

Prediction of Students Self Esteem Status Based on the Degree of Tendency Towards Social Networks

Nahid Zeini Hassanvand¹ , Karamollah Javanmard² , and Haneyeh Sahraee³ 

1. Corresponding Author, Assistant Professor and Faculty Member of Faculty of Humanities, Ayatollah Borujerdi University, Borujerd, Iran. Email: n.hasanvand@abru.ac.ir
2. Assistant Professor of Sociology and Faculty Member of Humanities, Ayatollah Borujerdi University, Borujerd, Iran. Email: k.javanmard@abru.ac.ir
3. M.A. in Sociology, Department of Humanities, Ayatollah Borujerdi University, Borujerd, Iran. Email: nahidzeini@ymail.com

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received 01 April 2026
Received in revised form 04 August 2026
Accepted 04 September 2026
Available online 23 September 2026

Keywords:
Media Literacy,
Self Esteem,
Social Relations,
Student,
Virtual Social Networks

ABSTRACT

Objective: This study was conducted with the aim of predicting students self-worth based on the degree of tendency toward social networks among students of Ayatollah al-Uzma Borujerdi University. This objective is grounded in the premise that understanding the relationship between the tendency toward social networks and self-worth can contribute to the design of effective educational and psychological interventions aimed at promoting students mental health.

Method: The research was descriptive and of a correlational type. The statistical population comprised all students of Ayatollah Borujerdi University, numbering 5,247 individuals. Through stratified sampling, 358 participants were selected and responded to Youngs Internet Addiction Questionnaire (1999) and Coopersmiths Self-Esteem Questionnaire (1967). This methodological design facilitates the simultaneous examination of variables and the analysis of predictive relationships among them within the target population.

Results: The results indicated that there exists a positive and significant relationship between the degree of tendency toward social networks and self-worth ($r = 0.302$, $p = 0.000$), as well as its components (with the exception of social self-worth). The results of regression analysis indicated that the level of overall self-worth and its components (with the exception of social self-worth) among students can be predicted on the basis of the degree of tendency toward social networks to the extent of 30.2 percent. This finding suggests that the tendency toward social networks constitutes one of the significant predictors of self-worth among university students.

Conclusions: The individual user, through purposeful and conscious use and the ability to control and manage social networks coupled with media literacy, can improve and enhance their self-worth status through the use of social networks. This conclusion underscores the necessity of equipping students with critical media literacy skills in order to optimize their utilization of social networks and prevent their potentially detrimental effects.

Cite this article: Zeini Hassanvand, N., Javanmard, K., Sahraee, H. (2026). Prediction of Students Self Esteem Status Based on the Degree of Tendency Towards Social Networks. *New Research in Islamic Humanities Studies*, 5 (11), 1-19. <https://doi.org/10.22034/api.2026.2070223.1451>



© Author(s) retain the copyright and full publishing rights.

Publisher: Lorestan University.

DOI: <https://doi.org/10.22034/api.2026.2070223.1451>

Introduction

The use of social media has become one of the most popular digital activities worldwide, with the global usage rate reaching 49 percent by January 2020. The number of users is projected to increase from 4.26 billion in 2021 to approximately six billion by 2027. Internet users spend an average of 144 minutes daily on social media. Over the past decade, concerns regarding adolescent mental health have grown in parallel with increased social media use. One prominent line of research examines the relationship between social network use and subjective well being a multidimensional concept encompassing life evaluation, domain satisfaction, positive affect, and the absence of negative affect. A fundamental component of subjective well being is self worth (self esteem), which refers to an individuals subjective evaluation of their worth and competence and originates from the discrepancy between the perceived self and the ideal self. High self worth is associated with happiness, self confidence, and a positive attitude, whereas low self worth is linked to pessimism and self deprecation. High self worth renders individuals resilient against psychological pressures and influences their perception, interpretation, and emotional reactions. Evidence indicates that the majority of virtual social network users are young university students, and Iranian youth society is no exception. Given contradictory research findings on the relationship between social network inclination and self worth, this study was conducted to predict students self worth status based on their degree of inclination toward social networks among students of Ayatollah al Uzma Borujerdi University.

Method

The research was descriptive and correlational. The statistical population included all students of Ayatollah Boroujerdi University, numbering 5247 people. 358 people were selected by stratified sampling method and responded to Youngs internet addiction questionnaire (1999) and Cooper Smiths self esteem questionnaire (1967). This methodological design enables the simultaneous examination of multiple variables and the identification of predictive relationships within the target population.

Results

The results showed that there is a positive and meaningful relationship between the degree of tendency towards social networks and self esteem ($r=0.302$ and $p=0.000$) as well as its components (except for social self esteem). The results of regression analysis showed that the level of overall self esteem and its components (except for social self esteem) in students can be predicted based on the degree of tendency towards social networks as much as 30.2%. These findings suggest that the relationship between social network usage and self esteem is more nuanced than previously assumed, with certain dimensions of self esteem being more susceptible to influence than others.

Conclusions

This study aimed to predict students self worth based on their tendency toward social networks at Ayatollah Boroujerdi University. The findings indicated a positive and significant relationship

between the tendency toward social networks and overall self worth and its components (except for social self worth); that is, as the tendency toward social networks increases, the mean self worth score likewise increases. This result aligns with studies by Valkenburg et al. (2017), Burke (2013), and Faraon and Kaipainen (2014), but diverges from certain others. Self worth is one of the most important factors moderating psychological and social pressures, formed on the basis of family context, social interactions, body image, and a sense of self esteem. The impact of social media on self worth depends on an individuals ability to use the internet, prior vulnerabilities, and developmental contexts. Social comparison with published content may reduce self worth, whereas receiving positive feedback such as "likes" can enhance it. Individuals with a coherent identity and stable personality employ self worth as a cultural shield against the negative effects of social networks. Conversely, inappropriate and aimless use of social networks typically arising from a lack of coherent identity or insufficient media literacy can lead to a reduction in self worth. The present study faced limitations such as the correlational design, the use of questionnaires, and the restriction of the sample to a specific location. Accordingly, it is recommended that media literacy education be given attention for all segments of society, and that future research examine the role of social networks in reducing self worth, their impact on suicidal thoughts and behaviors, the effectiveness of digital interventions, and experimental studies taking into account different patterns of use and moderating variables.

Author Contributions

All authors contributed equally to the conceptualization of the article and writing of the original and subsequent drafts.

Data Availability Statement

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

The authors would like to thank the anonymous reviewers for their insightful comments and constructive feedback, which significantly improved the quality of this manuscript. We also extend our gratitude to our colleagues for their valuable discussions and technical support throughout this research.

Ethical Considerations

The authors strictly adhered to the highest standards of research integrity. The authors avoided data fabrication, falsification, plagiarism, and any other form of scientific misconduct.

Funding

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not for profit sectors.

Conflict of Interest

The authors declare no conflict of interest.



پیش‌بینی وضعیت خودارزشمندی دانشجویان بر اساس میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی

ناهید زینی حسونند^۱، کرم اله جوانمرد^۲، هانیه صحرایی^۳

۱. نویسنده مسئول، استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آیت اله بروجردی، بروجرد، ایران. رایانامه: n.hasanvand@abru.ac.ir

۲. استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آیت اله بروجردی، بروجرد، ایران. رایانامه: k.javanmard@abru.ac.ir

