

Research Paper



Investigation the Mediating Role of Instagram Addiction in Predicting Marital Commitment Based on Personality Traits



Setareh Fotouhi¹, Hossein Keshavarz Afshar^{2*}, Mehdi Samavati³

1. Master of Family Counseling, Faculty of Literature, Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Tehran, Iran.
2. Assistant Professor of Counseling, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.
3. Master Student in Family Counseling, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.



DOI: 10.22034/JMPR.2023.16251

DOR: [20.1001.1.27173852.1402.18.69.27.0](https://doi.org/10.22034/JMPR.2023.16251)

URL: https://psychologyj.tabrizu.ac.ir/article_16251.html



ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:
Instagram Addiction;
Marital Commitment;
Personality Traits

Received: 2022/08/11
Accepted: 2022/10/23
Available: 2023/05/21

These days, the use of social networks is very popular. Among social networks, Instagram has had a great impact on people's personal and marital life, but little research has been done on the addictive use of Instagram and its related factors. The purpose of present study was to investigate the mediating role of Instagram addiction in predicting Marital Commitment based on Personality Traits. This research is descriptive and correlational and structural equation modeling. The statistical population included all married people who are members of the Instagram social network. among them, 543 people were selected convenience sampling method. Pearson correlation and linear regression methods have been used to analyze the data, and structural equation modeling using smartpls3 software has been used to check the research hypotheses. The results show that the presented model has a good fit and Instagram addiction can play a mediating role between personality traits and marital commitment. Considering the effects of lack of marital commitment on couples, families and society, identifying the variables involved in this matter can provide the basis for planning prevention and treatment, and it seems that Instagram addiction is one of the factors affecting the reduction of marital commitment.



* Corresponding Author: Hossein Keshavarz Afshar

E-mail: keshavarz1979@ut.ac.ir

مقاله پژوهشی



بررسی نقش واسطه‌ای اعتیاد به اینستاگرام در پیش‌بینی تعهد زناشویی بر اساس ویژگی‌های شخصیتی

ستاره فتوحی^۱، حسین کشاورز افشار^{۲*}، مهدی سمواتی^۳

۱. کارشناس ارشد مشاوره خانواده، دانشگاه علوم تحقیقات تهران، تهران، ایران.

۲. استادیار گروه مشاوره، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۳. دانشجوی کارشناس ارشد مشاوره خانواده، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.



DOI: 10.22034/JMPR.2023.16251

DOR: [20.1001.1.27173852.1402.18.69.27.0](https://doi.org/10.22034/JMPR.2023.16251)URL: https://psychologyj.tabrizu.ac.ir/article_16251.html

چکیده

مشخصات مقاله

این روزها استفاده از شبکه‌های اجتماعی از محبوبیت بسیاری برخوردار است. از بین شبکه‌های اجتماعی، اینستاگرام تأثیر زیادی بر زندگی فردی و زناشویی افراد داشته، اما در مورد استفاده اعتیادآور از اینستاگرام و عوامل مرتبط با آن تحقیقات کمی صورت گرفته است. پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش واسطه‌ای اعتیاد به اینستاگرام در پیش‌بینی تعهد زناشویی بر اساس ویژگی‌های شخصیتی انجام گرفت. این پژوهش، توصیفی و از نوع همبستگی و مدل‌یابی معادلات ساختاری است. جامعه‌ی آن را افراد متأهل عضو شبکه اجتماعی اینستاگرام تشکیل داده‌اند. نمونه‌ی مورد مطالعه متشکل از ۵۴۳ نفر بود که اطلاعات به روش نمونه‌گیری در دسترس و با استفاده از پرسشنامه آنلاین گردآوری شد. ابزارهای پژوهش عبارت بودند از: پرسشنامه‌ی تعهد زناشویی آدامز و جونز (۱۹۹۷)، پرسشنامه پنج عاملی نئو (۱۹۸۵) و پرسشنامه‌ی اعتیاد به اینستاگرام شوله و روسدی (۲۰۱۹). برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی در نرم‌افزار SPSS 26 و برای بررسی فرضیه‌های تحقیق از مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار smartpls3 استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد مدل ارائه شده از برازش مطلوبی برخوردار است و اعتیاد به اینستاگرام می‌تواند بین ویژگی‌های شخصیتی و تعهد زناشویی نقش میانجی ایفا نمایند. با توجه به اثرات عدم تعهد زناشویی بر زوجین، خانواده‌ها و جامعه، شناسایی متغیرهای دخیل در این مهم می‌تواند زمینه را جهت برنامه‌ریزی به‌منظور پیشگیری و درمان فراهم سازد.

