کرد. دانش آموزانی که بین درس خواندن و استفاده از این تکنولوژی‌ها در رفت و آمد بودند نسبت به دانش آموزانی تا درسشان تمام نشده به فیس بوک نمی‌رفتند یا پیام نمی‌دادند، نمرات بدتری گرفتند. روزن می‌گوید: حتی چک کردن فیس بوک در هر ده دقیقه یکبار پیش بین نمره است (www.nasl.com/archive/).

در مطالعه‌ای دیگر، روزن از ۱۰۰۰ والد پرسید که کودکانشان چه میزان زمان را صرف آنلاین شدن، عادات غذایی، ورزش روزانه و دیگر تکنولوژی‌ها مانند بازی‌های ویدئویی می‌کنند. روزن بعد از بررسی دریافت که عادات غذایی، کمبود ورزش و استفاده از تکنولوژی تأثیرات قدرتمندی بر سلامتی کودکان دارند. به گفته روزن «چند ساعت استفاده کردن از رسانه‌ها سلامتی را به شکل گسترده‌ای از دوره ابتدایی تا دوره دبیرستان تحت تأثیر قرار می‌دهد. این افراد بیشتر مریض می‌شوند، روزهای بیشتری گزارش می‌کنند که شکم درد دارند، افسردگی بیشتری نشان می‌دهند و رفتارهای بدی در مدرسه دارند». روزن برای بررسی تأثیرات مشابه رسانه‌های اجتماعی بر روی سلامتی ذهنی با بررسی تحقیقات استنباط می‌کند که استفاده مداوم به خصوص از فیس بوک می‌تواند نشانه‌ها و سندرم‌های اختلالات شخصیت را در میان جوانان پیش بینی کند. یافته‌های ابتدایی وی نشان می‌دهد در نوجوانان استفاده غالبی از فیس بوک تنها با شخصیت خودشیفته در ارتباط است اما برای جوانان استفاده از فیس بوک با نشانه‌های اختلالات مختلف شامل شخصیت خودشیفته، اختلالات شخصیت ضد اجتماعی، اختلال دو قطبی و اختلال شخصیت مرزی در ارتباط است. همچنین طبق این تحقیقات رسانه‌های اجتماعی تأثیرات مثبتی هم بر جوانان دارد. در سال ۲۰۱۱ روزن و همکارانش دریافتند جوانانی که در فیس بوک زمان بیشتری را سپری می‌نند توانایی بیشتری در همدلی مجازی دارند. این همدلی واقعی را نیز پیش بینی می‌کند. تحقیقات از تأثیر سبک‌های فرزند پروری حمایت می‌کند. روزن در سال ۲۰۰۷ دریافت فرزند والدینی که از سبک فرزند پروری مقتدرانه استفاده می‌کنند، سبکی

که در آن محدودیت‌ها روشن است و در مورد نتایج منفی احتمالی صحبت می‌شود، به نسبت کسانی که سبک تربیتشان وظیفه محور است، گرایش کمتری به اینترنت دارند، دارای عزت نفس بیشتری هستند و افسردگی کمتری نشان می‌دهند (www.3nasl.com/archive/).

- آقای علی اکبری تبار (۱۳۹۰) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود در رشته جامعه‌شناسی به بررسی شبکه‌های اجتماعی مجازی «دوره» و «یو ۲۴» در سطح اول پرداخته و الگوهای ارتباطات میان افراد عضو این شبکه‌ها را با استفاده از رویکرد مطالعه ساختاری تحلیل شبکه اجتماعی استخراج نموده است. بررسی پیشینه تحقیقات انجام گرفته در این باره به زبان فارسی و انگلیسی نشان داد که تحقیقات زیادی در این زمینه صورت نگرفته است (بوید و الیسون، ۲۰۰۷) و اکثر تحقیقات در این مورد، - که بیش تر بر روی شبکه‌های اجتماعی واقعی متمرکز بوده‌اند - به زبان انگلیسی بوده‌اند. تحقیقات موجود نیز کم تر به مطالعه موردی شبکه‌ای خاص و یا مطالعه موضوعی خاص در این شبکه‌ها پرداخته‌اند؛ اغلب این تحقیقات به مقایسه‌های کلی میان شبکه‌های مختلف پرداخته و احکام و نتایجی کلی در مورد کل شبکه‌های اجتماعی ارائه داده‌اند.

نتایج حاصل از پایان‌نامه نویسنده، نشان داده است که نمونه ۲۵۳۲ نفری انتخاب شده از میان ۵۰ هزار عضو شبکه اجتماعی مجازی متخصصان ایران، یو ۲۴، دارای ۶۱۰۲ ارتباط بوده است که بعد از تحلیل الگوی این ارتباطات ۷ زیرگروه همبسته در این شبکه، شناسایی گردید که ۳۷۴ عضو داشته و هسته مرکزی ارتباطات در این شبکه اجتماعی مجازی را تشکیل می‌دادند. نمونه ۲۰۸۹۷ نفری انتخاب شده از میان اعضای ۱۵۰ هزار نفری شبکه اجتماعی مجازی دانشگاهیان ایران، دوره، شامل ۶۷۱۰۷ ارتباط بود که با بررسی دقیق تر و جزئی تر الگوی این ارتباطات در مرحله اول ۱۶ زیرگروه همبسته دارای ۹۱۸ عضو و در مرحله دوم ۶ زیرگروه همبسته دارای ۳۷۷ عضو در این شبکه شناسایی گردید که هسته مرکزی ارتباطات شکل گرفته در شبکه اجتماعی مجازی را تشکیل می‌دادند.

اکبری تبار با اشاره به اینکه شبکه‌های اجتماعی را می‌توان همچون زیرمجموعه‌ای از جامعه در نظر گرفت که افراد در آن به زندگی‌ای موازی با زندگی بیرونی خود در جامعه واقعی می‌پردازند و با افراد دیگر ارتباط

برقرار می‌کنند، تصریح کرد: نتایج مطالعات محققان مختلف نشان داده است که افراد با حضور در شبکه‌های اجتماعی و استفاده از گونه‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی از مزایای حضور در این اجتماع مجازی نظیر حمایت اطرافیان، اطلاعات، عواطف و احساسات برخوردار شده و اغلب جوانب زندگی واقعی خود را که نیازمند حضور فیزیکی افراد در کنار یکدیگر نیست در این اجتماعات مجازی دارا هستند (اکبری تبار، ۱۳۹۰).

