



پایان نامه کارشناسی ارشد

رشته روانشناسی عمومی

رابطه میان بهره مندی از وبلاگ

با نگرش افراد نسبت به فضای مجازی و احساس تنهایی

(بررسی مقایسه ای دانشجویان دختر و پسر در دانشگاه تهران)

استاد راهنما: دکتر هادی خانیکی

استاد مشاور: دکتر حسین اسکندری

دانشجو: ریحانه سادات روحانی

سال تحصیلی ۸۹-۱۳۸۸



ارتباط انسان ها سنگ بنای جامعه انسانی است.

انسان با زبان است که انسان می شود، و این توانایی زبان است که واقعیت ها را

پیوسته فلق می کند، متی درک مضور خود را برای انسان ممکن می سازد.

پل ریکور

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر وبلاگ بر نگرش افراد نسبت به روابط مجازی و آثار روانشناختی آن بر تنهایی و انزوای اجتماعی، رابطه همبستگی احتمالی موجود میان سه متغیر "میزان بهره مندی از وبلاگ"، "احساس تنهایی"، و "نگرش افراد نسبت به روابط مجازی بلاگی" را مورد مطالعه قرار داده است. به این منظور ۳۱۰ تن از دانشجویان دوره کارشناسی پردیس فنی دانشگاه تهران انتخاب شده و با توجه به جنسیت در سه گروه "بلاگر"، "بلاگ خوان"، و "هیچکدام" تقسیم گردیده و به تناسب طبقه بندی به دو پرسشنامه سنجش نگرش نسبت به روابط بلاگی، و احساس تنهایی UCLA پاسخ داده اند. حاصل تحقیق پس از انجام همبستگی پیرسون میان هر جفت متغیر و نیز رگرسیون چند متغیره میان سه متغیر وجود رابطه میان میزان بهره مندی از وبلاگ و احساس تنهایی، و میان نگرش و احساس تنهایی را نشان نداد. اما میان نگرش و میزان بهره مندی از وبلاگ رابطه معنی دار مشاهده شد. علاوه بر این، تفاوت معناداری میان میانگین های احساس تنهایی سه گروه با در نظر گرفتن جنسیت، نیز بدست نیامد.

تقدیر و تشکر

اکنون که این پروژه پژوهشی با تمام افت و خیز های خود به پایان رسیده است، لازم می دانم از کلیه کسانی که مرا در طی این مسیر یاری رساندند تشکر کنم. بویژه استاد محترم آقای دکتر هادی خانیکی که راهنمایی های بی دریغ ایشان راهگشای من در دنیای گسترده علوم ارتباطات بود و آقای دکتر حسین اسکندری که به واقع نه تنها مشاور بلکه راهنمای دوم من محسوب می شدند. و توصیه های ایشان نه تنها در انجام این پژوهش بسیار مؤثر بوده است بلکه فراتر از آن دریچه دیگری به زندگی را به روی من گشودند.

از همسر عزیزم، دکتر محمد سعادت سرشت که در کل دوره تحصیل بویژه در انجام مراحل مختلف این پژوهش در حد توان مرا یاری کرده و در همه حال نیرو بخش من بودند سپاسگذاری می کنم.

از مادرم، که طی مراحل تحصیل بدون کمک وی شاید ناممکن می بود، و از پدرم، که آرزوی او پیوسته رشد و بالندگی فرزندانم بوده و همواره در این مسیر مشوق من است، کمال امتنان را دارم.

و در آخر از دختر دلبندم، شادی کوچولو که صبورانه شرایط مرا در طول تحصیل تحمل کرد، متشکرم.

با آرزوی موفقیت برای کلیه دانش پژوهان و آنانی که دل آنها برای پیشرفت ایران و روزهای بهتر و شادتر برای مردم می تپد.

شهریور ۱۳۸۹

فهرست

چکیده

تقدیر و تشکر

فهرست

فهرست نمودارها

فهرست جداول

- ۱- کلیات..... ۱
- ۱-۱- مقدمه..... ۲
- ۲-۱- طرح مسأله..... ۴
- ۳-۱- ضرورت و اهمیت موضوع..... ۵
- ۴-۱- اهداف تحقیق..... ۸
- ۵-۱- فرضیه های تحقیق..... ۹
- ۶-۱- مفاهیم اصلی تحقیق:..... ۱۰
- ۲- روانشناسی و رسانه..... ۱۳
- ۱-۲- روانشناسی و رسانه..... ۱۴
- ۱-۱-۲- روانشناسی اجتماعی..... ۱۴
- ۲-۱-۲- روانشناسی رسانه..... ۱۷
- ۳-۱-۲- سایبر سایکولوژی..... ۳۰
- ۲-۲- رسانه های جدید و جامعه شبکه ای..... ۳۸
- ۱-۲-۲- رسانه های جدید..... ۳۸
- ۲-۲-۲- اینترنت..... ۴۲
- ۳-۲-۲- وب لاگ..... ۴۶
- ۴-۲-۲- جامعه شبکه ای..... ۵۹
- ۳-۲- احساس تنهایی..... ۷۰
- ۱-۳-۲- تعریف و معانی واژگانی..... ۷۰
- ۲-۳-۲- انواع تنهایی..... ۷۶
- ۳-۳-۲- عوامل پیش بین احساس تنهایی و ویژگی های افراد مبتلا..... ۸۰
- ۴-۳-۲- پیامد های تنهایی..... ۸۴
- ۵-۳-۲- تفاوت های جنسیتی در احساس تنهایی..... ۸۷
- ۴-۲- چهارچوب نظری، پیشینه، و فرضیه های تحقیق..... ۸۹
- ۱-۴-۲- چهارچوب نظری..... ۸۹