کلیدواژه‌ها:

اعتیاد به اینستاگرام؛ تعهد زناشویی؛ ویژگی‌های شخصیتی

دریافت شده: ۱۴۰۱/۰۵/۲۰

پذیرفته شده: ۱۴۰۱/۰۸/۰۱

منتشر شده: ۱۴۰۲/۰۲/۳۰

* نویسنده مسئول: حسین کشاورز افشار

رایانامه: keshavarz1979@ut.ac.ir

مقدمه

بعد از گذشت قرن ها از عمر بشر، خانواده همچنان به عنوان مهم ترین قرارداد زندگی شناخته می شود و ازدواج صمیمی ترین نوع رابطه و متفاوت از تمامی انواع روابط است. تعهد زناشویی^۱ مهم ترین عاملی است که می تواند پایبندی به این قرارداد را تضمین کند (آلن و همکاران، ۲۰۲۱). در تعریف دین و اسپانییر^۲ (۱۹۷۴) تعهد زناشویی به عنوان تمایل پایدار زوجین برای حفظ و تداوم ازدواج تعریف شده است. تعهد زناشویی حدی است که در آن افراد دیدگاه بلندمدتی روی ازدواجشان دارند، برای رابطه شان از خودگذشتگی می کنند، برای حفظ و تقویت همبستگی و اتحادشان گام برمی دارند و با همسرشان حتی هنگامی که ازدواجشان پاداش دهنده نیست، می مانند (اولسون و همکاران^۳، ۲۰۱۳).

جانسون مدلی را ارائه داده است که در آن تعهد زناشویی به سه نوع تعهد شخصی^۴ تعهد اخلاقی^۵ و تعهد ساختاری^۶ تقسیم شده است (جانسون^۷، ۱۹۹۹). تعهد شخصی به معنی علاقه و تمایل فرد برای تداوم رابطه ی زناشویی است. این تعهد نسبت به همسر مبتنی بر جذابیت همسر است. تعهد اخلاقی بیانگر وفاداری اخلاقی فرد به ازدواج است که مبتنی بر تقدس و حرمت رابطه زناشویی است؛ و تعهد ساختاری نیز به موانع و محدودیت های موجود در ترک رابطه ی زناشویی و احساس اجبار به تداوم آن رابطه یا ترس از پیامدهای طلاق اشاره دارد (عباسی، ۱۳۹۰). از سویی، هر جامعه ای با مشکلات اجتماعی زیادی روبرو است؛ اما برخی از مشکلات از اهمیت بالاتری برخوردار هستند. امروزه توسعه فناوری های جدید در دنیای مدرن انواع مختلفی از ارتباطات را شکل می دهد، با این حال تسهیل زندگی با این روابط را نمی توان انکار کرد؛ اما از طرف دیگر آسیب های فناوری های مدرن را نیز نمی توان نادیده گرفت. طی ده سال گذشته شبکه های اجتماعی مجازی به جنبه ای از جامعه مدرن تبدیل شده اند. به طور خاص شبکه های اجتماعی مبتنی بر تصویر مانند اینستاگرام، به نحو فزاینده ای رشد یافته و شبکه های اجتماعی مجازی مانند فیس بوک^۸ و توئیتر^۹، میلیون ها نفر را به خود جلب کرده اند. با اینکه پژوهش های مرتبط با شبکه اجتماعی اینستاگرام مراحل اولیه خود را سپری می کنند، یافته ها نشان می دهد که اینستاگرام تأثیر عمیقی بر ویژگی های روان شناختی افراد داشته است (هولند و تیگمن^{۱۰}، ۲۰۱۷). با وجود این هنوز هم بسیاری از آثار آن ها بر نگرش و رفتار کاربران نشان ناشناخته است.