۳. کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آیت اله بروجردی، بروجرد، ایران. رایانامه: nahidzeini@ymail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: این پژوهش با هدف پیش‌بینی خودارزشمندی دانشجویان براساس میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی در دانشجویان دانشگاه آیت‌الله العظمی بروجردی انجام شد. این هدف بر این پیش‌فرض استوار است که شناخت رابطه میان گرایش به شبکه‌های اجتماعی و خودارزشمندی می‌تواند به طراحی مداخلات آموزشی و روان‌شناختی مؤثر برای ارتقای سلامت روان دانشجویان کمک کند.
تاریخچه مقاله: تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۱/۱۲ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۰۵/۱۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۶/۱۳ تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۷/۰۱	روش پژوهش: پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی بود. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان دانشگاه آیت‌الله بروجردی به تعداد ۵۲۴۷ نفر بود. با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تعداد ۳۵۸ نفر انتخاب و به پرسشنامه اعتیاد به اینترنت یانگ (۱۹۹۹) و خودارزشمندی کوپراسمیت (۱۹۶۷) پاسخ دادند. این طراحی روش شناختی امکان بررسی همزمان متغیرها و تحلیل روابط پیش‌بینانه میان آنها را در جامعه هدف فراهم می‌سازد.
کلیدواژه‌ها: خودارزشمندی، دانشجوی، روابط اجتماعی، سواد رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی مجازی	یافته‌ها: نتایج نشان داد بین میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی و خودارزشمندی ($r = 0.302$ و $p = 0.000$) و همچنین مؤلفه‌های آن (به استثنای خودارزشمندی اجتماعی) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که میزان خودارزشمندی کلی و مؤلفه‌های آن (به استثنای خودارزشمندی اجتماعی) در دانشجویان براساس میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی به اندازه ۲/۳۰ درصد قابل پیش‌بینی است. این یافته حاکی از آن است که گرایش به شبکه‌های اجتماعی یکی از پیش‌بین‌های معنادار خودارزشمندی در میان دانشجویان محسوب می‌شود.
	نتیجه‌گیری: فرد کاربر با استفاده هدفمند، آگاهانه و توانایی کنترل و مدیریت توأم با سواد رسانه‌ای از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند همراه با استفاده از شبکه‌های اجتماعی وضعیت خودارزشمندی خود را بهبود بخشیده و افزایش دهد. این نتیجه‌گیری بر ضرورت تجهیز دانشجویان به مهارت‌های سواد رسانه‌ای انتقادی برای بهره‌گیری بهینه از شبکه‌های اجتماعی و پیشگیری از اثرات زیان‌بار احتمالی آنها تأکید می‌ورزد.

استناد: زینی حسونند، ناهید؛ جوانمرد، کرم اله و صحرایی، هانیه. (۱۴۰۵). پیش‌بینی وضعیت خودارزشمندی دانشجویان بر اساس میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی. پژوهش‌های نوین در مطالعات علوم انسانی اسلامی، (۱۱)، ۵، ۱۹-۱.

<https://doi.org/10.22034/api.2026.2070223.1451>



DOI: <https://doi.org/10.22034/api.2026.2070223.1451>

© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه لرستان.

مقدمه

استفاده از رسانه های اجتماعی یکی از محبوب ترین فعالیت های دیجیتال در سراسر جهان است. تا ژانویه ۲۰۲۰، نرخ استفاده جهانی از رسانه های اجتماعی به ۴۹ درصد رسید. در سال ۲۰۲۱، بیش از ۴.۲۶ میلیارد نفر در سراسر جهان از رسانه های اجتماعی استفاده می کردند که پیش بینی می شود این رقم با توجه به توسعه زیرساخت ها و در دسترس بودن دستگاه های تلفن همراه ارزان تر، در سال ۲۰۲۷ به تقریباً شش میلیارد افزایش یابد (استیستسا^۱، ۲۰۲۳). اکثر مردم گزارش می دهند که روزانه از سایت های شبکه های مجازی استفاده می کنند و حساب های خود را چندین بار در روز چک می کنند (همپتون، گولت، راینی، و پرسل^۲، ۲۰۱۱)؛ بنابراین بدیهی است که شبکه های اجتماعی^۳ به بخش مهمی از زندگی روزمره برای بسیاری از مردم تبدیل شوند. به طور متوسط، کاربران اینترنت ۱۴۴ دقیقه در روز را در رسانه های اجتماعی و برنامه های پیام رسان ها صرف می کنند که نسبت به سال ۲۰۱۵ بیش از نیم ساعت افزایش یافته است (استیستسا، ۲۰۲۳).

تقریباً در دهه گذشته، به دلیل افزایش استفاده از رسانه های اجتماعی، نگرانی های مربوط به سلامت روان نوجوانان افزایش یافته است (دالی^۴، ۲۰۱۸؛ اوربن^۵، ۲۰۲۰؛ توینگ و همکاران^۶، ۲۰۱۸). تجارب نوجوانان با رسانه های اجتماعی متنوع است و طیف وسیعی از پیامدهای احتمالی برای سلامت روان را در بر دارد. اخیراً، محققان خواستار شناسایی تجربیات خاص مرتبط با رسانه های اجتماعی شده اند که ممکن است سلامت و رشد روانی مثبت را ارتقاء داده و یا مانع از تحقق آن شود (گرانیک و همکاران^۷، ۲۰۲۰؛ هامیلتون و همکاران^۸، ۲۰۲۲؛ اودگر و جنسون^۹، ۲۰۲۰؛ پرینستین^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۰).

یکی از خطوط برجسته پژوهشی، بررسی رابطه استفاده از شبکه های اجتماعی با بهزیستی ذهنی^{۱۱} است. بهزیستی ذهنی مفهومی چندبعدی است که شامل ارزیابی کلی فرد از زندگی، رضایت از حوزه های مختلف زندگی، وجود عاطفه مثبت و فقدان عاطفه منفی می شود (دینر^{۱۲}، ۲۰۰۰). یکی از مؤلفه های اساسی بهزیستی ذهنی، خودارزشمندی (عزت نفس) است. خودارزشمندی بخشی از خودپنداره محسوب می شود (کاست و بورک^{۱۳}، ۲۰۰۲) و به ارزیابی ذهنی فرد از ارزش و شایستگی خود اشاره دارد (کوپراسمیت، ۱۹۶۷). اگرچه خودارزشمندی برای اغلب افراد نسبتاً پایدار است (ترزنیفسکی، دونلان، و رابینز^{۱۴}، ۲۰۰۳)، اما در برخی افراد می تواند نوسان پذیر باشد (بالدوین و سینکلر^{۱۵}، ۱۹۹۶؛ گرینیر، کرنیس و واشول، ۱۹۹۵). خودارزشمندی از تفاوت بین خود ادراک شده، خودپنداره و خود ایده آل نشأت می گیرد؛ به طوری که فاصله کم میان این دو، منجر به خودارزشمندی بالا و فاصله زیاد بین آنها به خودارزشمندی پایین می انجامد (کاست و بورک، ۲۰۰۲). از نظر هریس و همکاران (۲۰۱۸)، به نقل از عباس پور و همکاران (۱۴۰۲) کمبود خودارزشمندی موجب بروز مشکلات رفتاری در نوجوانان می شود. در نهایت، خودارزشمندی بالا با شاد بودن، اعتماد به نفس، داشتن نگرش مثبت و خوش بینانه نسبت به زندگی همراه است، در حالی که خودارزشمندی پایین با بدبین بودن، عدم اعتماد به توانایی ها و داشتن یک نگرش کلی خود تحقیر گرا همراه است (باومیستر کمبل، کروگر، و وهس^{۱۶}، ۲۰۰۳).

1. Statista
2. Hampton, K., Goulet, L., Rainie, L., Purcell, K.
3. Social Networking Sites (SNS).
4. Daly, M.
5. Orben, A.
6. Twenge et al.
7. Granic et al.
8. Hamilton et al.
9. Odgers, C.L. & Jensen, M.R.
10. Prinstein et al.
11. subjective well-being
12. Diener, E.
13. Cast, A. D., & Burke, P. J.
14. Trzesniewski, K. H., Donnellan, M. B., & Robins, R. W.
15. Baldwin, M. W., & Sinclair, L.
16. Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D.

تحقیقات نشان داده است که خود ارزشمندی بالا، فرد را در مقابل انواع مشکلات و مسائل زندگی، فشارهای روانی و موارد مرتبط آن مقاوم خواهد کرد (هنریکس^۱ و همکاران، ۲۰۱۷: ۹). همچنین خودارزشمندی به عنوان عاملی است که می تواند درک و تفسیر و واکنش های هیجانی فرد را تحت تأثیر قرار دهد و نیز می تواند در میزان استرس زایی رویدادها، عاملی تعیین کننده باشد. خودارزشمندی به منزله مجموع بازخوردها و عقایدی است که فرد در روابط خویش با دنیای بیرونی ابراز می دارد، یعنی بیان عدم تأیید یا تأیید فرد نسبت به انتظار موفقیت، پذیرش و واکنش به تعیین کننده های شخصی (امینی هارونی و همکاران، ۱۴۰۰).