- ناصر فکوهی و مهرداد میردامادی در سال ۱۳۸۱ در پژوهشی با عنوان " فضای سبیرنتیک به مثابه فضای شهری: مطالعه موردی شهر تهران " عنوان می‌کنند: ویژگی‌های ارتباط از طریق رایانه و امکاناتی که شبکه اینترنت برای ایجاد این ارتباطات فراهم می‌آورد از یک سو و افزایش روز افزون کاربران این شبکه و جذابیت برقراری این نوع ارتباط از سوی دیگر، همگی نشانه‌های پیدایش صورت بندی جدیدی از تعاملات اجتماعی به شمار می‌آیند. فضای سبیرنتیک که به واسطه ایجاد این ارتباطات شکل می‌گیرد، کارکردهایی دارد که به نظر می‌رسد در برخی از آن‌ها هم چون ایجاد امکان تماس و رابطه با دیگری با کارکردهای فضای شهری هم پوشانی داشته باشند. روابط بین فردی و ماهیت فرهنگی روابط اجتماعی در فضای سبیرنتیک، عمدتاً در قالب مطالعات انسان‌شناسی سبیرنتیک مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته است. نظر به توسعه و فراگیر شدن امکان برقراری این گونه جدید ارتباط اجتماعی و بهره‌گیری روزافزون از آن در نزد کاربران اینترنت در شهرها و به خصوص در شهر تهران، مطالعه و بررسی آن امری ضروری و لازم به نظر می‌رسد. با توجه به این امر، مقاله حاضر در پی بررسی مولفه‌ها و پیشینه‌های فرهنگی- اجتماعی برخی کاربران اینترنت در شهر تهران و مطالعه دلایل روی آوردن آنان به این ارتباط جدید اجتماعی است. در این مقاله تلاش شده است با تکیه بر چارچوب نظری برگرفته از نظریه شهری لوفبور و مفاهیم همانندنمایی و بازنمود لیوتار و با استفاده از روش‌های انسان‌شناسی فضای مجازی اینترنت، فضاهای شهری با توجه به خاستگاه‌های اجتماعی کاربران مورد تحلیل قرار گیرد.

یافته‌های فضای سبیرنتیک از نظر کاربران اینترنت در شهر تهران به دلیل مناسبی برای فضای شهری در ایجاد و برقراری ارتباط اجتماعی است. عمده‌ترین دلایل ذکر شده از طرف این کاربران برای انتخاب خود

عبارتند از: الف) محدودیت های موجود در فضای واقعی،

ب) امکان بروز نظرات و عقایدی که می تواند در فضای واقعی پی آمدهایی در بر داشته باشد،

پ) عدم نیاز به برنامه ریزی زمانی و سهل الوصول بودن امکان ارتباط در فضای مجازی،

ت) آسان تر بودن یافتن نقاط مشترک و مسایل مورد علاقه در ارتباط های مجازی،

ث) عدم نیاز به ایجاد روابط چهره به چهره برای به دست آوردن شناخت های اولیه.

- مهدی هاتف در پژوهشی که در سال ۱۳۸۸ با عنوان "چالش ها و چشم اندازهای امنیت در فضای مجازی" انجام داده است عنوان می کند که: از ابتدای زندگی بشر، امنیت یکی از دغدغه های اصلی انسان ها بوده است، امروزه با گسترش اینترنت و فضاهای شبکه ای در کشورمان لزوم امنیت برای فعالیت در این فضا های مجازی بیش از پیش احساس می شود. ترس و بیم از تخریب مبانی اخلاقی و اجتماعی، و نداشتن امنیت روانی و فرهنگی ناشی از هجوم اطلاعات آلوده و مخرب از طریق اینترنت و فضاهای مجازی واکنشی منطقی است، زیرا هر جامعه ای چارچوب های اطلاعاتی خاص خود را دارد. طبیعی است که هر نوع اطلاعاتی که این حد و مرزها را بشکند، می تواند سلامت و امنیت جامعه را به خطر اندازد. برخلاف وجود جنبه های مثبت شبکه های جهانی، سوء استفاده از این شبکه های رایانه ای توسط افراد هنجارشکن، امنیت ملی را در کشورهای مختلف با خطر روبرو ساخته است. از این رو به کارگیری روش ها و راه کارهای مختلف برای پیشگیری از نفوذ داده های مخرب و مضر و گزینش اطلاعات سالم در این شبکه ها رو به افزایش است.

فصل سوم: روش تحقیق

روش تحقیق:

تحقیق حاضر از نوع توصیفی - همبستگی می باشد و با توجه به اینکه از پرسشنامه در جمع آوری اطلاعات استفاده شده است، تحقیقی پیمایشی می باشد. پس از جمع آوری اطلاعات و استخراج پرسشنامه ها، به کمک نرم افزار SPSS جداول مربوط به اطلاعات توصیفی و استنباطی استخراج و تنظیم گردید.

جامعه آماری:

جامعه آماری این پژوهش کلیه نوجوانان و جوانان دختر و پسر واقع در سن ۱۵ تا ۲۶ ساله ساکن در شهر تهران می باشد.

جمعیت نمونه:

جمعیت نمونه پژوهش ۲۰۰ نفر از نوجوانان و جوانان دختر و پسر واقع در سن ۱۵ تا ۲۶ ساله ساکن در شهر تهران می باشد که با توجه به عضویت و عدم عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی در دو گروه ۱۰۰ نفره به روش نمونه گیری در دسترس، انتخاب شدند. پس از جمع آوری پرسشنامه ها با توجه به ناقص بودن اطلاعات پرسشنامه و خارج شدن آنها از جمعیت نمونه، تعداد نمونه ها به ۱۹۳ مورد کاهش پیدا کرد. از بین کل پاسخگویان ۱۰۸ نفر (۵۶ درصد) در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) عضو هستند و ۸۵ نفر (۴۴ درصد) عضو این شبکه ها نیستند.

ابزار جمع آوری اطلاعات (مقیاس درون گرایی - برون گرایی میشل گوکلن):

به منظور تعیین نمره درون گرایی و برون گرایی جمعیت نمونه از مقیاس درون گرایی - برون گرایی میشل گوکلن استفاده شد. این مقیاس که در کتاب ارزشیابی شخصیت دکتر گنجی ذکر گردیده است به عنوان یک مقیاس استاندارد جهت تعیین میزان درون گرایی - برون گرایی معرفی شده است. این مقیاس کمک می کند جایگاه هر فرد، از نظر درون گرایی - برون گرایی تعیین گردد (گنجی، ۱۳۸۴: ۱۲۷). در این مقیاس برای هر سؤال دو پاسخ در نظر گرفته شده است. بر حسب این که کدام یک از پاسخ های پیشنهادی با ویژگی های پاسخگو، مطابقت دارد باید دور حرف «a» یا حرف «b» دایره بکشد. سپس به منظور مشخص کردن نمره هر

پاسخگو، با توجه به انتخاب پاسخ «a» یا «b» برای هر سؤال و با توجه به اطلاعات جدول پاسخ ها و جمع دایره های ستونهای I و II، نمره درون گرایی و برون گرایی هر پاسخگو به شرح ذیل مشخص می گردد.