آندرسن و پالاسن^{۱۱} (۲۰۱۴) اعتیاد به شبکه های مجازی را به صورت گذراندن زمان زیاد در شبکه های مجازی به دلیل اشتیاق غیرقابل کنترلی می دانند که منجر به عواقب منفی در زندگی واقعی خواهد شد. اعتیاد

اینترنتی از جمله اعتیاد به اینستاگرام^{۱۲} نوعی رفتار وسواسی یا تمایل به برقراری ارتباط یا نمودی از انتقال یا بازتاب ارتباط و رفع نیاز قلمداد می شود (قاسمی و ملک احمدی، ۱۳۸۹). الهباش و ما^{۱۳} (۲۰۱۷) انگیزه های استفاده از اینستاگرام را به ترتیب تفریح، جذابیت رسانه ای، گذر زمان، خود بیانگری، مستندسازی از خود، تعامل اجتماعی و اطلاعاتی بیان کردند. روانشناسان اجتماعی و شخصیت، مدت طولانی است که علاقه مندند بدانند چگونه صفات شخصیتی بر کیفیت روابط عاشقانه بزرگسالان مؤثر است (کیرکابوران و گریفیس^{۱۴}، ۲۰۱۸). در واقع حتی یک بررسی گذرا بر ادبیات نشان می دهد که بدون ابهام، یک ارتباط قابل توجه بین صفات شخصیت خود گزارش شده و کیفیت رابطه و رضایت طرفین وجود دارد. ویژگی های شخصیتی الگوهایی از افکار، احساسات و اعمال را منعکس می کند که در طی زمان و موقعیت ها نسبتاً پایدار هستند (پی و همکاران^{۱۵}، ۲۰۲۲). ویژگی های شخصیتی زیربنای نظام رفتاری افراد را تشکیل می دهد، تفاوت ویژگی های شخصیتی در فرد موجب می شود که افراد در موقعیتی یکسان، رفتارهای متفاوتی داشته باشند. همه تیپ های شخصیتی به یک اندازه ارزشمند هستند. روانشناسان با توجه به تیپ شخصیتی، می فهمند که چه عواملی به آن ها انگیزه می دهد و در شرایط گوناگون چه رفتاری بروز می دهد (روغنی زاده، ۱۳۹۵). امروزه بسیاری از محققان در زمینه ی شخصیت، معتقدند که بهترین مفهوم سازی از ویژگی های شخصیتی، مدل پنج عامل بزرگ شخصیت یا پنج بزرگ است (دیگمن^{۱۶}، ۱۹۹۰).

پژوهش ها حاکی از تأثیرپذیری تعهد زناشویی از متغیرهای مختلف از جمله ویژگی های شخصیتی است (حسینی، زهرا کار، داور نیا، شاکرمی و محمدی، ۱۳۹۴؛ اگنیو و گودفرند^{۱۷}، ۲۰۰۸). صادقی، قادری جاوید و شلانی (۱۳۹۸) در پژوهش خود دریافتند که ویژگی های شخصیتی افراد می تواند به برآورد میزان تعهد یا عهدشکنی آنان در ازدواج کمک نماید. آن ها دریافتند افراد دارای سبک های شخصیتی تکانشی، دارای اعتمادپذیری پایین و وجدان گرایی کم به احتمال بیشتری درگیر روابط فرا زناشویی می شوند. همچنین آن ها در پژوهشی دریافتند که بالا بودن نمرات افراد در پرسشنامه ی شخصیتی نئو در ابعاد تجربه گرایی، خودشیفتگی و روان رنجوری می تواند پیش بینی کننده ی عهدشکنی در ازدواج باشد. بر اساس گفته ی هلند و رویسمن^{۱۸} (۲۰۰۸) به طور کلی از میان ویژگی های شخصیتی، روان نژندی قوی ترین ارتباط را با رضایت و تعهد زناشویی دارد.