شواهد نشان می دهد اکثریت کاربران شبکه های اجتماعی مجازی را جوانان دانشجو تشکیل می دهند و جامعه جوان ایرانی نیز از این قاعده مستثنی نیست. جوانان دانشجو یکی از اساسی ترین گروه هایی هستند که به خاطر ویژگی های مرتبط با دوران جوانی همواره بیشترین تأثیر را از رسانه های نوین دیجیتالی پذیرفته اند، به گونه ای که با گسترش شبکه های اجتماعی مجازی مختلف، انتخاب هویتی منسجم و یگانه و کسب ویژگی های شخصیتی سالم و نسبتاً پایدار در آنان را با مشکل و بحران مواجه کرده اس. با توجه به وجود نتایج پژوهشی متناقض در مورد رابطه بین میزان گرایش به شبکه های اجتماعی و خود ارزشمندی و این که یکی از جنبه های بحث برانگیز شبکه های اجتماعی تأثیر این شبکه ها بر خود ارزشمندی کاربران است این موضوع پژوهشی انتخاب شده است، ولذا سوال اساسی این پژوهش آن بود که آیا میزان خود ارزشمندی جوانان را می توان بر اساس میزان گرایش به شبکه های اجتماعی پیش بینی کرد؟ در مجموع این پژوهش باهدف پیش بینی وضعیت خود ارزشمندی دانشجویان براساس میزان گرایش به شبکه های اجتماعی در دانشجویان دانشگاه آیت اله العظمی بروجردی انجام شده است.

پیشینه تحقیق

پژوهش های داخلی

در ایران پژوهش های متعددی به بررسی پیامدهای استفاده از فضای مجازی و شبکه های اجتماعی پرداخته اند. کرمی و امینی گلپه (۱۳۹۱) نشان دادند خودارزشمندی عمومی، اجتماعی، خانوادگی و کلی با اعتیاد به اینترنت رابطه منفی و معنادار دارد و خودارزشمندی اجتماعی و خانوادگی می توانند اعتیاد به اینترنت را پیش بینی کنند. حسینی و الماسی (۱۳۹۴) نیز در مطالعه ای روی دانشجویان علوم پزشکی اهواز و بوشهر گزارش کردند که خودارزشمندی عملکردی به طور معناداری اعتیاد به فیس بوک را پیش بینی می کند.

حسینی نسب و همکاران (۱۳۹۹) در مقایسه کاربران و غیرکاربران شبکه های اجتماعی در میان دانش آموزان شهر تبریز نشان دادند کاربران شبکه های اجتماعی از سلامت روان و سرمایه اجتماعی پایین تری برخوردارند. در پژوهشی دیگر، محمدی و همکاران (۱۴۰۳) دریافتند استفاده افراد دارای معلولیت از فضای مجازی با اعتماد بین فردی، اعتماد تعمیم یافته، اعتماد نهادی، همیاری، حمایت اجتماعی و انسجام اجتماعی رابطه مثبت دارد، اما با مشارکت اجتماعی و روابط اجتماعی رابطه معکوس و معنادار نشان می دهد.

هریس^۲ (۲۰۱۹) در یک فراتحلیل شامل ۵۲ پژوهش با بیش از ۴۷ هزار شرکت کننده که بین سال های ۱۹۹۲ تا ۲۰۱۶ انجام شده بودند، نشان داد روابط اجتماعی مثبت، حمایت و پذیرش اجتماعی نقش مهمی در شکل گیری و تقویت خودارزشمندی در گستره سنی ۴ تا ۷۶ سال دارند. همچنین، وود و اسکات^۳ (۲۰۱۶) در مطالعه ای روی ۴۶۷ نوجوان اسکاتلندی گزارش کردند نوجوانانی که استفاده بیشتری از رسانه های اجتماعی داشتند یا از نظر عاطفی سرمایه گذاری بیشتری در این فضا انجام می دادند، کیفیت خواب پایین تر، سطوح بالاتری از اضطراب و افسردگی و خودارزشمندی پایین تری را تجربه می کردند.

1. Henriksen
2. Harris, Michelle A,
3. Woods, Heather Cleland; Scott, Holly

برخی پژوهش ها به سازوکارهای نظری رابطه خودارزشمندی و استفاده از شبکه های اجتماعی پرداخته اند. بر اساس دیدگاه کاست و بورک (۲۰۰۲)، خودارزشمندی در ارتباط با شبکه های اجتماعی می تواند به سه شیوه مفهوم سازی شود: پیامد استفاده؛ به این معنا که خودارزشمندی در نتیجه فرایندهای شناختی-اجتماعی افزایش یا کاهش می یابد (کوپر اسمیت^۱، ۱۹۶۷؛ روزنبرگ^۲، ۱۹۷۹). در همین راستا، هوانگ^۳ (۲۰۱۷) و فرضیه جایگزینی مطرح می کنند که جایگزینی روابط چهره به چهره با تعاملات آنلاین سطحی (مانند مشاهده پروفایل افراد ناشناس) می تواند به کاهش خودارزشمندی منجر شود. عامل محافظتی؛ به این معنا که خودارزشمندی می تواند مانعی در برابر پیامدهای منفی فعالیت های آسیب زا در شبکه های اجتماعی باشد (پرلین و اسکولار^۴، ۱۹۷۸؛ لانگمور و دماریس^۵، ۱۹۹۷). انگیزه فردی؛ بدین معنا که سطح خودارزشمندی می تواند شیوه و انگیزه استفاده از شبکه های اجتماعی را شکل دهد (تسر^۶، ۱۹۸۸). بر اساس فرضیه جبران اجتماعی، افراد با خودارزشمندی پایین ممکن است تعاملات آنلاین را جایگزینی برای روابط آفلاین دانسته و از آن برای افزایش سرمایه اجتماعی خود استفاده کنند (کراوت و همکاران^۷، ۲۰۰۲؛ استاین فیلد، الیسون و لامپ^۸، ۲۰۰۸). در سال های اخیر، یافته های تجربی متعددی این روابط را تأیید کرده اند. وانگ و همکاران (۲۰۱۸) در مطالعه ای روی ۳۶۵ نوجوان چینی نشان دادند اعتیاد به شبکه های اجتماعی با افسردگی رابطه مثبت دارد و نشخوار فکری نقش میانجی در این رابطه ایفا می کند؛ همچنین، این مسیر در نوجوانان دارای خودارزشمندی پایین قوی تر بود. سابفو و همکاران (۲۰۲۰) در یک فراتحلیل بزرگ شامل ۱۲۱ پژوهش و بیش از ۹۱ هزار شرکت کننده، به رابطه منفی و معنادار، هرچند کوچک، بین استفاده از شبکه های اجتماعی و خودارزشمندی دست یافتند. آنان تأکید کردند که این رابطه الزاماً علی نیست و ممکن است افراد دارای خودارزشمندی پایین بیشتر به روابط آنلاین گرایش داشته باشند.

از سوی دیگر، لیو، باومیستر و یانگ^۹ (۲۰۲۴) با فراتحلیل ۲۹۲ مطالعه نشان دادند رابطه کلی استفاده از رسانه های دیجیتال با سلامت روان ضعیف است و تأثیر آن به نحوه استفاده بستگی دارد؛ به گونه ای که استفاده تفریحی با سلامت و بهزیستی بالاتر و رفتارهای خودنمایشی و مصرف گرایانه با سلامت پایین تر همراه بود. همچنین، کسل و همکاران^{۱۰} (۲۰۲۲) در فراتحلیلی بر ۳۱ پژوهش مستقل گزارش کردند که خودارزشمندی پایین یکی از ویژگی های کلیدی استفاده مشکل دار از گوشی هوشمند است. در نهایت، یو و همکاران^{۱۱} (۲۰۲۳) نشان دادند دخترانی که زمان بیشتری را در رسانه های اجتماعی می گذرانند، ارزیابی منفی تری از خود داشته و در نتیجه خودارزشمندی پایین تری را تجربه می کنند.

همانطور که گفته شد یکی از ویژگی های شخصیتی مهم خود ارزشمندی است. از نظر کانسیگ لیو و ون اوسلار^{۱۲} (۲۰۲۲)، ممکن است تعاملات چهره به چهره معنادار برای ایجاد و حفظ خود ارزشمندی ضروری باشد و جایگزین کردن این نوع تعاملات با تعاملات آنلاین کمتر معنادار در متاورس، تأثیر منفی بر خود ارزشمندی داشته باشد. کرمی و امینی گلتپه (۱۳۹۱) در تحقیقی نشان دادند که خود ارزشمندی عمومی، اجتماعی، خانوادگی و خود ارزشمندی کلی به طور منفی و معنی داری با اعتیاد به اینترنت در ارتباط هستند و خودارزشمندی اجتماعی و خانوادگی به طور معنی داری اعتیاد به اینترنت را پیش بینی می کنند. حسینی و الماسی (۱۳۹۴) با مطالعه ۳۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه های علوم پزشکی اهواز و بوشهر نشان دادند که از بین ابعاد خود ارزشمندی، خودارزشمندی عملکردی می تواند به صورت معناداری اعتیاد به فیس بوک را در بین دانشجویان پیش بینی کنند.