I. تعداد پاسخهایی که با کلید، مطابقت می کند (درون گرایی):

II. تعداد پاسخهایی که با کلید مطابقت می کند (برون گرایی):

جدول نتایج مقیاس درون گرایی - برون گرایی

سؤال	I (درون گرایی)	II (برون گرایی)	سؤال	I (درون گرایی)	II (برون گرایی)
۱	B	a	۲۷	B	a
۲	B	a	۲۸	B	a
۳	A	b	۲۹	A	b
۴	A	b	۳۰	B	a
۵	B	a	۳۱	B	a
۶	B	a	۳۲	A	b
۷	A	b	۳۳	B	a
۸	A	b	۳۴	B	a
۹	B	a	۳۵	B	a
۱۰	B	a	۳۶	A	b
۱۱	B	a	۳۷	B	a
۱۲	A	b	۳۸	B	a
۱۳	B	a	۳۹	B	a
۱۴	A	b	۴۰	B	a
۱۵	B	a	۴۱	B	a
۱۶	A	b	۴۲	A	b
۱۷	B	a	۴۳	B	a
۱۸	B	a	۴۴	B	a
۱۹	B	a	۴۵	B	a
۲۰	A	b	۴۶	A	b
۲۱	B	a	۴۷	A	b
۲۲	A	b	۴۸	B	a
۲۳	B	a	۴۹	B	a
۲۴	B	a	۵۰	B	a
۲۵	B	a	جمع		
۲۶	B	a	کل		

به منظور تبیین نمرات پاسخگویان و در قیاس با منحنی کل نمرات، هرگاه نمرات فردی در حد وسط قرار گیرد، مفهومی این خواهد بود که ویژگیهای درون گرایی و برون گرایی را به طور متعادل دارا است. اما اگر از حد متوسط فاصله بگیرد، می توان گفت که یکی از آن دو ویژگی در او تسلط دارد. بنابر این وقتی پاسخگو، در ستون II (برون گرایی) ۲۵ پاسخ را مطابق کلید پاسخ دهد، او درست در حد وسط قرار دارد. یعنی نه خیلی

درون گرا و نه خیلی برون گراست. این نوع افراد اصطلاحاً دو سوگرا یا میان حال نامیده می شوند (گنجی، ۱۳۸۴: ۱۳۵-۱۳۴).

اگر تعداد پاسخهای هر فرد، در ستون II افزایش پیدا کند، برون گرایی نیز به همان نسبت افزایش خواهد یافت. از ۳۵ پاسخ به بالا، فرد برون گرای واقعی محسوب می شود و طبق منحنی طبیعی، تنها یک سوم جمعیت برون گرا هستند. اگر تعداد پاسخها در ستون II، ۱۵ یا کمتر از آن باشد، برون گرایی فرد پاسخگو، واقعاً ضعیف است (گنجی، ۱۳۸۴: ۱۳۵).

در مورد درون گرایی نیز به همان شکل استدلال می کنیم. بنابراین، اگر در ستون I (درون گرایی) ۲۵ پاسخ با کلید مطابقت کند، می توان گفت که فرد در حد وسط قرار دارد؛ یعنی نه درون گرا و نه برون گرا است؛ بلکه میان حال محسوب می شود (گنجی، ۱۳۸۴: ۱۳۵).

اگر تعداد پاسخ های فرد در ستون I افزایش پیدا کند، درون گرایی نیز به همان نسبت افزایش خواهد یافت. از ۳۵ پاسخ به بالا، پاسخگو، درون گرای واقعی محسوب می گردد. طبق منحنی طبیعی، تنها یک سوم جمعیت، درون گرا هستند. اگر تعداد پاسخها، درستون I، ۱۵ یا کمتر از آن باشد، درون گرایی پاسخگو، واقعاً ضعیف است (گنجی، ۱۳۸۴: ۱۳۵).

فصل چهارم: یافته های تحقیق و تجزیه و تحلیل آن:

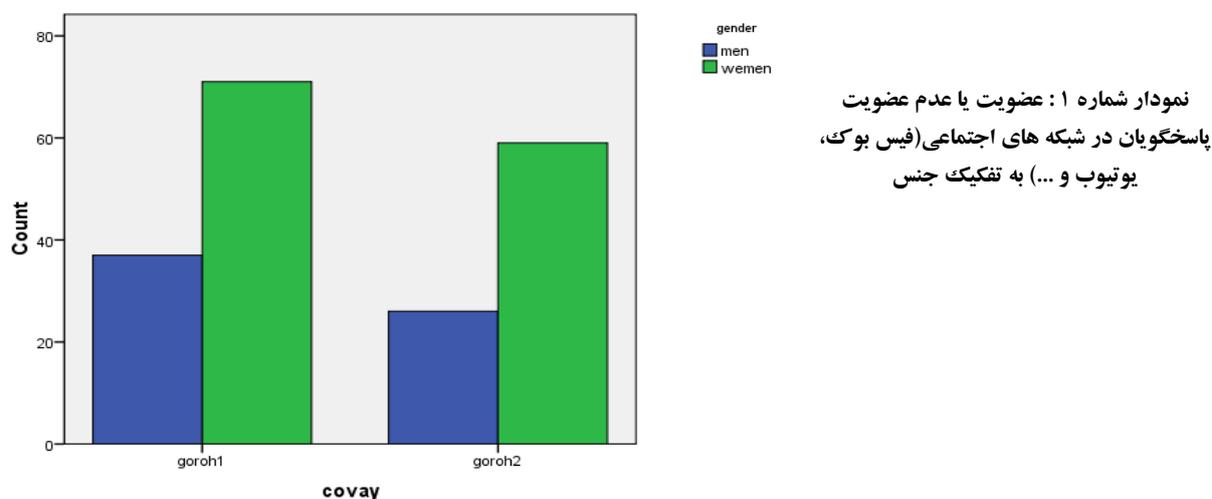
۱- آماره های توصیفی:

جدول شماره ۱		
عضویت یا عدم عضویت پاسخگویان در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...)		
عضویت	فراوانی	فراوانی نسبی
بله	۱۰۸	۵۶
خیر	۸۵	۴۴
جمع	۱۹۳	۱۰۰

اطلاعات جدول شماره ۱ نشان می دهد از بین کل پاسخگویان ۱۰۸ نفر (۵۶ درصد) در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) عضو هستند و ۸۵ نفر (۴۴ درصد) عضو این شبکه ها نیستند.