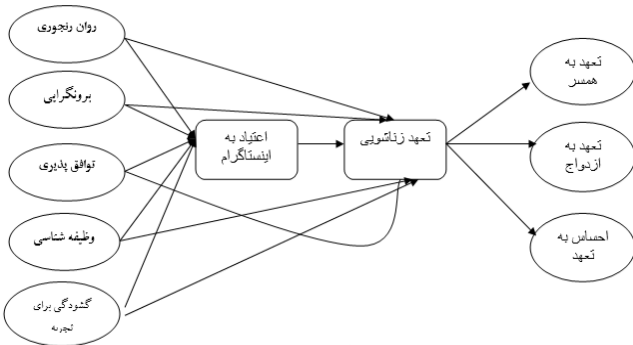
از سویی دیگر، در حالی که تحقیقات شبکه های اجتماعی اینستاگرام در مراحل اولیه است، اما شبکه اجتماعی اینستاگرام تأثیر زیادی بر ویژگی های روان شناختی افراد داشته است (هولاند و تیگمن^{۱۹}، ۲۰۱۷). در این میان، با

11. Andreassen, & Pallesen
12. Instagram addiction
13. Alhabash & Ma
14. Kircaburun & Griffiths
15. Pei, Lyu, Xiong, Wei, Guo, Zhou
16. Digman
17. Agnew & Goodfriend
18. Holland & Roisman
19. Holand and Tigman

1. Marital Commitment
2. Dean & Spanier
3. Olson, Goddard & Marshall
4. Personal commitment
5. Moral commitment
6. Structural Commitment
7. Johnson
8. Facebook
9. Twitter
10. Holland & Tiggemann

(۷) ویژگی‌های شخصیتی به طور غیرمستقیم از طریق اعتیاد به اینستاگرام بر تعهد زناشویی تأثیر می‌گذارد.

شکل ۱ مدل مفهومی است که در مطالعه حاضر به آن پیشنهاد شده است تا توضیح دهد که چگونه متغیرها به هم مرتبط هستند.



شکل ۱. مدل مفهومی پیشنهادی برای مدل ویژگی‌های شخصیتی و تعهد زناشویی با نقش واسطه‌ای اعتیاد به اینستاگرام

روش

روش پژوهش، توصیفی از نوع همبستگی مبتنی بر روش مدل یابی معادلات ساختاری است. این پژوهش از لحاظ گردآوری اطلاعات از نوع مقطعی می‌باشد که در فاصله سال ۱۳۹۹-۱۴۰۰ به انجام رسیده است. جامعه آماری پژوهش را کلیه افراد متأهل و عضو شبکه اجتماعی اینستاگرام تشکیل داد. در پیمایش فوق به علت موجود و در دسترس نبودن هیچ‌گونه چهارچوب نمونه‌گیری مشخص و پراکندگی جمعیت آماری موردنظر، از نمونه‌گیری غیراحتمالی با استفاده از نمونه‌های در دسترس و داوطلبانه استفاده شد. ملاک‌های ورود به پژوهش شامل متأهل بودن و استفاده از شبکه‌ی مجازی Instagram بر روی تلفن همراه بود. ملاک‌های خروج شامل داشتن بیماری روانی و اعتیاد به مواد مخدر بود. در واقع پرسشنامه برای حدود ۱۶۰۰ نفر از افراد واجد شرایط ارسال شد و در نهایت ۵۴۳ پرسشنامه ارزیابی و بهره‌برداری نهایی شد. جهت جمع‌آوری داده‌ها به دلیل فراگیری بیماری کرونا پرسشنامه‌ها به صورت الکترونیکی در سایت www.porsline.ir تهیه و لینک آن در شبکه‌های مجازی (واتس آپ، تلگرام و اینستاگرام) در گروه‌ها و برای افراد واجد شرایط ارسال شد. با توجه به قابلیت پرسشنامه که افراد در صورتی موفق به ارسال پاسخنامه می‌شدند که به تمامی سؤالات جواب داده باشند، تمام پرسشنامه‌ها قابل استفاده است. با توجه به فراگیری استفاده از شبکه‌های مجازی برای ترغیب افراد برای شرکت در این تحقیق توضیحات کامل در رابطه با اهداف تحقیق داده شد و با توجه به کاربردی بودن این موضوع و با اطمینان به افراد که نتایج تحقیق پس از بررسی به اشتراک گذاشته خواهد شد و نیز اشاره به محرمانگی اطلاعات و اینکه راهنمایی‌هایی در این جهت برای بهبود کیفیت زندگی و راهکارهایی در جهت استفاده

استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند اینستاگرام می‌توان از ویژگی‌های شخصی افراد بهره برد. تحقیقات با رشد شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، توئیتر و اینستاگرام، فرض کرده‌اند که ویژگی‌های شخصیتی را می‌توان به عنوان یک عامل مؤثر در شکل‌گیری وابستگی به شبکه‌های اجتماعی مجازی در نظر گرفت (مارتینز^۱، ۲۰۱۷). ویژگی‌های شخصیتی یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های وابستگی به شبکه‌های اجتماعی مجازی و اعتیاد به تلفن همراه است که از بین ویژگی‌های شخصیتی تکانه و روان رنجوری، نقش مهمی در ایجاد این وابستگی در افراد دارد (بورونل و کوتهر^۲، ۲۰۱۶). بنا به مطالعه‌ی بلاچینو و همکاران^۳، (۲۰۱۷) بین وابستگی به شبکه اجتماعی فیس‌بوک و اینستاگرام، ثبات عاطفی، وظیفه‌شناسی و برون‌گرایی رابطه منفی وجود دارد. مطالعات مختلفی ارتباط بین شخصیت و اعتیاد مربوط به اینترنت را بررسی کرده‌اند. در یک بررسی متاآنالیزی که اخیراً ۱۲ مورد مختلف را بررسی کرده است (کایس و همکاران^۴، ۲۰۱۶) گزارش داد که تمام ابعاد شخصیت تأثیر مهمی در اعتیاد به اینترنت داشت. در تحقیق دیگری که توسط آردیانا و تومانگر^۵ در سال ۲۰۲۰ در مورد دانش‌آموزان انجام شد همچنین نشان داده شد که ویژگی‌های شخصیتی با اعتیاد به اینستاگرام ارتباط دارد.

می‌توان گفت به‌طور کلی ویژگی‌های شخصیتی تأثیر قابل توجهی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی دارند (هراری و همکاران^۶، ۲۰۲۰). با توجه به فراگیری فضای مجازی علی‌الخصوص اینستاگرام و تعریف اعتیاد به آن در ادبیات موضوع و همچنین بررسی اهمیت تأثیر ابعاد شخصیتی بر اعتیاد به اینستاگرام و با توجه به افزایش روزافزون تأثیر فضای مجازی بر روابط زناشویی و تعهد زناشویی در کشورهای گوناگون از جمله ایران اهمیت توجه به این بحث را مشخص می‌کند؛ بنابراین در تحقیق حاضر برای اولین بار در ایران مدل علی زیر مورد آزمون قرار می‌گیرد. علاوه بر این با توجه به اهمیت و حساسیت این موضوع در حوزه خانواده و مواردی که با سلامت روان انسان‌ها در ارتباط است و به‌نوعی درگیر بودن هریک از خانواده‌ها با این موضوع، پژوهش حاضر از اهمیت بالایی برخوردار است. مطالب فوق و مرور پیشینه‌ی پژوهش بیانگر این است که عوامل شخصیتی می‌توانند بر میزان تعهد افراد به ازدواج و رابطه‌ی زناشویی تأثیرگذار باشند و نوسانات تعهد زناشویی را پیش‌بینی نمایند. بنابراین پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤالات است که آیا ویژگی‌های شخصیتی بر تعهد زناشویی تأثیرگذار است؟ آیا اعتیاد بر اینستاگرام بر تعهد زناشویی تأثیر گذار است؟ آیا ویژگی‌های شخصیتی با نقش میانجیگری اعتیاد به اینستاگرام بر تعهد زناشویی تأثیرگذار است؟ فرضیه‌های مطالعه حاضر به شرح زیر است: (۱) مؤلفه روان رنجوری تأثیر مستقیمی بر اعتیاد به اینستاگرام دارد. (۲) مؤلفه برون‌گرایی بر اعتیاد به اینستاگرام تأثیر مستقیم دارد. (۳) مؤلفه گشودگی به تجربه تأثیر مستقیمی بر اعتیاد به اینستاگرام دارد. (۴) مؤلفه توافق‌پذیری بر اعتیاد به اینستاگرام تأثیر مستقیم دارد. (۵) مؤلفه وظیفه‌شناسی بر اعتیاد به اینستاگرام تأثیر مستقیم دارد. (۶) اعتیاد به اینستاگرام بر تعهد زناشویی تأثیر مستقیم دارد.