۹۱	پیشینه تحقیق.....	۲-۴-۲
۱۰۰	فرضیه ها و پرسش های تحقیق.....	۳-۴-۲
۱۰۱	روش تحقیق.....	۳-۳
۱۰۲	طرح تحقیق و نحوه اجرا و ارزشیابی آن.....	۱-۳
۱۰۲	مفاهیم عملیاتی تحقیق.....	۲-۳
۱۰۴	جامعه آماری.....	۳-۳
۱۰۴	نمونه و روش نمونه گیری.....	۴-۳
۱۰۵	نحوه تعیین گروه های اصلی.....	۵-۳
۱۰۶	ابزار سنجش و نحوه اجرای آن.....	۶-۳
۱۰۷	پرسشنامه سنجش نگرش کاربران نسبت به روابط مجازی از طریق وبلاگ.....	۷-۳
۱۰۷	تعریف، ویژگی ها و مؤلفه های آن.....	۱-۷-۳
۱۰۸	پرسشنامه نگرش.....	۲-۷-۳
۱۰۹	نحوه نمره گذاری و تفسیر.....	۳-۷-۳
۱۰۹	پایایی (ثبات) آزمون.....	۴-۷-۳
۱۱۲	اعتبار (روایی) آزمون.....	۵-۷-۳
۱۱۳	پرسشنامه مقیاس احساس تنهایی UCLA نسخه سوم.....	۸-۳
۱۱۳	تعریف و ویژگی ها.....	۱-۸-۳
۱۱۴	نحوه نمره گذاری و تفسیر.....	۲-۸-۳
۱۱۵	پایایی و اعتبار آزمون.....	۳-۸-۳
۱۱۷	شاخص وبلاگ.....	۹-۳
۱۱۷	تعریف.....	۱-۹-۳
۱۱۸	پایایی شاخص وبلاگ.....	۲-۹-۳
۱۱۸	متغیرهای تحقیق.....	۱۰-۳
۱۱۹	روش تجزیه و تحلیل آماری.....	۱۱-۳
۱۱۹	گام اول: تحلیل اولیه.....	۱-۱۱-۳
۱۲۰	گام دوم: تفکیک شاخص های جانبی.....	۲-۱۱-۳
۱۲۲	یافته های تحقیق.....	۴-۴
۱۲۳	نمای کلی پاسخ دهندگان.....	۱-۴
۱۲۴	جداول و داده های توصیفی.....	۲-۴
۱۲۴	آزمون مجدد پایایی.....	۱-۲-۴

- ۱۲۵..... میانگین یافته ها..... ۲-۲-۴
- ۱۳۲..... تأثیر وبلاگ بر کاهش احساس تنهایی..... ۳-۲-۴
- ۱۳۴..... تداوم تنهایی..... ۴-۲-۴
- ۱۳۷..... اهداف پرداختن به وبلاگ..... ۵-۲-۴
- ۱۴۰..... شاخص وبلاگ (میزان بهره مندی از وبلاگ)..... ۶-۲-۴
- ۱۴۴..... شاخص نگرش..... ۷-۲-۴
- ۱۴۷..... شاخص اعتماد..... ۸-۲-۴
- ۱۴۹..... شاخص گستردگی روابط حقیقی..... ۹-۲-۴
- ۱۵۰..... تفسیر یافته ها..... ۳-۴
- ۱۵۰..... همبستگی..... ۱-۳-۴
- ۱۵۸..... آزمون معناداری اختلاف میانگین ها..... ۲-۳-۴
- ۱۶۰..... تحلیل چند متغیره..... ۴-۴
- ۱۶۰..... همبستگی چند متغیره..... ۱-۴-۴
- ۱۶۳..... آزمون معناداری اختلاف میانگین های تنهایی..... ۲-۴-۴
- ۱۶۵..... نتیجه گیری نهایی..... ۵-۴
- ۱۶۶..... **۵- بحث و نتیجه گیری.....**
- ۱۶۷..... ۱-۵- نتایج فرضیه ها.....
- ۱۶۷..... ۱-۱-۵- فرضیه اول.....
- ۱۷۱..... ۲-۵- نتیجه گیری.....
- ۱۷۳..... ۱-۲-۵- فرضیه دوم.....
- ۱۷۳..... ۲-۲-۵- فرضیه سوم.....
- ۱۷۴..... ۳-۵- نتایج جانبی دیگر.....
- ۱۷۶..... ۴-۵- محدودیت ها.....
- ۱۷۷..... ۵-۵- پیشنهادات.....
- ۱۷۷..... ۱-۵-۵- پیشنهادات پژوهشی.....
- ۱۷۸..... ۲-۵-۵- پیشنهادات کاربردی.....