جدول شماره ۲						
عضویت یا عدم عضویت پاسخگویان در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) به تفکیک جنس						
عضویت یا عدم عضویت	جنس					جمع
	مرد		زن		جمع	
	فراوانی نسبی	فراوانی	فراوانی نسبی	فراوانی		فراوانی نسبی
بله	۳۴,۳	۳۷	۶۵,۷	۷۱	۱۰۸	۱۰۰
خیر	۳۰,۶	۲۶	۶۹,۴	۵۹	۸۵	۱۰۰
جمع	۳۲,۶	۶۳	۶۷,۴	۱۳۰	۱۹۳	۱۰۰

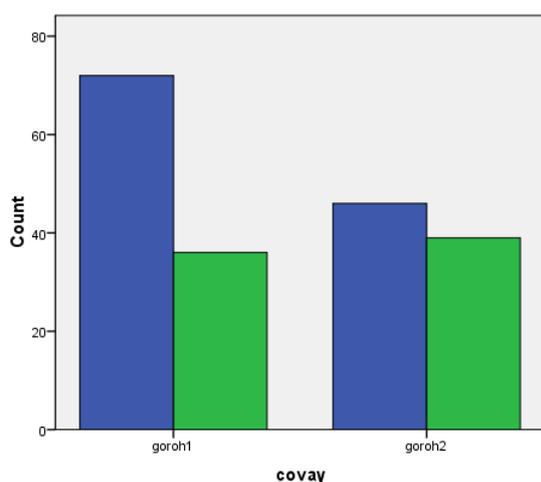
اطلاعات جدول شماره ۲ نشان می دهد در بین کل پاسخگویان، ۳۷ مرد (۳۴,۳ درصد) و ۷۱ زن (۶۵,۷ درصد) در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) عضو هستند و ۲۶ مرد (۳۰,۶ درصد) و ۵۹ زن (۶۹,۴ درصد) عضو این شبکه ها نیستند.



جدول شماره ۳						
عضویت یا عدم عضویت پاسخگویان در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) به تفکیک سن						
جمع		سن				عضویت یا عدم عضویت
		۲۱-۲۶		۱۵-۲۰		
فراوانی نسبی	فراوانی	فراوانی نسبی	فراوانی	فراوانی نسبی	فراوانی	
۱۰۰	۱۰۸	۳۳,۳	۳۶	۶۶,۷	۷۲	بله
۱۰۰	۸۵	۴۵,۹	۳۹	۵۴,۱	۴۶	خیر
۱۰۰	۱۹۳	۳۸,۹	۷۵	۶۱,۱	۱۱۸	جمع

اطلاعات جدول شماره ۳ نشان می دهد در بین کل پاسخگویان، ۷۲ نفر (۶۶,۷ درصد) از کسانی که عضو شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) هستند در محدوده سنی ۱۵-۲۰ سال و ۳۶ نفر (۳۳,۳ درصد) در محدوده سنی ۲۱-۲۶ سال قرار دارند.

Bar Chart



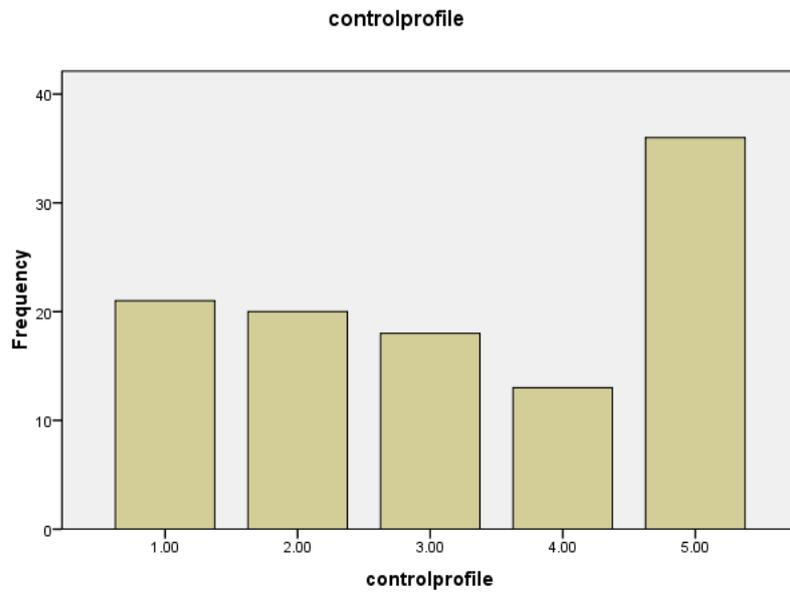
نمودار شماره ۲: عضویت یا عدم عضویت پاسخگویان در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) به تفکیک سن

اطلاعات جدول شماره ۴، میزان کنترل پروفایل اعضاء را نشان می دهد. بر اساس این اطلاعات، بیشترین تعداد از پاسخگویانی که عضو شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) هستند (۳۳,۳۳ درصد)، به میزان یک روز در هفته، پروفایل خود را کنترل می کنند. اما ۲۱ نفر (۱۹,۴۵ درصد) هر روز چند بار و ۲۰ نفر (۱۸,۵۲ درصد) هر روز یکبار پروفایل خود را کنترل می کنند. اگر دو گزینه اول را با هم در نظر بگیریم متوجه می شویم ۴۱ نفر

جدول شماره ۴		
فراوانی و فراوانی نسبی میزان کنترل پروفایل توسط اعضاء شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) در روز یا هفته		
میزان کنترل پروفایل	فراوانی	فراوانی نسبی
هر روز - چند بار	۲۱	۱۹,۴۵
هر روز - یکبار	۲۰	۱۸,۵۲
یک روز در میان	۱۸	۱۶,۶۷
دو روز در میان	۱۳	۱۲,۰۴
هفته ای یک روز	۳۶	۳۳,۳۳
جمع	۱۰۸	۱۰۰

(حدود ۳۸ درصد) هر روز یک یا چند بار پروفایل خود را کنترل می کنند. همچنین کمترین تعداد (۱۲,۴ درصد) دو روز در میان پروفایل خود را کنترل می کنند.