1. Coopersmith, S.
2. Rosenberg, M.
3. Huang, C.
4. Pearlin, L. I., & Schooler, C.
5. Longmore, M. A., & Demaris, A.
6. Tesser, A.
7. Kraut et al.
8. Steinfield, C., Ellison, N. B., & Lampe, C.
9. Liu, Dong., Baumeister, Roy F., Yang, Chia-Chen.
10. Casale et al.
11. Yoo et al.
12. Consiglio, I., van Osselaer, S.M.J.

پژوهش های وانگ و همکاران^۱ (۲۰۱۸)، با مطالعه ۳۶۵ نوجوان چینی نشان داد که اعتیاد به شبکه های اجتماعی با افسردگی ارتباط مثبت دارد. تجزیه و تحلیل میانجی نشان داد که نشخوار فکری واسطه رابطه بین اعتیاد شبکه های اجتماعی و افسردگی است. تجزیه و تحلیل با واسطه تعدیل شده بیشتر نشان داد که مسیر بین نشخوار فکری و افسردگی برای افراد با خود ارزشمندی پایین قوی تر از افراد دارای خود ارزشمندی بالا است. یو و همکاران^۲ (۲۰۲۳)، با انجام دو پژوهش روی ۵۰۰ نوجوان نشان دادند دخترانی که زمان بیشتری را در رسانه های اجتماعی می گذرانند، خود را به شکلی منفی تر ارزیابی می کنند که به نوبه خود منجر به کاهش خود ارزشمندی آن ها می شود.

یکی از تأثیرگذارترین مطالعات پژوهشی انجام شده توسط آلیسا سایفو و همکارانش^۳ (۲۰۲۰) بوده است. آن ها ۱۲۱ پژوهش را که طی دو دهه ی گذشته روی ۹۱۴۶۲ نفر انجام شده بود را مورد بررسی قرار دادند. بر اساس ۱۲۱ نمونه مستقل، اندازه اثر کلی $r = (N=91462-0.079)$ با فاصله اطمینان ۹۵٪ به دست آمد. این اندازه اثر نشان دهنده یک رابطه کوچک، منفی و معنادار بین استفاده از سایت های شبکه های اجتماعی و خود ارزشمندی است. به عبارت دیگر، طبق تحلیل وی، افزایش استفاده از شبکه های اجتماعی با کاهش خودارزشمندی همراه است. در نهایت آن ها به این نکته اشاره کردند که شاید نتوان این رابطه ی همبستگی را به رابطه ی علی تفسیر کرد؛ مثلاً شاید کسانی که خودارزشمندی پایینی دارند، تمایل بیشتری داشته باشند که به جای رابطه های فیزیکی به رابطه های آنلاین در شبکه های اجتماعی رو بیاورند و الزاماً نمی توان گفت شبکه های اجتماعی موجب کاهش خودارزشمندی آن ها شده است.

با این حال، نتایج پژوهش ها همواره همسو نبوده است. برخی مطالعات استفاده مکرر از شبکه های اجتماعی را با خودارزشمندی پایین تر مرتبط دانسته اند (مانند مهدی زاده، ۲۰۱۰)، در حالی که برخی دیگر به رابطه مثبت اشاره کرده اند (والکنبورگ، کوتامانیس، و وسن^۴، ۲۰۱۷؛ بورک، ۲۰۱۳). این ناهمگونی یافته ها بر نقش عوامل زمینه ای، نوع استفاده و ویژگی های فردی کاربران تأکید دارد.

روش تحقیق

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه دانشجویان دانشگاه آیت اله بروجردی (شهر بروجرد) به تعداد ۵۲۴۷ نفر بوده است. با استفاده از جدول تعیین حجم نمونه گرجسی و مورگان و با روش نمونه گیری طبقه ای تعداد ۳۵۸ نفر از دانشجویان در سه دانشکده علوم انسانی، علوم فنی و مهندسی و علوم پایه انتخاب شدند. داده های جمعیت شناسی دانشجویان نشان داد که از نظر جنسیت، ۲۷/۷ درصد مرد و ۷۲/۳ درصد زن بوده اند؛ از نظر تاهل، ۲۹/۹ درصد متاهل و ۷۰/۱ درصد مجرد بوده اند، از نظر تحصیلات ۸۷/۲ درصد کارشناسی و ۱۲/۸ درصد کارشناسی ارشد بوده اند؛ از نظر سن، ۲۷ درصد از پاسخ دهندگان کمتر از ۲۰ سال، ۵۶/۴ درصد بین ۲۱ تا ۳۰ سال، ۷/۳ درصد بین ۳۱ تا ۴۰ سال و ۹/۳ درصد بالای ۴۰ سال بوده اند.

معیارهای ورود شامل علاقمندی به شرکت در پژوهش، دانشجو بودن و استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و معیارهای خروج نیز عدم علاقه به شرکت در پژوهش و عدم استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بود. در راستای رعایت اصول اخلاق پژوهشی به منظور حفظ حقوق آزمودنی ها در زمینه چهارچوب، اهداف و روال پژوهش توضیحات مبسوطی ارائه شد. نبود اجبار و حق شرکت یا عدم شرکت تصریح گردید. همچنین به آن ها در مورد محرمانه بودن اطلاعات فردی و در صورت انتشار نتایج پژوهش با مکتوم ماندن اطلاعات خصوصی آن ها اطمینان لازم داده شد.

1. Wang et al.

2. Yoo et al.

3. Saiphoo et al.

4. Valkenburg, P. M., Koutamanis, M., & Vossen, H. G. M.

ابزارها

الف) پرسشنامه اعتیاد به اینترنت^۱ (۱۹۹۹): دکتر کیمبرلی یانگ در سال ۱۹۹۹ این پرسشنامه ۲۰ سوالی را تدوین کرد. نمره گذاری آن در طیف ۵ درجه ای لیکرت (از هرگز تا همیشه) انجام می شود. امتیاز کلی پرسشنامه در دامنه ۲۰ تا ۱۰۰ نمره است. امتیاز بالاتر نشانگر وابستگی شدیدتر شخص به شبکه های اجتماعی است و بالعکس. روایی این پرسشنامه توسط سازنده آن مورد تایید قرار گرفته و اعتبار آن نیز با استفاده از آلفای کرونباخ در دامنه بین ۰/۷۹ تا ۰/۸۳ گزارش شده است. در پژوهش زندگی پیام، داودی و مهرابی زاده هنرمند (۱۳۹۴)، ضریب آلفای کرونباخ کل پرسشنامه برابر ۰/۸۸ برآورد شده است. در پژوهش علوی و همکاران (۱۳۸۹)، به نقل از حاج حسینی و همکاران، (۱۴۰۱)، آلفای کرونباخ ۰/۸۸ و روایی همگرا ۰/۸۲ گزارش شده است. در تحقیق حاضر میزان آلفای کرونباخ، ۰/۷۶ محاسبه گردید که نشان می دهد که پرسشنامه از پایایی لازم برخوردار است.

ب) پرسشنامه خودارزشمندی کوپر اسمیت^۲ (۱۹۶۷): این پرسشنامه توسط کوپر اسمیت در سال ۱۹۶۷ با ۵۸ سوال ساخته شد. ۸ سوال آن دروغ سنج و ۵۰ سوال دیگر برای سنجش خودارزشمندی در زمینه های عمومی، اجتماعی، خانوادگی و تحصیلی/شغلی است. نمره گذاری پرسشنامه به صورت صفر (برای جواب خیر) و یک (برای جواب بلی) است، نمره کلی خودارزشمندی با جمع کردن نمرات چهار مقیاس عمومی، خانوادگی، اجتماعی و شغلی/تحصیلی به دست می آید. نمره ی مقیاس دروغگوایی، در مجموع نمرات محاسبه نمی شود. نمره کل آزمودنی حداقل صفر و حداکثر ۵۰ خواهد بود. نیسی و شکرشکن (۱۳۷۳) به نقل از حسینی اسطخی، زارع و دوستی، (۱۳۹۸) این پرسشنامه را ترجمه و روایی و پایایی آن را برآورد کردند. میزان روایی آزمون برای پسران را ۰/۹۶ و برای دختران ۰/۷۱ گزارش شد. اندازه گیری همگرایی درونی این پرسشنامه نسبتاً بالا بوده است و ضریب بین ۰/۸۰ تا ۰/۹۲ رادر میان جمعیت های فرهنگی متفاوت نشان داده است (کوپر اسمیت، ۲۰۰۲؛ لان و همکاران، ۲۰۰۲؛ توران و توفان^۳، ۱۹۸۷).