مراجع

ضمائم

فهرست نمودارها

نمودار ۱-۴:	نمای کلی پاسخ دهندگان.....	۱۲۳
نمودار ۲-۴:	نمای کلی پاسخ دهندگان	۱۲۳
نمودار ۳-۴:	میانگین احساس تنهایی در کل گروه نمونه	۱۲۷
نمودار ۴-۴:	میانگین احساس تنهایی در گروه های اصلی	۱۲۷
نمودار ۵-۴:	میانگین احساس تنهایی به تفکیک گروه های اصلی	۱۲۸
نمودار ۶-۴:	احساس تنهایی به تفکیک جنسیت.....	۱۲۸
نمودار ۷-۴:	احساس تنهایی به تفکیک زیر گروه ها	۱۲۹
نمودار ۸-۴:	احساس تنهایی بنا بر وضعیت اقامت.....	۱۲۹
نمودار ۹-۴:	شاخص اعتماد.....	۱۳۰
نمودار ۱۰-۴:	شاخص نگرش.....	۱۳۱
نمودار ۱۱-۴:	شاخص بهره مندی از وبلاگ.....	۱۳۲
نمودار ۱۲-۴:	پرسش شماره ۱۶؛ تأثیر وبلاگ در کاهش تنهایی	۱۳۴
نمودار ۱۳-۴:	هیستوگرام تداوم احساس تنهایی	۱۳۵
نمودار ۱۴-۴:	تداوم احساس تنهایی.....	۱۳۵
نمودار ۱۵-۴:	میانگین احساس تنهایی در قیاس با تداوم آن.....	۱۳۷
نمودار ۱۶-۴:	اهداف پرداختن به وبلاگ در کل گروه نمونه.....	۱۳۹
نمودار ۱۷-۴:	اهداف پرداختن به وبلاگ به تفکیک گروه ها.....	۱۳۹
نمودار ۱۸-۴:	شاخص وبلاگ در کل گروه نمونه.....	۱۴۰
نمودار ۱۹-۴:	میانگین شاخص وبلاگ به تفکیک گروه های اصلی.....	۱۴۱
نمودار ۲۰-۴:	میانگین شاخص وبلاگ به تفکیک گروه های اصلی.....	۱۴۱
نمودار ۲۱-۴:	میانگین شاخص وبلاگ به تفکیک زیر گروه ها.....	۱۴۲
نمودار ۲۲-۴:	میانگین شاخص وبلاگ به تفکیک جنسیت.....	۱۴۳
نمودار ۲۳-۴:	میانگین شاخص وبلاگ به تفکیک وضعیت اقامت.....	۱۴۳
نمودار ۲۴-۴:	توزیع میانگین نگرش نسبت به روابط مجازی بلاگی در کل گروه نمونه.....	۱۴۴
نمودار ۲۵-۴:	میانگین نگرش به تفکیک جنسیت.....	۱۴۵
نمودار ۲۶-۴:	میانگین نگرش به تفکیک گروه های اصلی.....	۱۴۵
نمودار ۲۷-۴:	میانگین نگرش به تفکیک زیر گروه ها.....	۱۴۶
نمودار ۲۸-۴:	میانگین نگرش بنا بر وضعیت اقامت پاسخ دهندگان.....	۱۴۷
نمودار ۲۹-۴:	میانگین اعتماد عمومی نسبت به وبلاگ به تفکیک گروه های اصلی.....	۱۴۸
نمودار ۳۰-۴:	میانگین گستردگی روابط حقیقی تحت تأثیر وبلاگ به تفکیک گروه های اصلی	۱۴۹
نمودار ۳۱-۴:	همبستگی دو به دوی موجود میان سه متغیر در کل گروه نمونه.....	۱۵۱
نمودار ۳۲-۴:	همبستگی دو به دو میان سه متغیر به تفکیک جنسیت.....	۱۵۳
نمودار ۳۳-۴:	همبستگی دو به دو میان سه متغیر به تفکیک گروه های اصلی	۱۵۳
نمودار ۳۴-۴:	همبستگی دو به دو میان سه متغیر به تفکیک گروه های اصلی و زیر گروه جنسیت.....	۱۵۵