نمودار شماره ۳: میزان کنترل پروفایل توسط اعضاء شبکه های اجتماعي (فيس بوك، يوتيوب و ...) در روز يا هفته



جدول شماره ۵
فراواني و فراواني نسبي مدت زمان کنترل پروفایل توسط اعضاء شبکه های اجتماعي (فيس بوك، يوتيوب و ...) در هر بار مراجعه

فراواني نسبي	فراواني	مدت زمان کنترل پروفایل
۳۱,۴۸	۳۴	نیم ساعت
۲۹,۶۳	۳۲	یک ساعت
۲۰,۳۷	۲۲	دو ساعت
۹,۲۶	۱۰	سه ساعت
۴,۶۳	۵	چهار ساعت
۴,۶۳	۵	بیش از چهار ساعت
۱۰۰	۱۰۸	جمع

اطلاعات جدول شماره ۵ فراواني و فراواني نسبي مدت زمان کنترل پروفایل توسط اعضاء شبکه های اجتماعي (فيس بوك، يوتيوب و ...) را در هر بار مراجعه نشان می دهد. بر اساس این اطلاعات مشخص می شود که ۳۴ نفر از اعضاء (۳۱,۴۸ درصد) در هر بار مراجعه، حداقل نیم ساعت در پروفایل خود به سر می برند و ۲۰ نفر (۱۸,۶۲ درصد) از پاسخگویان عضو، بین ۳ تا بیش از ۴ ساعت در پروفایل خود به سر می برند.

جدول شماره ۶		
فراوانی و فراوانی نسبی میزان درون گرایی پاسخگویان		
فراوانی نسبی	فراوانی	میزان درون گرایی
۵	۱	درون گرای واقعی
۱۸,۷	۳۶	تمایل به درون گرایی
۶,۲	۱۲	درون گرایی نرمال
۶۵,۳	۱۲۶	کمی درون گرا
۹,۳	۱۸	درون گرایی ضعیف
۱۰۰,۰	۱۹۳	جمع

در مقیاس درون گرایی و برون گرایی گوکلن، کسب نمره ۳۵ به بالا نشان دهنده داشتن یکی از آن دو ویژگی به میزان زیاد، نمره بین ۲۶ تا ۳۵ نشان از تمایل به یکی از آن دو ویژگی، نمره ۲۵ حد نرمال یکی از آن دو ویژگی، نمره بین ۱۵ تا ۲۴ نشان دهنده داشتن مقدار کمی از یکی از آن دو ویژگی و نمره زیر ۱۵، داشتن مقدار ضعیفی از دو ویژگی درون گرایی یا برون گرایی را نشان می دهد. با توجه به اطلاعات جدول شماره ۶ که فراوانی و فراوانی نسبی میزان درون گرایی پاسخگویان را نشان می دهد ۵ درصد از پاسخگویان نمره بالای ۳۵ را کسب کردند و درون گرای واقعی هستند. ۱۸,۷ درصد، نمره بین ۲۶ تا ۳۵ را کسب کرده اند که نشان از تمایل به درون گرایی آنها دارد. ۶,۲ درصد پاسخگویان، نمره ۲۵ را که نشان دهنده حد نرمال بودن میزان درون گرایی پاسخگویان می باشد را نشان می دهد. ۶۵,۳ درصد پاسخگویان، نمره بین ۱۵ تا ۲۴ را کسب کرده اند که نشان دهنده مقدار کمی درون گرایی است و ۹,۳ درصد پاسخگویان نیز نمره زیر ۱۵ را کسب کرده اند که داشتن مقدار ضعیفی از درون گرایی را نشان می دهد.

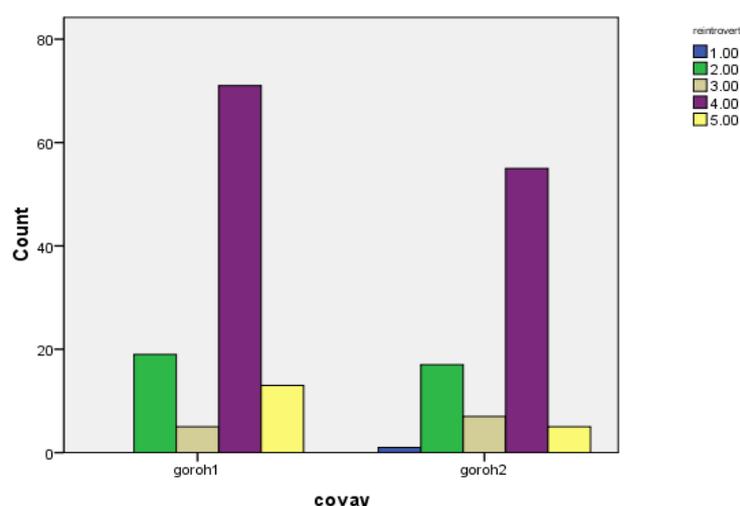
بنابراین با توجه به اطلاعات جدول مشخص می گردد که ۲۷,۳ درصد پاسخگویان بین دو گروه متمایل به درون گرایی و درون گرای واقعی قرار دارند.

جدول شماره ۷						
فراوانی و فراوانی نسبی عضویت یا عدم عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) و میزان درون گرایی پاسخگویان						
جمع		عضویت یا عدم عضویت				میزان درون گرایی
		عدم عضویت		عضویت		
فراوانی نسبی	فراوانی	فراوانی نسبی	فراوانی	فراوانی نسبی	فراوانی	
۰,۵	۱	۱,۲	۱	۰	۰	درون گرای واقعی
۱۸,۷	۳۶	۲۰	۱۷	۱۷,۶	۱۹	تمایل به درون گرایی
۱۸,۷	۱۲	۸,۲	۷	۴,۶	۵	درون گرایی نرمال
۶۵,۳	۱۲۶	۶۴,۷	۵۵	۶۵,۷	۷۱	کمی درون گرا
۹,۳	۱۸	۵,۹	۵	۱۲	۱۳	درون گرایی ضعیف
۱۰۰	۱۹۳	۱۰۰	۸۵	۱۰۰	۱۰۸	جمع

اطلاعات جدول ۷، فراوانی و فراوانی نسبی عضویت یا عدم عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) و میزان درون گرایی پاسخگویان را نشان می دهد. با توجه به این اطلاعات، در حالیکه ۵,۹ درصد پاسخگویانی که عضو شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) نیستند از مقیاس درون گرایی نمره زیر ۱۵ را کسب کرده اند و دارای درون گرایی ضعیف هستند؛ اما ۱۲ درصد پاسخگویان عضو شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) دارای درون گرایی ضعیف هستند. یعنی اعضاء شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) حدود ۶,۱ درصد، بیش از پاسخگویان غیر عضو دارای درون گرایی ضعیف هستند. این موضوع می تواند نشان دهنده تأثیر عضویت شبکه های اجتماعی در کاهش درون گرایی باشد.