در پژوهش حاضر میزان آلفای کرونباخ پرسشنامه خود ارزشمندی (۰/۸۲)، و برای مولفه های آن: خودارزشمندی خانوادگی (۰/۸۵)، خود ارزشمندی اجتماعی (۰/۸۰)، خود ارزشمندی تحصیلی/شغلی (۰/۷۷) و خود ارزشمندی عمومی (۰/۷۴) به دست آمد.

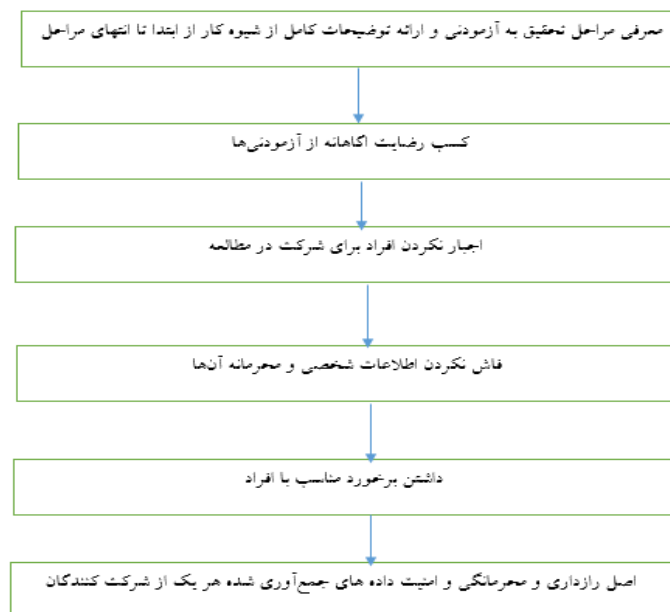
برای تحلیل داده ها در بخش آمار توصیفی، میانگین، انحراف استاندارد، و در بخش آمار استنباطی از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی تک متغیره با کمک نرم افزار SPSS 21 استفاده شده است.

ملاحظات اخلاقی

در انجام پژوهش حاضر طبق جدول، اصول اخلاقی ذیل هنگام پر کردن پرسشنامه ها و اصل رازداری اسرار آزمودنی ها بعد از پژوهش رعایت شده است.

1. Internet Addiction Test(IAT)
2. The Coopersmith Self-Esteem Inventory[CSEI]
3. Lane et al.
4. Turan N, & Tufan, B.

شکل ۱. ملاحظات اخلاقی در پژوهش



یافته ها

یافته های توصیفی

در نمونه ۳۵۸ نفری، میزان گرایش به شبکه های اجتماعی دارای میانگین ۳۸/۵۴ و انحراف معیار ۱۵/۲۱، عزت نفس خانوادگی دارای میانگین ۴/۰۶ و انحراف معیار ۱/۳۱، خود ارزشمندی اجتماعی دارای میانگین ۴/۶۷ و انحراف معیار ۱/۲۱، خود ارزشمندی تحصیلی/شغلی دارای میانگین ۳/۳۸ و انحراف معیار ۱/۳۶ و خود ارزشمندی عمومی دارای میانگین ۱۲/۰۳ و انحراف معیار ۳/۴۸ بوده است.

جدول ۱. آماره های توصیفی برای میانگین امتیاز شاخص های اصلی

شاخص ها	میانگین امتیاز	انحراف معیار	کمترین امتیاز	بیشترین امتیاز
میزان گرایش به شبکه های اجتماعی	۳۸/۵۴	۱۵/۲۱	۱۹	۹۵
خود ارزشمندی خانوادگی	۴/۰۶	۱/۳۱	۱	۸
خود ارزشمندی اجتماعی	۴/۶۷	۱/۲۱	۱	۸
خود ارزشمندی تحصیلی/شغلی	۳/۳۸	۱/۳۶	۰	۷
خود ارزشمندی عمومی	۱۲/۰۳	۳/۴۸	۲	۲۲
کل مقیاس خود ارزشمندی	۲۴/۱۴	۵/۵۲	۷	۴۰

در جدول ۱ میانگین، انحراف معیار و ضریب همبستگی متغیرهای پژوهش نشان داده شده است. داده های پژوهش نشان می دهد که بین گرایش به شبکه های اجتماعی با خود ارزشمندی کلی و مولفه های آن رابطه مثبت و معنا دار (به استثنای خود ارزشمندی اجتماعی) وجود دارد. به این صورت که با افزایش گرایش به شبکه های اجتماعی میانگین نمره خود ارزشمندی افزایش می یابد و بالعکس.

جدول ۲. میانگین، انحراف معیار و ضریب همبستگی بین متغیرهای ملاک و پیش بین

متغیر پیش بین	متغیر پژوهش	انحراف معیار $\pm$ میانگین	ضریب همبستگی	سطح معناداری
متغیر های ملاک	گرایش به شبکه های اجتماعی	۱۵/۲۱ $\pm$ ۳/۵۴	۱	۱
	خود ارزشمندی اجتماعی	۴۶۷/۱۱ $\pm$ ۲۱	۰/۰۴۵	۰/۳۹۶
	خود ارزشمندی تحصیلی/شغلی	۳/۳۸ $\pm$ ۱/۳۱	۰/۱۹۲	**۰/۰۰۰
	خود ارزشمندی عمومی	۱۲/۰۳ $\pm$ ۲/۴۸	۰/۳۳۱	**۰/۰۰۰
	خود ارزشمندی خانوادگی	۴/۰۶ $\pm$ ۱/۳۱	۰/۱۵۰	**۰/۰۰۴
	کل خود ارزشمندی	۲۴/۱۴/۵ $\pm$ ۵۲	۰/۳۰۲	**۰/۰۰۰

P<0.01 **: P<۰.۰۵*

برای آزمون فرضیه از تحلیل رگرسیون تک متغیری استفاده شد. قبل از اجرای تحلیل پیش فرض های رگرسیون بررسی شد. مفروضه های رگرسیون در پژوهش حاضر از جمله: کمی و پیوسته بودن متغیرها، عدم هم خطی چندگانه، همگنی واریانس ها، استقلال باقی مانده ها، نرمال بودن توزیع خطاها و خطی بودن بررسی شد و نتایج حاکی از برقرار بودن مفروضه های مذکور بود. جهت مقایسه میزان گرایش به شبکه های اجتماعی و خودارزشمندی در سه دسته بندی، از آزمون دانکن استفاده شده است. نتایج آزمون دانکن در مورد میانگین میزان گرایش به شبکه های اجتماعی در سه دسته بندی تفاوت معنادار آماری نشان داد، بدین صورت که ۱۸ نفر دارای گرایش پایین، ۳۰۵ نفر گرایش متوسط و ۳۵ نفر گرایش بالایی به شبکه های اجتماعی داشتند. براساس نتایج آزمون دانکن، بین میانگین خودارزشمندی در سه دسته بندی تفاوت معنا دار وجود داشت. بر این اساس تعداد ۳۴ نفر خود ارزشمندی پایین، تعداد ۳۱۲ نفر خود ارزشمندی متوسط و ۱۲ نفر دارای خود ارزشمندی سطح بالا بودند.