فهرست جداول

- جدول ۱-۴: میانگین های شاخص های تعریف شده ۱۲۶
- جدول ۲-۴: پرسش شماره ۱۶؛ تأثیر وبلاگ در کاهش تنهایی ۱۳۳
- جدول ۳-۴: تداوم تنهایی ۱۳۶
- جدول ۴-۴: اهداف پرداختن به وبلاگ ۱۳۸
- جدول ۵-۴: میانگین و انحراف معیار نگرش به تفکیک زیر گروه ها ۱۴۶
- جدول ۶-۴: میانگین اعتماد عمومی نسبت به وبلاگ ۱۴۸
- جدول ۷-۴: میانگین گستردگی روابط حقیقی ۱۴۹
- جدول ۸-۴: همبستگی دو متغیره میان هر یک از متغیر ها ۱۵۰
- جدول ۹-۴: همبستگی دو به دو میان سه متغیر به تفکیک جنسیت ۱۵۲
- جدول ۱۰-۴: همبستگی دو به دو میان سه متغیر به تفکیک گروه های اصلی ۱۵۴
- جدول ۱۱-۴: همبستگی دو به دو میان سه متغیر به تفکیک گروه های اصلی و زیر گروه جنسیت ۱۵۶
- جدول ۱۲-۴: همبستگی پیرسون میان تنهایی و اعتماد در گروه های اصلی با توجه به جنسیت ۱۵۷
- جدول ۱۳-۴: درجه آزادی آزمون t در سطوح معناداری مختلف ۱۵۸
- جدول ۱۴-۴: بررسی معنی داری اختلاف میانگین های گروه های اصلی ۱۵۹
- جدول ۱۵-۴: اختلاف میانگین های تنهایی بر حسب وضعیت اقامت ۱۶۰
- جدول ۱۶-۴: نتایج همبستگی چند متغیره میان تنهایی و دو شاخص وبلاگ و نگرش در گروه ها با توجه بر جنسیت ۱۶۱
- جدول ۱۷-۴: همبستگی چند متغیره میان تنهایی و ترکیب سه شاخص وبلاگ، نگرش، و اعتماد در گروه ها بر مبنای جنسیت ۱۶۲
- جدول ۱۸-۴: اختلاف میانگین های تنهایی بر مبنای گروه های اصلی با توجه بر جنسیت ۱۶۳
- جدول ۱۹-۴: اختلاف میانگین های تنهایی بر مبنای جنسیت در سه گروه اصلی ۱۶۴

فصل اول

کلیات

در این فصل آنچه‌ان که رسم است ابتدا با نگاهی اجمالی به بیان مقدمه ای در خصوص موضوع پژوهش پرداخته می شود. و پس از آشنایی مختصر با آن، مسأله مطرح در نزد پژوهشگر و ضرورت انجام این پژوهش به همراه اهداف مد نظر ارائه می شود تا در نهایت با بیان مفاهیم اصلی پژوهش به کلیتی از پژوهش دست یابیم.

سرعت پیشرفت‌ها و دگرگونی‌های تکنولوژیک در قرن گذشته تا حدی بوده است که رد پای آنها را می‌توان تقریباً در هر تغییر و دگرگونی اجتماعی مشاهده کرد. فن‌آوری‌های برتر در هر حوزه‌ای از علم گرفته تا صنعت، فرهنگ و هنر، ارتباطات، و حتی سیاست نقشی چشمگیر داشته و به تعبیری انقلابی فراگیر را در زندگی بشر موجب شده‌اند. این دگرگونی‌های عظیم خود تغییرات گسترده‌ای را در سبک زندگی به دنبال آورده‌اند. این تغییرات گسترده از سویی به آسایش و راحتی بیشتر منجر شده و از سویی نیز تنگناهای جدیدی را بر سر راه انسان قرار داده‌اند.

در حوزه اجتماعی، ظهور فن‌آوری‌های جدید ارتباطی و رشد و گسترش روز افزون آنها و در نتیجه نفوذ و تأثیر آنها در زندگی فردی و اجتماعی از جمله روابط اجتماعی را مشاهده می‌کنیم. این گسترش روز افزون رسانه‌ها بویژه با اختراع تلویزیون و همه‌گیر شدن آن با وضوح بیشتری خود را نشان داد. تلویزیون که برخی آن را جعبه جادویی نام نهادند، به تدریج در زندگی فردی و اجتماعی انسان چنان جایی برای خود باز کرد که موضوع و هدف بسیاری از پژوهش‌های متخصصان در حوزه‌های گوناگون شد. از جمله با توجه به تأثیر انکارناپذیر آن در یادگیری و رفتار اجتماعی توجه بسیاری از روانشناسان اجتماعی و در پی آن روانشناسان رسانه را به خود جلب کرد و از میان انواع رسانه‌ها بیشترین حجم پژوهش‌ها را در حوزه‌های ارتباطات و روانشناسی، را به خود اختصاص داده است. به این ترتیب، همزمان با توسعه سریع فناوری‌های رسانه‌ای و تأثیرات روزافزون مستقیم و غیرمستقیم رسانه‌ها و پیام‌های مورد انتقال از آنها بر رفتار، افکار و احساسات و در نتیجه بر زندگی افراد، متخصصان روانشناسی نیز بیشتر از قبل متوجه این آثار شده و با جدیت و تلاش بیشتری پژوهش‌های خود را به بررسی آثار رسانه بر افراد و فرایندهای پردازش اطلاعات در این حوزه معطوف کردند. این تلاش‌ها در سال‌های اخیر به ظهور شاخه روانشناسی رسانه در روانشناسی اجتماعی منجر شدند.