جدول شماره ۸ فراوانی و فراوانی نسبی میزان برون گرایی پاسخگویان		
فراوانی نسبی	فراوانی	میزان درون گرایی
۱۰,۴	۲۰	برون گرای واقعی
۶۷,۹	۱۳۱	متماثل به برون گرایی
۶,۲	۱۲	برون گرایی نرمال
۱۵	۲۹	کمی برون گرا
۰,۵	۱	برون گرایی ضعیف
۱۰۰,۰	۱۹۳	جمع

نمودار شماره ۴: عضویت یا عدم عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) و میزان درون گرایی پاسخگویان

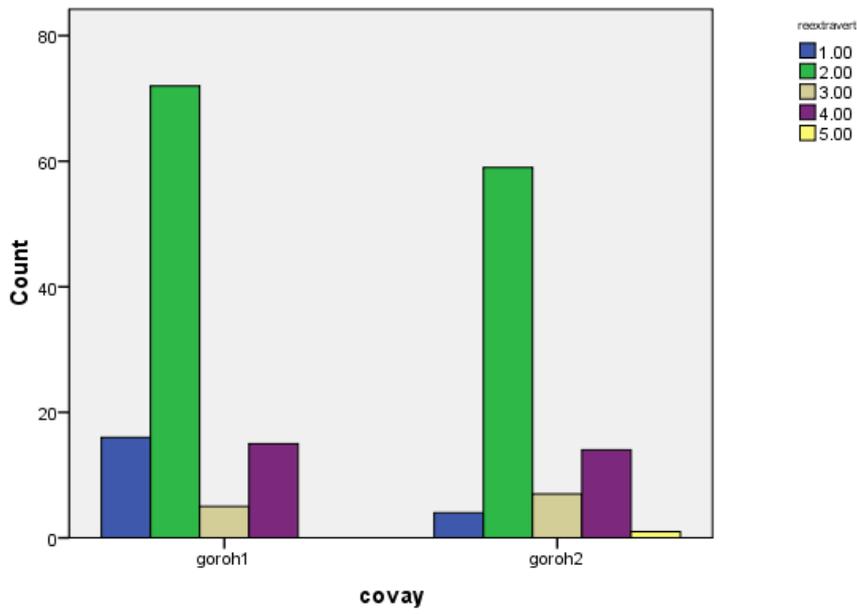


اطلاعات جدول شماره ۸ که فراوانی و فراوانی نسبی میزان درون گرایی پاسخگویان را نشان می دهد. با توجه به توضیحاتی که ذیل جدول شماره ۶ درباره نحوه نمره گذاری مقیاس درون گرایی و برون گرایی داده شد، اطلاعات جدول شماره ۸ نشان می دهد که ۱۰,۴ درصد از پاسخگویان نمره بالای ۳۵ را کسب کردند و برون گرای واقعی هستند. ۶۷,۹ درصد، نمره بین ۲۶ تا ۳۵ را کسب کرده اند که نشان از تمایل به برون گرایی آنها دارد. ۶,۲ درصد پاسخگویان، نمره ۲۵ را که نشان دهنده حد نرمال بودن میزان برون گرایی پاسخگویان می باشد را نشان می دهد. ۱۵ درصد پاسخگویان، نمره بین ۱۵ تا ۲۴ را کسب کرده اند که نشان دهنده مقدار کمی برون گرایی است و ۰,۵ درصد پاسخگویان نیز نمره زیر ۱۵ را کسب کرده اند که داشتن مقدار ضعیفی از برون گرایی را نشان می دهد.

بنابراین با توجه به اطلاعات جدول مشخص می گردد که ۷۸,۳ درصد پاسخگویان بین دو گروه متمایل به برون گرایی و برون گرای واقعی قرار دارند.

جدول شماره ۹						
عضویت یا عدم عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) و میزان برون گرایی پاسخگویان						
جمع		عضویت یا عدم عضویت				میزان برون گرایی
		عدم عضویت		عضویت		
فراوانی نسبی	فراوانی	فراوانی نسبی	فراوانی	فراوانی نسبی	فراوانی	
۱۰,۴	۲۰	۴,۷	۴	۱۴,۸	۱۶	برون گرای واقعی
۶۷,۹	۱۳۱	۶۹,۴	۵۹	۶۶,۷	۷۲	متمایل به برون گرایی
۶,۲	۱۲	۸,۲	۷	۴,۶	۵	برون گرایی نرمال
۱۵	۲۹	۱۶,۵	۱۴	۱۳,۹	۱۵	کمی برون گرا
۰,۵	۱	۱,۲	۱	۰	۰	برون گرایی ضعیف
۱۰۰	۱۹۳	۱۰۰	۸۵	۱۰۰	۱۰۸	جمع

اطلاعات جدول ۹ ، فراوانی و فراوانی نسبی عضویت یا عدم عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) و میزان برون گرایی پاسخگویان را نشان می دهد. با توجه به این اطلاعات، در حالیکه ۴,۷ درصد پاسخگویانی که عضو شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) نیستند از مقیاس درون گرایی نمره بالای ۳۵ را کسب کرده اند و برون گرای واقعی هستند؛ اما ۱۴,۸ درصد پاسخگویان عضو شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) دارای برون گرای واقعی محسوب می شوند. این تفاوت نشان دهنده آن است که اعضاء شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) حدود ۱۰,۱ درصد، بیش از پاسخگویان غیر عضو، برون گرای واقعی هستند. این تفاوت می تواند ناشی از تأثیر عضویت شبکه های اجتماعی در افزایش برون گرایی باشد.



نمودار شماره ۵ : عضویت یا عدم
 عضویت در شبکه های اجتماعی
 (فیس بوک، یوتیوب و ...) و میزان
 برون گرایی پاسخگویان

۲- آماره های استنباطی:

جدول شماره ۱۰		
ضریب همبستگی عضویت با عدم عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) با میزان برون گرایی و درون گرایی پاسخگویان		
شاخص		متغیرها
سطح معناداری	مقدار همبستگی اسپیرمن	
۰,۱۲۶	-۰,۱۱۰	عضویت و عدم عضویت با درون گرایی
۰,۰۳۸	۱۴۹	عضویت و عدم عضویت با برون گرایی

اطلاعات جدول شماره ۱۰، ضریب همبستگی بین عضویت یا عدم عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) با میزان برون گرایی و درون گرایی پاسخگویان را نشان می دهد. بر اساس این اطلاعات مشخص است که بر اساس شاخص سنجش همبستگی اسپیرمن، بین عضویت و عدم عضویت با درون گرایی رابطه معنی دار وجود ندارد. زیرا مقدار اسپیرمن $-۰,۱۱۰$ و سطح معناداری آن معادل $۰,۱۲۶$ است. اما بر اساس همین شاخص، بین عضویت و عدم عضویت با برون گرایی رابطه معنی دار وجود دارد. زیرا مقدار اسپیرمن ۱۴۹ و سطح معناداری آن معادل $۰,۰۳۸$ است. بنابراین با ۹۵ درصد اطمینان این رابطه تأیید می شود.