جدول ۳. ضرایب تحلیل رگرسیون تک متغیره خودارزشمندی دانشجویان (ومولفه های آن) بر مبنای میزان گرایش به شبکه های اجتماعی

متغیر ملاک	متغیر پیش بین	ضریب رگرسیون استاندارد نشده	مقدار بتای استاندارد	مقدار ثابت	مجذور R2	مقدار t	سطح معناداری
خودارزشمندی خانوادگی	میزان گرایش به شبکه های اجتماعی	۰/۰۱۳	۰/۱۵۰	۳/۵۵۷	۰/۰۲۳	۲/۸۶۳	۰/۰۰۴*
خودارزشمندی اجتماعی		۰/۰۰۴	۰/۰۴۵	۴/۵۳۶	۰/۰۰۲	۰/۸۵۰	۰/۳۹۶
خودارزشمندی تحصیلی/شغلی		۰/۰۱۷	۰/۱۹۲	۲/۷۲۱	۰/۰۳۷	۳/۶۹۸	۰/۰۰۰*
خودارزشمندی عمومی		۰/۰۷۶	۰/۳۳۱	۹/۱۰۷	۰/۳۳۱	۶/۶۲۶	۰/۰۰۰*
خودارزشمندی کلی		۰/۱۰۹	۰/۳۰۲	۱۹/۹۲۰	۰/۰۹۱	۵/۹۶۷	۰/۰۰۰*

تجزیه و تحلیل داده های جدول ۳. با روش رگرسیون تک متغیره نشان می دهد که متغیر پیش بین(میزان گرایش به شبکه های اجتماعی) توان پیش بینی و تبیین خودارزشمندی خانوادگی، خودارزشمندی تحصیلی/ شغلی و خودارزشمندی عمومی و همچنین نمره کلی خود ارزشمندی در بین دانشجویان مورد مطالعه را داشته است. مقدار بتا برای خودارزشمندی خانوادگی ($\beta=۰/۱۵۰$)، برای خودارزشمندی تحصیلی/شغلی ($\beta=۰/۱۹۲$)، و برای خودارزشمندی عمومی ($\beta=۰/۳۳۱$)، و مقدار بتا برای کل خودارزشمندی ($\beta=۰/۳۰۲$)، در سطح ($P=0/05$) معنادار شده است. اطلاعات جدول مذکور حاکی از آن است که متغیر پیش بین(میزان گرایش به شبکه های اجتماعی) توان پیش بینی و تبیین خودارزشمندی اجتماعی دانشجویان مورد مطالعه را نداشته است. با توجه به جدول فوق، میزان خودارزشمندی کلی دانشجویان براساس میزان گرایش به شبکه های اجتماعی قابل پیش بینی است و میزان این پیش بینی نیز برابر ۳۰/۲ درصد شده است که مقدار آن مثبت و مستقیم است.

معادله رگرسیون خطی تک متغیره (ساده) به صورت زیر خواهد بود.

$$Y = 19.920 + 0.109 X_1$$

(۰/۱۰۹ × میزان گرایش به شبکه های اجتماعی) + ۱۹/۹۲۰ = میزان عزت نفس دانشجویان

نتیجه گیری

این پژوهش با هدف پیش بینی میزان خودارزشمندی دانشجویان بر اساس گرایش آن ها به شبکه های اجتماعی در دانشگاه آیت الله بروجردی انجام شد. یافته های اولیه پژوهش نشان داد که بین گرایش به شبکه های اجتماعی و خودارزشمندی کلی و مؤلفه های آن، رابطه ای مثبت و معنادار وجود دارد؛ با این تفاوت که خودارزشمندی اجتماعی استثنا است. به عبارت دیگر، با افزایش گرایش دانشجویان به شبکه های اجتماعی، میانگین نمره خودارزشمندی نیز افزایش می یابد و بالعکس. این نتیجه با برخی مطالعات پیشین از جمله والکنبورگ، کوتامانیس و وسن^۱ (۲۰۱۷)، بورک^۲ (۲۰۱۳) و فاراون و کایپاینن^۳ (۲۰۱۴) همسو است.

خودارزشمندی یکی از مهم ترین عوامل تعدیل کننده فشارهای روانی و اجتماعی است که بر بستر خانوادگی، تعاملات اجتماعی، تصویر بدن و احساس عزت مندی شکل می گیرد (آبرامس و هاگ، ۱۹۸۸). تأثیر رسانه های اجتماعی بر خودارزشمندی تا حد زیادی به توانایی نوجوانان و جوانان در استفاده از اینترنت، نقاط قوت یا آسیب پذیری های پیشین آن ها و زمینه های رشدشان وابسته است. بر اساس مطالعات سینگل و همکاران^۴ (۲۰۲۲)، رابطه بین رسانه های اجتماعی و خودارزشمندی پیچیده است و تحقیقات غالباً به دنبال یافتن الگوهای ترکیبی از این رابطه هستند. فراتحلیل ها نیز نشان می دهند که اثرات آماری این رابطه معمولاً کوچک اما معنادار هستند. تحقیقات پیشین نشان داده اند که مقایسه اجتماعی با محتوای منتشر شده در شبکه های اجتماعی ممکن است باعث کاهش خودارزشمندی شود (وگل و همکاران^۵، ۲۰۱۴)، در حالی که دریافت بازخورد مثبت مانند «لایک» می تواند خودارزشمندی را افزایش دهد (بارو و رینون^۶، ۲۰۱۷). از سوی دیگر، افرادی که خودارزشمندی بالایی دارند و پیش تر مهارت های اجتماعی کافی کسب کرده اند، در استفاده از شبکه های اجتماعی به شکل مثبت عمل کرده و همان مزایای تعامل حضوری را در فضای آنلاین تجربه می کنند (فاراون و کایپاینن، ۲۰۱۴). به نظر می رسد که در صورتی که فرد دارای هویتی منسجم و شخصیتی نسبتاً پایدار باشد، خودارزشمندی او در تعامل با شبکه های اجتماعی نقش سپری فرهنگی را ایفا کرده و به مدیریت مؤثر استفاده از این شبکه ها کمک می کند. به این ترتیب، کسب موفقیت در دستیابی به اطلاعات هدفمند از شبکه های اجتماعی می تواند خودارزشمندی فرد را ارتقا دهد. بالعکس، استفاده نابه جا، بی هدف یا وقت گیر از شبکه های اجتماعی که معمولاً ناشی از فقدان هویت منسجم یا سواد رسانه ای ناکافی است، می تواند منجر به کاهش احساس خودارزشمندی شود (درج و همکاران^۷، ۲۰۱۴).

یافته دیگر پژوهش حاضر نشان داد که گرایش به شبکه های اجتماعی توان پیش بینی و تبیین خودارزشمندی خانوادگی، خودارزشمندی تحصیلی/شغلی و خودارزشمندی عمومی (به استثنای خودارزشمندی اجتماعی) را در بین دانشجویان دارد. این نتیجه با مطالعات هریس (۲۰۱۹)، والکنبورگ، کوتامانیس و وسن (۲۰۱۷)، بورک (۲۰۱۳) و فاراون و کایپاینن (۲۰۱۴) همسو است، اما با برخی تحقیقات دیگر از جمله کیسل و همکاران^۸ (۲۰۲۲)، سایفو و همکاران^۹ (۲۰۲۰) و یو و پارک^{۱۰} (۲۰۲۳) همخوانی ندارد.

فراتحلیل هریس^{۱۱} (۲۰۱۹) نیز نشان داد که خودارزشمندی و کیفیت روابط اجتماعی به صورت متقابل بر یکدیگر تأثیر دارند و پایین بودن هر یک می تواند موجب ایجاد یک چرخه معیوب و کاهش هر دو شود. بلاچینو و همکاران (۲۰۱۶) در مطالعه ای

1. Valkenburg, P. M., Koutamanis, M., & Vossen
2. Burke
3. Faraon & Kaipainen
4. Cingel et al.
5. Vogel et al.
6. Burrow & Rainone
7. Dredge et al.
8. Casale et al.
9. Saiphoo et al.
10. Yoo & Park
11. Harris

مقطعی روی ۳۸۱ کاربر فیس بوک نشان دادند که اعتیاد به این شبکه با کاهش خودارزشمندی همراه است و مشکلات شخصیتی، عاطفی و روان شناختی می تواند به سوءاستفاده از شبکه های اجتماعی منجر شود. همچنین، مطالعه یو و پارک (۲۰۲۳) نشان داد که دخترانی که زمان بیشتری را در رسانه های اجتماعی سپری می کنند، ارزیابی منفی تری از خود دارند که به کاهش خودارزشمندی آنها منجر می شود.