با اینحال دیری نپایید که تلویزیون این رسانه به ظاهر بی رقیب، رقیب تازه ای پیدا کرد. رشد فن آوری های ارتباطی همچنان با سرعت ادامه یافت و اینترنت را رقیب پر قدرت هر رسانه دیگری کرد.

گسترش اینترنت امروز تا جایی پیش رفته است که افراد می توانند در مدتی بسیار کوتاه و به سادگی تنها با یک کلیک به هر کجا که می خواهند بروند و با هر کس که بخواهند و در هر نقطه ای ارتباط برقرار کنند. و این ارتباط تنها ارتباطی یکسویه و در واقع تنها انتقال پیام نیست بلکه ارتباطی به واقع دو سویه و تعاملی متقابل است. اینترنت سیستمی چند رسانه ای است که همه امکانات رسانه های دیگر را به یکباره در بر می گیرد. گفتار، شنیدار، دیدار و نوشتار همه چه به طور همزمان یا غیر همزمان در کنار هم جمع می شوند و در برقراری ارتباطی فعال و پویا نقش ایفا می کنند. پر واضح است که این امر به گسترش ارتباطات انسانی در اقصی نقاط جهان و تعامل و تبادل اطلاعات بیشتر منجر می شود. اگر چه شاید اکنون این ارتباط از نوعی دیگر باشد. رخداد انقلاب اطلاعات و به گفته مانوئل کاستلز¹ ظهور عصر اطلاعات، جوامع جدیدی را در درون جوامع قدیمی انسانی شکل داده است. در این جوامع به هر نامی که باشند؛ جامعه اطلاعاتی، جامعه شبکه ای، جامعه معرفتی، و ارتباطی و ...، انسان هم بازیگر است و هم کارگردان، هم تأثیر گذار است و هم متأثر، هم فرستنده است و هم گیرنده. انسان این موجود اجتماعی که همواره در پی گریز از تنهایی و برقراری ارتباط با دنیای محیط خود بوده است امروز به ابزارهای متنوع و پیشرفته ای دست یافته و به نظر می رسد که هر روز بیشتر بر گستره ارتباطات خود می افزاید. حال این ارتباط به صورت مستقیم و چهره به چهره، و در دنیای حقیقی باشد یا در دنیایی مجازی در درون این دنیای حقیقی.

در دنیای مجازی امروز، که ارتباطات انسانی با اختراع اینترنت و ابزارهای گوناگون آن اعم از وب سایت، وبلاگ، ایمیل، فروم، چت روم یا پودکست، و نظایر آنها، معنی و مفهوم تازه ای یافته

¹ Manuel Castles

است، انسان و زندگی انسانی در معرض عوامل روانشناختی تازه ای قرار دارد. محیط مجازی سایبر که با بکارگیری ابزارهای رایانه ای شکل می گیرد امکان برقراری روابط تازه ای را به نام روابط مجازی فراهم کرده است. پرسش این است آیا انسان می تواند با تکیه بر ابزارهای جدید ارتباطی مانند وبلاگ و استفاده از آنها به واقع بر گستره روابط خود بیافزاید به گونه ای که دیگر از احساس تنهایی رنج نبرد؟ و آیا روابط مجازی و دنیای سایبر می توانند پاسخگوی نیاز انسان در گریز از انزوا باشند؟ این انزوا را چگونه باید تعریف کرد؟ روانشناسی چه پاسخی می تواند پیدا کند؟ سایبر سایکولوژی چه می گوید؟ این ها و مسایلی از این دست ضرورت انجام تحقیقات نظری و میدانی مختلف را پیش می آورند.