4. Kayis, Satici, Yilmaz, Simsek, Ceyhan & Bakioglu
5. Ardiana & Tumanggor
6. Harari, Vaid, Müller, Stachl, Marrero, Schoedel, Bühner & Gosling

1. Martinez
2. Boronell and Kuthehr
3. Błachnio, Przepiorka, Senol-Durak, Durak & Sherstyuk

پرسشنامه اعتیاد به اینستاگرام: این پرسشنامه و ابعاد آن در سال ۲۰۱۹ از پرسشنامه شوله و روسدی^۴ گرفته شده است که زیر نظر اساتید و کارشناسان به یک پرسشنامه متناسب با پژوهش تبدیل شده است و به نحوی محقق ساخته محسوب می‌شود؛ و پرسشنامه شامل ۲۲ گویه با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (خیلی موافق، موافق، بی‌نظر، مخالف، خیلی مخالف) که به ترتیب نمره ۵-۴-۳-۲-۱ به آن‌ها تعلق می‌گیرد. در پژوهش حاضر ضریب آلفای کرونباخ این پرسشنامه ۰/۸۲ به دست آمد.

نتایج

در جدول ۱ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان پژوهش ارائه شده است.

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

سن	فراوانی	تحصیلات	فراوانی	درآمد	فراوانی	سال ازدواج	فراوانی
زیر ۲۰ سال	۲	زیردیپلم	۱۱	کمتر از ۳ م	۱۶۳	کمتر از ۳ سال	۱۴۸
۲۱-۳۰ سال	۲۱۴	فوق دیپلم یا دیپلم	۴۷	۳-۵ م	۱۵۷	۳-۵ سال	۱۰۳
۳۱-۴۰ سال	۲۳۸	لیسانس	۲۱۷	۶-۱۰ م	۱۴۵	۶-۱۰ سال	۱۳۰
۴۱-۵۰ سال	۵۷	فوق لیسانس	۲۱۵	۱۱-۲۰ م	۵۳	۱۱-۲۰ سال	۱۰۲
بالای ۵۱ سال	۳۵	دکتری	۵۶	۲۱ م به بالا	۲۸	۲۱ سال به بالا	۶۳

در جدول ۲ نتایج مربوط به میانگین، انحراف استاندارد، کشیدگی و چولگی و در جدول ۳ همبستگی بین متغیرهای مورد مطالعه پژوهش ارائه شده است.

جدول ۲: میانگین، انحراف استاندارد، کشیدگی و چولگی متغیرهای پژوهش

متغیرها	تعداد زناشویی	تعداد ازدواج همسر	تعداد اعتیاد به اینستاگرام	اعتیاد به رن	برونگرایی	کشودگی توفیق	وظیفه شناسی
M	۱۲/۵۲	۳۷/۱۴	۳۶/۵۴	۴۲/۲۲	۸۱/۴۰	۲۸/۸۱	۲۶/۶۳
SD	۲۳/۸۵	۷/۸۱	۶/۲۱	۸/۳۱	۱۲/۱۴	۹/۱۸	۹/۱۵
چولگی	۰/۱۶	۰/۱۲	۰/۱۲	۰/۳۱	۰/۲۱	۰/۷۸	۰/۷۱
کشیدگی	-۰/۴۱	-۰/۴۶	-۰/۱۱	-۰/۱۱	-۰/۱۱	-۰/۱۱	-۰/۱۱

با توجه به نتایج جدول ۲، میانگین متغیرهای تعهد زناشویی، تعهد به ازدواج، تعهد به همسر، احساس تعهد، اعتیاد به اینستاگرام، روان رنجوری، برونگرایی، کشودگی به تجربه، توفیق‌پذیری و وظیفه‌شناسی به ترتیب ۱۲/۵۲، ۳۹/۱۴، ۳۳/۸۴، ۳۶/۵۴، ۴۲/۳۲، ۸۱/۴۰، ۲۸/۸۱، ۲۴/۶۳، ۴۳/۱۰، ۲۶/۶۳ و ۳۵/۲۲ است.