تحقیقات پیشین درباره تأثیر شبکه های اجتماعی نظرات متضادی ارائه کرده اند؛ مخالفان به دلایل سیاسی یا اخلاقی اثرات مثبت آن را نادیده می گیرند، در حالی که طرفداران غالباً از پذیرش تأثیرات منفی اجتناب می کنند. یافته های پژوهش حاضر نشان داد که بیشتر افراد مورد مطالعه در سطوح متوسط گرایش به شبکه های اجتماعی و خودارزشمندی قرار داشتند و از آنجا که کاربران عمدتاً اعتیاد به شبکه های اجتماعی نداشتند، نمره عزت نفس آنها پایین نبوده و همبستگی مثبت و مستقیمی بین این دو متغیر مشاهده شد. این مطالعه، همانند سایر پژوهش های حوزه علوم رفتاری، با محدودیت هایی همراه بوده است؛ از جمله همبستگی بودن طرح پژوهش که امکان استنباط روابط علت و معلولی را محدود می کند، استفاده از ابزار پرسشنامه و احتمال تحریف در پاسخ دهی شرکت کنندگان، و همچنین محدود بودن نمونه پژوهش به دانشجویان یک مکان خاص که تعمیم پذیری نتایج را کاهش می دهد. با توجه به یافته ها، پیشنهاد می شود آموزش سواد رسانه ای برای تمامی اقشار جامعه از جمله والدین، کارکنان بهداشتی و آموزشی، مربیان، دانش آموزان و دانشجویان با هدف استفاده آگاهانه از رسانه های اجتماعی و پیشگیری از آزار و اذیت سایبری مورد توجه قرار گیرد. همچنین انجام پژوهش های آتی برای بررسی نقش شبکه های اجتماعی مجازی در کاهش احساس خودارزشمندی و تأثیر آن بر افکار و رفتارهای خودکشی، اجرای مطالعات مرتبط با اثربخشی مداخلات دیجیتالی نظیر حمایت تعدیل شده همتایان و بهره گیری از الگوهای دارای نقش مثبت، و نیز انجام مطالعات تجربی با در نظر گرفتن الگوهای متفاوت استفاده و متغیرهای تعدیل کننده در رابطه بین میزان و کیفیت استفاده از رسانه های اجتماعی و خودارزشمندی توصیه می شود.

ملاحظات اخلاقی

مشارکت نویسندگان

همه نویسندگان در نگارش مقاله مشارکت یکسان داشته اند.

تعارض منافع

بر اساس اظهارات نویسندگان، این مقاله تعارض منافی ندارد.

حامی مالی

بنابر اظهارات نویسندگان این پژوهش هیچگونه حامی مالی ندارد.

سپاسگزاری

از تمامی مشارکت کنندگان در این پژوهش سپاسگزاری می شود.

منابع

- امینی هارونی، عباس؛ صادقی، مهرداد؛ مالکی، غلامرضا؛ و فارسانی، غلامرضا. (۱۴۰۰). اثرات عزت‌نفس، خوش‌بینی و کنترل ادراک‌شده بر رضایت شغلی و تمایل به ترک خدمت از طریق تعهد به تغییرات سازمانی مطالعات رهبری فرهنگی، ۳(۲)، ۱-۲۴.
- حاج‌حسینی، شادی؛ فتی، لادن؛ و فتحی‌آشتیانی، علی. (۱۴۰۱). ویژگی‌های روان‌سنجی و ساختار عاملی نسخه فارسی مقیاس اعتیاد به گوشی هوشمند (SAS)، مجله روان‌شناسی، ۱۰۱(۱)، ۳۴-۲۴. <http://iranapsy.ir/Article/22223/FullText>
- حسینی اسطخلی، فرشته؛ زارع، حسین؛ و دوستی، رضا. (۱۳۹۸). مقایسه عزت‌نفس آشکار و ناآشکار در زنان متقاضی جراحی بینی با افراد عادی، مجله علوم تربیتی و روان‌شناسی ۸(۳۰): ۱۴۴-۱۳۲. <https://doi.org/10.30473/hpj.2019.41382.4074>
- حسینی، فریده سادات؛ و الماسی، آمنه. (۱۳۹۴). بررسی نقش عزت‌نفس و احساس تنهایی در اعتیاد به فیس‌بوک در دانشجویان فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۵(۳): ۴۰۶-۳۸۵. https://ciu.nahad.ir/article_294.html
- حسینی‌نسب، سید داود؛ راثی، مهدی؛ و پناه‌علی، امیر. (۱۳۹۹). مقایسه سلامت روان، سرمایه اجتماعی و هویت نقش جنسیتی دانش‌آموزان کاربر و غیر کاربر شبکه‌های اجتماعی، پژوهشنامه مددکاری اجتماعی، ۷(۲۴): ۱۰۵-۶۷. <https://doi.org/10.22054/rjsw.2021.59149.482>
- زندپیام، آرش؛ داودی، ایران؛ و مهرابی‌زاده هنرمند، مهناز. (۱۳۹۴). هنجاریابی و بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی نسخه فارسی پرسشنامه اعتیاد به بازی‌های آنلاین، مجله روان‌پزشکی و روان‌شناسی بالینی ایران، ۲۱(۴): ۳۶۱-۳۵۱. <http://ijpcp.iums.ac.ir/article-1-2525-fa.html>
- عباس‌پور، ذبیح‌الله؛ نظریان سامانی، راضیه؛ و شیرعلی‌نیا، خدیجه. (۱۴۰۲). انسجام خانوادگی و والدآزاری: نقش واسطه‌ای خشونت خانگی، تعارض زناشویی، عزت‌نفس و تاب‌آوری. مجله روان‌شناسی، ۱(۱۰۵): ۲۷-۱۹. <http://www.iranapsy.ir/Article/38604/FullText>
- کریمی، اکبر؛ و امینی گلتهپه، حمید. (۱۳۹۱). بررسی نقش عزت‌نفس در اعتیاد به اینترنت، نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید. <https://civilica.com/doc/268411>
- محمدی، زهرا؛ زاهدی‌مازندرانی، محمدجواد؛ و ابراهیمیان، صدیقه. (۱۴۰۳). رابطه استفاده از فضای مجازی با سرمایه اجتماعی افراد دچار معلولیت جسمی پژوهشنامه مددکاری اجتماعی، ۳۹(۱۱): ۱-۱۱. <https://doi.org/10.22054/rjsw.2024.72803.668>

References

- Abbaspour, Z., Nazarian Samani, R., & Shirali Nia, K. (2023). Family cohesion and parent abuse: The mediating role of domestic violence, marital conflict, self-esteem, and resilience. *Journal of Psychology*, 1(105), 19–27. <http://www.iranapsy.ir/Article/38604/FullText>
- Abrams, D., & Hogg, M. A. (1988). Comments on the motivational status of self-esteem in social identity and intergroup discrimination. *European Journal of Social Psychology*, 18(4), 317–334. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420180403>
- Amini Harouni, A., Sadeghi, M., Maleki, G., & Farsani, G. (2021). The effects of self-esteem, optimism, and perceived control on job satisfaction and turnover intention through commitment to organizational changes. *Cultural Leadership Studies*, 3(2), 1–24.
- Baldwin, M. W., & Sinclair, L. (1996). Self-esteem and “if-then” contingencies of interpersonal acceptance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(6), 1130–1141. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.71.6.1130>
- Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest*, 4(1), 1–44. <https://doi.org/10.1111/1529-1006.01431>
- Błachnio, A., Przepiórka, A., & Pantic, I. (2016). Association between Facebook addiction, self-esteem and life satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 55(Part B), 701–705. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.026>
- Burke, V. (2013). *The relation between Facebook use, gender, emotional attachment, connection strategies, online versus real-world relationships, self-esteem and loneliness* (Unpublished doctoral dissertation). DBS School of Arts, Dublin.
- Burrow, A. L., & Rainone, N. (2017). How many likes did I get? Purpose moderates links between positive social media feedback and self-esteem. *Journal of Experimental Social Psychology*, 69, 232–236. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2016.09.005>
- Casale, S., Fioravanti, G., Bocci Benucci, S., Falone, A., Ricca, V., & Rotella, F. (2022). A meta-analysis on the association between self-esteem and problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 134, 107302. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107302>
- Cast, A. D., & Burke, P. J. (2002). A theory of self-esteem. *Social Forces*, 80(3), 1041–1068. <https://doi.org/10.1353/sof.2002.0003>
- Choukas-Bradley, S., Kilic, Z., Stout, C. D., & Roberts, S. R. (2023). Perfect storms and double-edged swords: Recent advances in research on adolescent social media use and mental health. *Advances in Psychiatry and Behavioral Health*. <https://doi.org/10.1016/j.ypsc.2023.03.007>
- Cingel, D. P., Carter, M. C., & Krause, H. V. (2022). Social media and self-esteem. *Current Opinion in Psychology*, 45, Article 101304. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101304>
- Consiglio, I., & van Osselaer, S. M. J. (2022). The effects of consumption on self-esteem. *Current Opinion in Psychology*, 46, Article 101341. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101341>
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. W. H. Freeman and Company.
- Coopersmith, S. (2002). *Revised Coopersmith self-esteem inventory manual*. Mind Garden.