۱-۲- طرح مسأله

با توجه به آنچه در مقدمه آمد، تغییر در مناسبات اجتماعی، نحوه زندگی و نیز اهمیت بیشتری که امروزه به فردیت افراد داده می شود و نقشی که رسانه ها هر روز بیشتر در ایجاد این فردیت (از تلویزیون تا اینترنت) ایفا می کنند، این مسأله را در حوزه روانشناسی مطرح می کند که رابطه احتمالی موجود میان روی آوری به وبلاگ، رسانه نوظهور اینترنتی، و روابط مجازی از طریق آن، و احساس تنهایی چگونه است. به بیان دیگر؛ این که آیا میان میزان پرداختن به روابط مجازی بویژه از طریق وبلاگ و احساس تنهایی درونی رابطه ای وجود دارد؟ این رابطه بر پایه تأثیر مثبت است یا منفی؟ در واقع، این که آیا بسامد و میانگین احساس تنهایی میان افرادی که به وبلاگ روی می آورند، چه به عنوان بلاگر یا بلاگ خوان نسبت به دیگرانی که هیچ علاقه یا سر و کاری با وبلاگ ندارند، بیشتر است یا نه و آیا میان میزان بهره مندی از وبلاگ و احساس تنهایی رابطه ای وجود دارد یا خیر، از جمله مسائل اساسی در این حوزه است.

در این میان باید نقش نگرش افراد نسبت به روابط مجازی را بررسی کرد و این که آیا روی آوری به وبلاگ نویسی و یا وبلاگ خوانی بر نگرش افراد نسبت به روابط مجازی نا همزمان^۲ و در نتیجه بروز احتمالی احساس تنهایی آنان در پی پرداختن به روابط وبلاگی تأثیری دارد؟ به عبارت دیگر؛ باید روشن کرد که نگرش به عنوان یک متغیر میانجی چه نقشی در استفاده از اینترنت دارد. آیا افرادی که نسبت به روابط مجازی بلاگی نگرش مثبتی دارند بیشتر به برقراری این نوع از روابط روی می آورند و آیا این امر با بروز احساس تنهایی بیشتر در این افراد نسبت به دیگران، رابطه ای دارد یا خیر؟

۱-۳- ضرورت و اهمیت موضوع

امیل دورکیم^۳ در اثر معروف خودکشی به این نتیجه دست می یابد که خودکشی بیش از آن که از تنگدستی، مرض یا حتی نقص عضو ناشی باشد از خلأ بین فرد و جامعه یا کاستی در روابط انسانی نشأت می گیرد. و شاید فلسفه صله رحم در اسلام نیز همین باشد که با بیرون کشیدن فرد از تنهایی می توان او را به زندگی امیدوار ساخت و موجبات فراموشی بسیاری از ابتلائات او را فراهم نمود (ساروخانی، ۱۳۸۴: ۲۶-۲۵).

با این حال امروز که در عصر اطلاعات و اینترنت با انواع ابزارها و امکان های گوناگون ارتباطی رو به رو هستیم، باز هم باید صحبت از تنهایی و انزوا باشد؟

سرعت گسترش اینترنت در جهان طبق آمارهای رسمی جهانی به حدی است که تا کنون حدود یک چهارم جمعیت کل جهان را به خود مشغول کرده است. در ایران نیز این آمار به بیش از ۳۲ میلیون نفر یعنی بیش از نیمی از کاربران خاورمیانه رسیده است (برگرفته از سایت www.InternetWorldState.com).

^۲ Off-line

^۳ E.Durkheim

در این میان، وبلاگ به عنوان یکی از کاربردی ترین ابزارهای اینترنت که به تدریج به یک رسانه تبدیل می شود (و شاید شده باشد)، در جهان با ضریب نفوذی برابر با ظهور یک وبلاگ در هر ثانیه می رود که پر طرفدارترین ابزار رسانه ای اینترنتی شود (برگرفته از سایت www.aftab.ir). مسلماً ایران نیز از این آمار سرسام آور سهمی برده است. از سال ۱۳۸۰ که نخستین وبلاگ در ایران رسماً بر روی اینترنت آمد، تا کنون حدود دو میلیون وبلاگ راه اندازی شده است (الوندی، ۱۳۸۸: ۱۰). سرویس های خدماتی گوناگونی از جمله پرشین بلاگ، بلاگ اسکای، بلاگفا، و ... شکل گرفته اند که با ارائه خدمات رایگان در ساخت و طراحی وبلاگ ها رشد روز افزون آنها را سرعت می بخشند.

به هر صورت با توجه به این گسترش سریع اینترنت و روی آوردن به ویژه نسل جوان به ابزارهایی چون وبلاگ بحث شکل گیری جامعه شبکه ای، فضای مجازی و روابط مجازی نه تنها در جهان بلکه در ایران نیز موضوعی قابل تأمل است.