جدول شماره ۱۱				
آزمون t مستقل برای مقایسه میانگین عضویت و عدم عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) با درون گرایی				
شاخص				متغیرها
سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار t	اختلاف میانگین	
۰,۳۴	۱۹۰	-۲,۱۴۰	-۱,۶۱۶۷	عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...)
۰,۰۳۳	۱۸۴,۴۳۷	-۲,۱۵۴	-۱,۶۱۶۷۱	عدم عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...)

با توجه به اینکه آزمون t، برای تحلیل تفاوت بین میانگین ها بکار می رود، در این تحقیق نیز به منظور پاسخ به این سؤال که آیا تفاوت بین میانگین های نمره درون گرایی و برون گرایی با عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...)، ناشی از عوامل شانس است یا ناشی از تفاوت واقعی بین میانگین ها از آزمون t مستقل استفاده شد.

اطلاعات جدول شماره ۱۱ نشان می دهد که با توجه به مقدار t $(-۲,۱۴۰)$ و سطح معناداری آن $(۰,۰۳۴)$ ، تفاوت معنادار بین میانگین نمرات درون گرایی پاسخگویان عضو در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) و پاسخگویان غیر عضو مشاهده می شود.

جدول شماره ۱۲				
آزمون t مستقل برای مقایسه میانگین عضویت و عدم عضویت با برون گرایی				
شاخص				متغیرها
سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار t	اختلاف میانگین	
.۰۲۲	۱۹۱	۲,۳۱۸	۱,۴۹۶۷۳	عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...)
.۰۲۳	۱۷۵,۵۱۳	۲,۳۰۲	۱,۴۹۶۷۳	عدم عضویت در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...)

اطلاعات جدول شماره ۱۲ نشان می دهد که با توجه به مقدار t (۲,۳۱۸) و سطح معناداری آن (۰,۰۲۲)، تفاوت معنادار بین میانگین نمرات برون گرایی پاسخگویان عضو در شبکه های اجتماعی (فیس بوک، یوتیوب و ...) و پاسخگویان غیر عضو مشاهده می شود.

فصل پنجم: جمع بندی و پیشنهادات

نتیجه گیری:

شبکه‌های اجتماعی در دنیای مجازی مکان‌هایی هستند که مردم خود را به طور خلاصه در آن معرفی می‌کنند و امکان برقراری ارتباط بین خود و همفکرانشان را در زمینه‌های مختلف مورد علاقه، فراهم می‌کنند. این شبکه‌ها، فضاهایی هستند که اجازه می‌دهند افراد در جامعه‌ای جدید زندگی کنند. با توجه به اینکه شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند نیاز افراد را به دوست‌یابی و تبادل اطلاعات تأمین می‌کنند از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. فیس بوک یکی از این شبکه‌ها است که نزد کاربران ایرانی اهمیت و جایگاه بالایی پیدا کرده است. شاید یکی از دلایل پر بازدید بودن این شبکه اجتماعی و سایر شبکه‌ها به این موضوع مربوط گردد که عضویت در آنها می‌تواند شرایطی را برای بازسازی و خلق مجدد هویتها در فضای مجازی ایجاد کند. همچنین با توجه به مباحثی که در فصل دوم مطرح شد می‌توان گفت عضویت در این شبکه‌ها می‌تواند در وضعیت روحی و شخصیتی افراد تغییراتی را ایجاد نماید.

بنابر این در تحقیق حاضر با توجه به یافته‌های فصل دوم دو فرضیه مطرح شد. با توجه به اینکه فرضیه اول پژوهش عبارت بود از اینکه "به نظر می‌رسد بین عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و درون‌گرایی اعضاء رابطه وجود ندارد" و اطلاعات مربوط به جداول فصل چهارم پژوهش نشان می‌دهد که این فرضیه تأیید می‌گردد. زیرا مقدار شاخص همبستگی اسپیرمن معادل $0,110-$ و سطح معناداری آن معادل $0,126$ است. بنابر این بین عضویت و عدم عضویت با درون‌گرایی رابطه معنی‌دار وجود ندارد.

همچنین با توجه به اینکه فرضیه دوم پژوهش عبارت بود از اینکه "به نظر می‌رسد بین عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و برون‌گرایی اعضاء رابطه وجود دارد"؛ اطلاعات مربوط به جداول فصل چهارم پژوهش نشان می‌دهد که بر اساس شاخص اسپیرمن، بین عضویت و عدم عضویت با برون‌گرایی رابطه معنی‌دار وجود دارد. زیرا مقدار اسپیرمن 149 و سطح معناداری آن معادل $0,038$ است. بنابراین با 95 درصد اطمینان این رابطه تأیید می‌شود. این مطلب از یک سو می‌تواند با نتایج پژوهش‌های دکتر روزن که عنوان می‌کنند

"عضویت در شبکه های اجتماعی می تواند به بروز و تقویت حس خودپرستی و در برخی موارد خودشیفتگی منجر شود هماهنگ باشد. همچنین در تحقیقات ابراهیم حسنین نیز توضیح داده شده است که "در ارتباطات مجازی، افراد می توانند دیوارها را بشکنند و به حوزه خصوصی دیگران وارد شوند و حرف هایی را که حاضر نیستند، در ارتباط چهره به چهره بگویند، را بشنوند (۲۰۱۰ Abraham Hassanien به نقل از سایت www.migna.ir) بنابر این شاید بتوان اینگونه ادعا کرد که این نوع برخوردها می تواند جرأت و جسارت کاربران را افزایش دهد. به نحوی که این رفتارها را به دنیای واقعی نیز تعمیم دهند.

این ادعا می تواند با این نظر روزن نیز هماهنگ باشد که به منظور بررسی تاثیرات رسانه های اجتماعی بر روی سلامتی ذهنی (با بررسی تحقیقات) استنباط می کند که استفاده مداوم به خصوص از فیس بوک می تواند نشانه ها و سندرم های اختلالات شخصیت را در میان جوانان پیش بینی کند.

همچنین، "لری روزن"، روان شناس دانشگاه کالیفرنیا در مرکز تحقیقاتی کاستیت هیلز با بررسی آثار بازدید کودکان در فیس بوک به این نتیجه رسیده است که استفاده مداوم از سایت فیس بوک می تواند کودکان را به اختلالات روانی خاصی مبتلا کند که در کمترین درجه آن می توان به بیماری هایی شبیه "نارسیسم" یا خودشیفتگی و خودپرستی اشاره کرد (www.ghatreh.com/news).