- Daly, M. (2018). Social-media use may explain little of the recent rise in depressive symptoms among adolescent girls. *Clinical Psychological Science*, 6(3), 295–301.
<https://doi.org/10.1177/2167702617750869>
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34–43. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.34>
- Dredge, R., Gleeson, J., & de la Piedad Garcia, X. (2014). Presentation on Facebook and risk of cyberbullying victimization. *Computers in Human Behavior*, 40, 16–22.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.07.035>
- Faraon, M., & Kaipainen, M. (2014). Much more to it: The relation between Facebook usage and self-esteem. In *Proceedings of the 15th IEEE International Conference on Information Reuse and Integration (IRI)* (pp. 1–6). IEEE.
- Granic, I., Morita, H., & Scholten, H. (2020). Young people's digital interactions from a narrative identity perspective: Implications for mental health and wellbeing. *Psychological Inquiry*, 31(3), 258–270. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2020.1820225>
- Greenier, K. D., Kernis, M. H., & Waschull, S. B. (1995). Not all high (or low) self-esteem people are the same: Theory and research on stability of self-esteem. In M. H. Kernis (Ed.), *Efficacy, agency, and self-esteem* (pp. 51–71). Plenum Press.
- Hajhosseini, S., Fata, L., & Fathi-Ashtiani, A. (2022). Psychometric properties and factor structure of the Persian version of the Smartphone Addiction Scale (SAS). *Journal of Psychology*, 101(1), 24–34. <http://iranapsy.ir/Article/22223/FullText>
- Hamilton, J. L., Nesi, J., & Choukas-Bradley, S. (2022). Re-examining social media and socioemotional well-being among adolescents through the lens of the COVID-19 pandemic: A theoretical review and directions for future research. *Perspectives on Psychological Science*, 17(3), 662–679.
<https://doi.org/10.1177/17456916211014189>
- Hampton, K., Goulet, L., Rainie, L., & Purcell, K. (2011). *Social networking sites and our lives*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2011/06/16/social-networking-sites-and-our-lives/>
- Harris, M. A. (2019). The link between self-esteem and social relationships: A meta-analysis of longitudinal studies across ages 4 to 76. *Journal of Personality and Social Psychology*.
<https://www.apa.org/news/press/releases/2019/09/relationships-self-esteem>
- Hasani Estalkhi, F., Zare, H., & Dousti, R. (2019). Comparison of explicit and implicit self-esteem in women seeking rhinoplasty with normal individuals. *Journal of Educational Sciences and Psychology*, 8(30), 132–144. <https://doi.org/10.30473/hpj.2019.41382.4074>
- Henriksen, I. O., Rønøyen, I., Indredavik, M. S., & Stenseng, F. (2017). The role of self-esteem in the development of psychiatric problems: A three-year prospective study in a clinical sample of adolescents. *Child and Adolescent Psychiatry and Mental Health*, 11, 1–9.
<https://doi.org/10.1186/s13034-017-0207-y>
- Hosseini, F. S., & Almasi, A. (2015). Investigating the role of self-esteem and loneliness in Facebook addiction among university students. *Culture in Islamic University*, 5(3), 385–406.
https://ciu.nahad.ir/article_294.html

- Hosseini-Nasab, S. D., Rasi, M., & Panah-Ali, A. (2020). Comparison of mental health, social capital, and gender role identity among student users and non-users of social networks. *Journal of Social Work Research*, 7(24), 67–105. <https://doi.org/10.22054/rjsw.2021.59149.482>
- Huang, C. (2017). Time spent on social network sites and psychological well-being: A meta-analysis. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(6), 346–354. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0758>
- Karami, A., & Amini Goltapeh, H. (2012). Investigating the role of self-esteem in internet addiction. *First National Congress on Cyberspace and Emerging Social Harms*. <https://civilica.com/doc/268411>
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J. N., Helgeson, V., & Crawford, A. M. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58(1), 49–74. <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00248>
- Lane, G. G., White, A. E., & Henson, R. K. (2002). Expanding reliability generalization methods with KR-21 estimates: An RG study of the Coopersmith Self-Esteem Inventory. *Educational and Psychological Measurement*, 62, 685–711. <https://doi.org/10.1177/0013164402062004010>
- Liu, D., Baumeister, R. F., & Yang, C.-C. (2024). A meta-analysis on the relationship between the use of electronic media and psychological well-being. *Emerging Trends in Drugs, Addictions, and Health*, 5, 100162. <https://doi.org/10.1016/j.etdah.2024.100162>
- Longmore, M. A., & Demaris, A. (1997). Perceived inequity and depression in intimate relationships: The moderating effect of self-esteem. *Social Psychology Quarterly*, 60(2), 172–184. <https://doi.org/10.2307/2787103>
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357–364. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0257>
- Mohammadi, Z., Zahedi Mazandarani, M. J., & Ebrahimian, S. (2024). The relationship between use of cyberspace and social capital among individuals with physical disabilities. *Journal of Social Work Research*, (39), 1–11. <https://doi.org/10.22054/rjsw.2024.72803.668>
- Odgers, C. L., & Jensen, M. R. (2020). Annual research review: Adolescent mental health in the digital age: Facts, fears, and future directions. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 61(3), 336–348. <https://doi.org/10.1111/jcpp.13190>
- Orben, A. (2020). Teenagers, screens and social media: A narrative review of reviews and key studies. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 55(4), 407–414. <https://doi.org/10.1007/s00127-019-01825-4>
- Pearlin, L. I., & Schooler, C. (1978). The structure of coping. *Journal of Health and Social Behavior*, 19(1), 2–21.
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. Basic Books.
- Saiphoo, A. N., Halevi, L. D., & Vahedi, Z. (2020). Social networking site use and self-esteem: A meta-analytic review. *Personality and Individual Differences*, 153, 109639. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109639>
- Statista. (2023). *Number of worldwide social network users*. <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>

- Steinfeld, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 434–445. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.002>
- Tazghini, S., & Siedlecki, K. L. (2013). A mixed method approach to examining Facebook use and its relationship to self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 29, 827–832. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.11.010>
- Tesser, A. (1988). Toward a self-evaluation maintenance model of social behavior. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 21, pp. 181–227). Academic Press.
- Trzesniewski, K. H., Donnellan, M. B., & Robins, R. W. (2003). Stability of self-esteem across the life span. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(1), 205–220. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.1.205>
- Turan, N., & Tufan, B. (1987). Coopersmith Benlik Saygısı Envanterinin geçerlilik ve güvenirlik çalışması. In *Ulusal Psikiyatri ve Nörolojik Bilimler Kongresi* (pp. 816–817). İstanbul, Turkey.
- Twenge, J. M., Joiner, T. E., Rogers, M. L., & Martin, G. N. (2018). Increases in depressive symptoms, suicide-related outcomes, and suicide rates among U.S. adolescents after 2010 and links to increased new media screen time. *Clinical Psychological Science*, 6(1), 3–17. <https://doi.org/10.1177/2167702617723376>
- Valkenburg, P. M., Koutamanis, M., & Vossen, H. G. M. (2017). The concurrent and longitudinal relationships between adolescents' use of social network sites and their social self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 76, 35–41. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.008>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Wang, X., Wang, Y., Wu, Y., Xie, X., Wang, X., Zhao, F., Ouyang, M., & Lei, L. (2018). Social networking sites addiction and adolescent depression: A moderated mediation model of rumination and self-esteem. *Personality and Individual Differences*, 127, 162–167. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.02.008>
- Woods, H. C., & Scott, H. (2016). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression, and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41–49. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.05.008>
- Yoo, J., & Park, D. (2023). Can I be like her? Effects of social media depend on gender and mindset among adolescents. SSRN. <https://ssrn.com/abstract=4476913>
- Zandi-Payam, A., Davoudi, I., & Mehrabizadeh Honarmand, M. (2016). Standardization and psychometric properties of the Persian version of the Online Game Addiction Questionnaire. *Iranian Journal of Psychiatry and Clinical Psychology*, 21(4), 351–361. <http://ijpcp.iums.ac.ir/article-1-2525-fa.html>