اینترنت و فضای مجازی حاصل از آن امکان تعاملات دو سویه را فراهم کرده است. جهانی شبکه ای که در آن مدام جای گیرنده و فرستنده پیام عوض می شود و هرکس، هر گروه، و هر کشور و ملتی امکان عرضه اندوخته های فرهنگی خود را دارد (فرقانی، ۱۳۸۴ به نقل از الوندی، ۱۳۸۸: ۲۳). در اجتماعات مجازی افراد برای مبادله بحث و لطیفه، مشارکت در بحث روشنفکری، انجام تجارت، مبادله دانش، حمایت های احساسی، برنامه ریزی، بارش مغزی، سخن چینی، عداوت، معاشقه، دوستی و قهر، بازی، تولید هنر خلاقه و بسیاری امور دیگر از صفحه نمایشگر رایانه استفاده می کنند (اسلوین، ۱۳۸۰: ۳). دنیای به ظاهر بسیار کارآمد اینترنت با انواع خدماتی که از طریق آن ارائه می شود افراد را از انجام حضوری بسیاری از امور فارغ می کند. حال این امور، تجاری باشند یا تفریحی یا در جهت کسب دانش و اطلاعات. دنیایی بسیار جذاب که در آن می توان با صرف وقت کمتر از بسیاری مسایل اعم از سیاسی، اقتصادی، علمی، تفریحی، و... آگاهی یافت و با افراد بسیاری در نقاط مختلف دنیا و از طبقات اجتماعی مختلف در رده های سنی گوناگون و از هر دو جنس زن

و مرد بی هیچ تمایزی ارتباط برقرار کرد و طرح دوستی ریخت. و این امکان در هر زمان و در هر مکان وجود دارد. زمان و مکان در دنیای مجازی مفهومی ندارد.

اما باید توجه داشت که این تنها یک روی سکه است. مطالعات نشان داده اند که تنهایی و انزوای اجتماعی همچنان گریبانگیر بشر امروز هست. از جمله در مطالعه ای که در دانشگاه اوهایو انجام گرفت نشان داده شد که میزان احساس تنهایی پس از ارتباط اینترنتی نسبت به ارتباط حقیقی و چهره به چهره به طور معنی داری افزایش می یابد. دریفوس در کتاب نگاه فلسفی به اینترنت متجسد نبودن فرد کاربر در تعامل های فضای مجازی را نه تنها امتیازی برای این نوع روابط نمی داند، بلکه آن را آسیبی برای این نوع داد و ستد ها بر می شمرد. وی معتقد است که از دست رفتن بدن ها در فضای مجازی باعث از بین رفتن ارتباط، مهارت، واقعیت و معنا در زندگی انسان می شود (خانیکی، ۱۳۸۳).

کمبود دوستان نزدیک و صمیمی عاملی است که عموماً به نوعی ناراحتی و فشار عاطفی می انجامد و آن را اصطلاحاً احساس تنهایی می نامند. این احساس با آگاهی شناختی درباره کمبود روابط اجتماعی آغاز می شود و این آگاهی شناختی با بروز نشانه های عاطفی همچون احساس غم، خالی بودن، دور افتادگی از دیگران و در نهایت عدم احساس رضایت عاطفی و سلامت روانشناختی آشکار می شود (Marano, 2007). تنهایی که آن را تجربه عاطفی دردناک، ترس آور، عام و خطیری تعریف می کنند که پیامد های آسیب شناختی روانی گسترده ای دارد (Fromm & Reichman, 1959)، و ممکن است از تبعات آن به افسردگی، اضطراب، اعتیاد، و حتی خودکشی و سایر مشکلات روانشناختی و البته فیزیولوژیکی از جمله افزایش فشار خون، تضعیف عملکرد سیستم ایمنی بدن، و کاهش طول عمر بیانجامد، به کیفیت زندگی افراد لطمه وارد کرده و موجب می شود در نتیجه ضعف اعتماد به نفس، نا کارآمدی مهارت های حل مسأله، خود گردانی، توانایی درک دیگران و قضاوت درباره آنان و ضعف اراده حتی فرصت های بسیاری را در مسیرهای تحصیلی، شغلی، روابط نزدیک و تشکیل خانواده از دست بدهند. ضمن این که در نتیجه روابط

اجتماعی سطحی و بعضاً محدود از حمایت های اجتماعی نیز برخوردار نشوند. کاهش بهره وری و تبعات اجتماعی- روانشناختی- اقتصادی آن را هم نباید نادیده گرفت! تنهایی از دید کاجیوپو^۴ چیزی است که اگر کنترل نشود مانند سرطان در جامعه ریشه می کند (پیربازاری، ۱۳۸۹: ۲۲۷).