متعادل از اینستاگرام انجام خواهد گرفت، افراد مشتاقانه ترغیب به شرکت در این تحقیق شدند.

در این پژوهش از آمار توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد، کشیدگی و چولگی و ضرایب همبستگی پیرسون) استفاده شده و برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از نرم افزار SPSS 26 و آزمون نرمالیتی کولموگروف-اسمیرنوف و در ادامه از روش معادلات ساختاری به بررسی برازش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری پرداخته شده که بدین منظور از نرم‌افزار Smartpls3 استفاده شد.

ابزارها

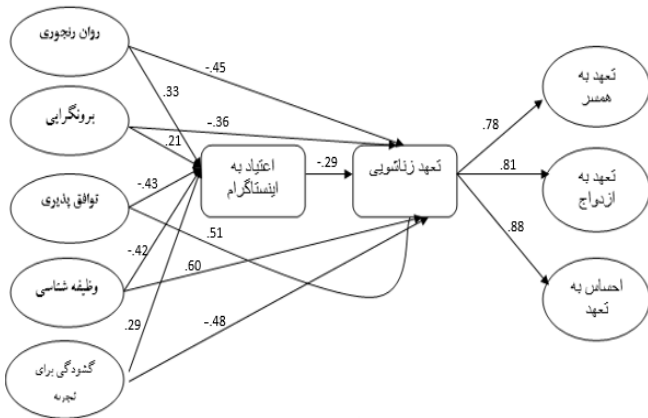
پرسشنامه استاندارد تعهد زناشویی^۱: پرسشنامه تعهد زناشویی میزان پایبندی افراد به همسر و ازدواجشان و ابعاد آن را اندازه‌گیری می‌کند. این پرسشنامه توسط آدامز و جونز (۱۹۹۷)^۲ تهیه شده و دارای ۴۴ گویه با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (خیلی موافق، موافق، بی‌نظر، مخالف، خیلی مخالف) که به ترتیب نمره (۵-۴-۳-۲-۱) به آن‌ها تعلق می‌گیرد. مولفه‌های پرسشنامه شامل: تعهد به همسر (شخصی): سوالات ۱ تا ۱۰، تعهد به ازدواج (اخلاقی): ۱۱ تا ۲۲ و احساس تعهد (ساختاری): ۲۳ تا ۴۴.

نمره گذاری پرسشنامه براساس طیف لیکرت پنج درجه ای و از کاملاً موافقم = ۵ تا کاملاً مخالفم = ۱ می‌باشد. سوالات ۱۲، ۱۱، ۳۸، ۳۶، ۳۵، ۳۴، ۳۲، ۳۰، ۲۹، ۲۸، ۲۳، ۱۶ به صورت معکوس نمره‌گذاری می‌شوند. دامنه کلی نمرات افراد بین ۱ تا ۲۲۰ نمره است و نمره بالا در این آزمون، بالا بودن تعهد زوج را نشان می‌دهد این پرسشنامه، سه مؤلفه تعهد زناشویی (تعهد شخصی، تعهد اخلاقی، تعهد ساختاری) را مورد سنجش قرار می‌دهد. آدامز و جونز میزان اعتبار هر یک از مقیاسهای این پرسشنامه، در مورد نمونه‌ی یاد شده را به این شرح به دست آورده‌اند: تعهد شخصی ۰/۹۱، تعهد اخلاقی ۰/۸۰ و تعهد ساختاری ۰/۸۶. در پژوهش حاضر ضریب اعتبار تمام خرده مقیاس‌ها با استفاده از روش آلفای کرونباخ محاسبه گردید که به این صورت بودند: تعهد شخصی ۰/۸۱، تعهد اخلاقی ۰/۸۳، تعهد ساختاری ۰/۸۵ و آلفای کل آزمون ۰/۸۴ می‌باشد.