البته به نظر می رسد این مطالب با نتایج تحقیقات دیگری که ثابت کرده اند فیس بوک به رغم ایجاد ارتباط بین فرد و دوستان متعدد، احساس تنهایی را افزایش می دهد و فرد به جای ارتباط واقعی و رودررو با دوستان خود، وقت خودش را با فیس بوک می گذراند و در واقع کیفیت دوستان را فدای کمیت آنان می کند (www.irwebnews.com/tag/) هماهنگ نباشد. زیرا اگر برون گرایی افراد به دلیل عضویت در فیس بوک افزایش یابد، انتظار می رود که کاربران بیشتر تمایل به حضور در اجتماعات بیرونی داشته باشند. زیرا آنان افراد معاشرتی و از لحاظ اجتماعی جسور هستند و به سمت دیگران و دنیای بیرونی گرایش دارند (شولتز و شولتز، ۱۳۸۹: ۱۱۷).

شاید یافته های تحقیق حاضر به نوعی با یافته های آقای اکبری تبار هماهنگ باشد. زیرا ایشان در پژوهش خود با اشاره به اینکه شبکه های اجتماعی را می توان همچون زیرمجموعه ای از جامعه در نظر گرفت که افراد در آن به زندگی ای موازی با زندگی بیرونی خود در جامعه واقعی می پردازند و با افراد دیگر ارتباط برقرار می کنند، تصریح کرد: نتایج مطالعات محققان مختلف نشان داده است که افراد با حضور در شبکه های اجتماعی و استفاده از گونه های مختلف رسانه های اجتماعی از مزایای حضور در این اجتماع مجازی نظیر حمایت اطرافیان، اطلاعات، عواطف و احساسات برخوردار شده و اغلب جوانب زندگی واقعی خود را که نیازمند حضور فیزیکی افراد در کنار یکدیگر نیست در این اجتماعات مجازی دارا هستند (۱۳۹۰).

به نظر دکتر شیرین احمدنیا نیز به توجه به کارکردهای متفاوت شبکه های اجتماعی اعتقاد دارد در شبکه های اجتماعی فضایی ایجاد شده که کاربران به جبران محدودیت ها و موانع فضای واقعی زندگی می پردازند. در این شبکه های مجازی فرصتی ایجاد شده برای تعاملات، ارتباطات و انتقال پیام و سایر کارکردها

که نسل جوان به خوبی از آن استفاده می کنند (<http://anjoman.mcstudies.ir>)

به عقیده دکتر بهزاد دوران نیز ما از زندگی آنلاین خود به زندگی واقعی و از زندگی واقعی خود به زندگی آنلاین مان در حرکت و نوسان دائمی هستیم و در واقع آنچه را که در واقعیت می شنویم در زندگی آنلاین مان بیان می کنیم و بر عکس آنچه در زندگی آنلاین تجربه می کنیم در زندگی واقعی مان نیز وارد می کنیم (۱۳۹۰).

راهکارها و پیشنهادات:

از جمله راهکارهای مقابله با تهدیدات شبکه های اجتماعی:

- راه اندازی شبکه های اجتماعی ملی . زیرا امروزه شبکه های اجتماعی به سمت پایداری و موضوعی و

تخصصی تر شدن حرکت می کنند و می توانند فرصت های مناسبی را برای کاربران ایجاد کنند.

- گسترش آزادی های مدنی در چارچوب قانون اساسی، همراه با هوشیاری لازم برای اجتناب از تهدیدات

احتمالی شبکه های اجتماعی در حوزه های امنیت سیاسی و اجتماعی.

- قانونمند کردن مقابله با جرایم سایبر و افزایش تعامل و هم اندیشی میان کارشناسان وزارتخانه های

اطلاعات، فناوری ارتباطات، قوه قضائیه، قوه مقننه و پلیس امنیت اجتماعی و اخلاقی ناجا و حمایت قانون از

قدرت نظام در محیط های مجازی.

فهرست منابع :

- اکبری تبار، علی اکبر، (۱۳۹۰) مطالعه شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ مطالعه موردی شبکه‌های اجتماعی دوره و یو ۲۴، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس.
- باستانی، سوسن (۱۳۸۲) جزوه ی درس تحلیل شبکه دانشگاه الزهراء، چاپ نشده.
- سیاسی، علی اکبر (۱۳۸۱) مکاتب روانشناسی، چاپ نهم، تهران: انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- شارع پور، محمود (۱۳۸۶) "نقش شبکه‌های اجتماعی در باز تولید نابرابری آموزشی" فصلنامه تعلیم و تربیت شماره ۲۳ (مسلسل ۹۱)، ص ۱۸۰-۱۶۵.
- شولتز، دوان. پی، سیدنی الن شولتز، (۱۳۸۹) نظریه‌های شخصیت، مترجم: یحیی سیدمحمدی، چاپ هفدهم، تهران: نشر ویرایش.
- گنجی، حمزه (۱۳۸۴) ارزشیابی شخصیت (پرسشنامه). چاپ سوم. تهران: انتشارات ساوالان.
- فکوهی، ناصر و میردامادی، مهرداد (۱۳۸۱) فضای سیرنیتیک به مثابه فضای شهری: مطالعه موردی شهر تهران، مجله انسان شناسی (نامه انسان شناسی) پاییز و زمستان شماره ۱ (پیاپی ۲)، ۸۹-۱۱۹.
- قوانلو قاجار، مصطفی، "تحلیل فرهنگی شبکه‌های اجتماعی مجازی"، سومین نشست تخصصی همایش شبکه‌های اجتماعی مجازی و زندگی روزمره، انجمن علمی دانشجویی مطالعات فرهنگی و رسانه دانشگاه تهران، اول خرداد ۱۳۹۰، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- هاتف، مهدی (۱۳۸۸) چالش‌ها و چشم اندازهای امنیت در فضای مجازی، دوماهنامه توسعه انسانی پلیس، فروردین و اردیبهشت، سال ششم، شماره ۲۲، ۹۳-۱۱۷.

منابع اینترنتی:

- صمدی، روژان (۱۳۹۰) اعتیاد یک میلیون کودک به فیس بوک، سایت <http://vtInt.mihanblog.com>
- احمدنیا، شیرین <http://anjoman.mcstudies.ir/>
- www.ghatreh.com/news

-www.migna.ir/news/
-www.nasl.com/archive/
-www.irwebnews.com/tag/
-www.parday.com/weh/
-www.forum.iransalamat.com/
-www.persianv.com/ravan
www.pooyamoshavereh.pesianblog.ir/-
-www.khabarfarsi.com/n/