از آنجایی که بنا بر مطالعات؛ تعداد دفعات تماس و یا تعداد دوستان لزوماً به معنای عدم بروز احساس تنهایی نمی باشد و در احساس تنهایی کیفیت روابط مهمتر از کمیت آنان است، از اینرو، حضور اینترنت و ابزارهای ارتباطی آن که به تعدد بسیار گسترده روابط می انجامد شاید لزوماً به کاهش احساس تنهایی نیانجامد و شاید حتی با افزایش آن نیز رابطه داشته باشد (فیض الهی، ۱۳۸۹: ۲۲۹). چرا که این روابط گسترده مجازی شاید خود کمتر شدن روابط افراد با اعضای خانواده، وابستگان و دوستان را به همراه داشته باشد. به هر صورت، با توجه به مطالعات گوناگون انجام گرفته، به نظر می رسد که اینترنت و به دنبال آن پدیده وبلاگ و وبلاگ نویسی و آثار روانشناختی ناشی از آن هر روز در دنیا اهمیت بیشتری می یابد و ایران نیز مستثنی نمی باشد. با گسترش سریع وبلاگ نویسی و روی آوری به روابط مجازی بویژه در میان جمعیت کثیر جوانان و تغییر سبک زندگی، خوب است که توجه به آثار روانشناختی احتمالی آن از جمله تنهایی و انزوا به منظور شناسایی، پیشگیری و حل برخی مشکلات بالقوه این پدیده از جمله ضروریات پژوهش های حوزه روانشناسی ایران به شمار آید.

۱-۴- اهداف تحقیق

اهداف اصلی این تحقیق را می توان در قالب موارد زیر بر شمرد:

- بررسی آثار روانشناختی رسانه وبلاگ بر احساس تنهایی کاربران.
- بررسی تأثیر رسانه وبلاگ بر نگرش افراد نسبت به روابط مجازی از طریق وبلاگ.

⁴ J.Cacioppo

- بررسی تأثیر نگرش افراد نسبت به روابط مجازی بلاگی بر احساس تنهایی آنان.

اهداف فرعی تحقیق عبارتند از:

- بررسی رابطه میان اعتماد به روابط مجازی بلاگی و احساس تنهایی.
- معرفی گرایش روانشناسی رسانه در حوزه روانشناسی اجتماعی و تأکید بر اهمیت آن.

- معرفی روانشناسی سایبر و تأکید بر اهمیت آن.

البته باید در نظر داشت از آنجا که در این پژوهش هدف تنها بررسی رابطه همبستگی است، نتیجه کسب شده بر هیچ ادعایی مبنی بر وجود رابطه علت و معلولی احتمالی و یا تعمیم نتایج به سایر جوامع آماری مبتنی نمی باشد.

۱-۵- فرضیه های تحقیق

برای پاسخگویی به پرسش های اساسی این تحقیق که بررسی رابطه میان میزان بهره مندی از وبلاگ و دو متغیر نگرش افراد نسبت به روابط مجازی، و میزان احساس تنهایی آنها می باشد، مهمترین فرضیه هایی که به نظر می رسند در موارد ذیل قابل طبقه بندی هستند:

- وبلاگ نویسی یا وبلاگ خوانی با احساس تنهایی کاربران رابطه دارد.
- وبلاگ نویسی یا وبلاگ خوانی با نگرش افراد نسبت به روابط مجازی رابطه دارد.
- نگرش افراد نسبت به روابط مجازی بلاگی با احساس تنهایی افراد رابطه دارد.

۱-۶- مفاهیم اصلی تحقیق:

مهمترین مفاهیم این تحقیق عبارتند از:

- **تنهایی:** احساس شدید منزوی بودن که بر تمایل برای انجام کاری مشارکتی با دیگران اثر می‌گذارد و بر اساس آن فرد تنها به راحتی با دیگران روابط برقرار نمی‌کند.
- **نگرش:** آمادگی ذهنی فرد است که ترکیب شناخت‌ها، احساس‌ها، و آمادگی برای عمل نسبت به یک چیز معین بوده و می‌تواند مثبت یا منفی باشد. فرد بر اساس آن آمادگی انجام یا عدم انجام فعالیتی را از خویش بروز می‌دهد.
- **وبلاگ:** شکل خاصی از وب که مطالب آن عموماً توسط بلاگر (نویسنده وبلاگ) به زبانی ساده و به تناوب زمانی جدید به قدیم به روز می‌شود. محتوی وبلاگ می‌تواند تصویری، صوتی یا نوشتاری باشد.
- **روابط مجازی^۵:** به روابطی گفته می‌شود که افراد از طریق اینترنت و در محیط سایبر برقرار می‌کنند. در این گونه روابط افراد ممکن است برای یکدیگر کاملاً ناشناس باشند. در این پژوهش، از میان روابط مجازی میزان بهره‌مندی از وبلاگ مورد نظر است.
- **روانشناسی رسانه:** گرایشی در حوزه روانشناسی اجتماعی که به بررسی چگونگی درک، تفسیر، استفاده و واکنش افراد به جهان مملو از رسانه می‌پردازد و با شناسایی مشکلات بالقوه رسانه در جهت بهبود آثار مثبت آن می‌کوشد.

⁵ Virtual Relations