پرسشنامه پنج عاملی شخصیت نئو^۳: در سال ۱۹۹۲ کاستا و مک کری این پرسشنامه را تهیه کردند. این پرسشنامه ۶۰ سؤالی است و برای ارزیابی پنج عامل اصلی شخصیت به کار می‌رود. پنج بعد شخصیت این پرسشنامه شامل روان رنجور خوبی، برون‌گرایی، کشودگی به تجربه، توفیق و وظیفه‌شناسی بوده و هر بعد ۱۲ ماده دارد. ضریب آلفای گزارش شده بین ۰/۷۴ تا ۰/۸۹ (میانگین ۰/۸۱) متغیر است. ضریب آلفای محاسبه شده برای روان رنجورخوبی ۰/۸۵، برون‌گرایی ۰/۷۲، توفیق‌پذیری ۰/۷۱، کشودگی به تجربه ۰/۶۸، و وظیفه‌شناسی ۰/۷۹ به دست آمده است. این ضرایب، همسانی درونی زیادی را در پرسشنامه نشان می‌دهد. در پژوهش حاضر ضرایب آلفای کرونباخ در هر یک از عوامل اصلی روان رنجوری، برون‌گرایی، کشودگی به تجربه، توفیق‌پذیری و وظیفه‌شناسی به ترتیب ۰/۸۲، ۰/۸۴، ۰/۷۰، ۰/۷۱، ۰/۸۱ به دست آمد.

1. Inventory dimensions of commitment
2. Adams & Jones

3. (NEO-FFI) (NEO-Five Factor Inventory)
4. Shole & Rusdi



شکل ۲. مدل ساختاری روابط حاکم میان متغیرهای مورد مطالعه (استاندارد)

جدول ۵: معیارهای برازش مدل ساختاری پژوهش

نتیجه	مقادیر قابل قبول	مقادیر حاصل شده	علائم اختصاری	معیارهای برازش مدل ساختاری
تائید مدل	< 3	۲/۶۳	$df/2$	نسبت کای دو به درجه آزادی
تائید مدل	> 0.9	۰/۹۴	GFI	معیار نیکویی برازش
تائید مدل	> 0.9	۰/۹۲	AGFI	معیار تعدیل شده نیکویی برازش
تائید مدل	> 0.9	۰/۹۱	NFI	معیار برازش هنجار شده
تائید مدل	> 0.9	۰/۹۷	CFI	معیار برازش تطبیقی
تائید مدل	> 0.9	۰/۹۲	IFI	معیار برازش اضافی
تائید مدل	> 0.9	۰/۹۷	RFI	معیار برازش نسبی
تائید مدل	حدود صفر	۰/۰۲۲	RMR	ریشه مجذور مانده ها
تائید مدل	< 0.08	۰/۰۳۱	RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطای تقریب

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که نسبت $df/2$ دو به درجه آزادی محاسبه شده ۲/۶۳ است، وجود $df/2$ پایین تر از ۳ گویای برازش مطلوب الگوی پژوهش است. ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب (RMSEA) نیز برابر ۰/۰۳۱ است که حد مطلوب آن پایین تر از ۰/۰۸ می‌باشد. مقدار قابل قبول معیارهای نیکویی برازش و حدتعدیل شده آن (AGFI & GFI)، معیار برازش هنجار شده (NFI)، تطبیقی (CFI)، اضافی (IFI) و معیار برازش نسبی (RFI) نیز در سطوح برازش مدل باید بیشتر از ۰/۹۰ باشد که در الگوی حاصل شده به ترتیب برابر ۰/۹۴، ۰/۹۲، ۰/۹۱، ۰/۹۷، ۰/۹۲، ۰/۹۷، ۰/۹۲ است. همچنین مقدار ریشه مجذور مانده ها یا RMR برابر ۰/۰۲۲ بوده که بر اساس معیارها، باید کمتر از ۰/۰۵ باشد و از این بابت شاخص مذکور واجد برازش است. لذا

می‌باشند. همانطور که مشاهده می‌شود تمامی متغیرها در دامنه قابل قبولی (بین ۲- تا ۲) برای دو شاخص چولگی و کشیدگی قرار دارند.

جدول ۲. ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱. تعهد زناشویی										
۲. تعهد به ازدواج	۰/۴۳									
۳. تعهد به همسر	۰/۶۳	۰/۵۱								
۴. احساس تعهد	۰/۶۵	۰/۷۰	۰/۷۱							
۵. اعتیاد به اینستاگرام	-۰/۳۸	-۰/۳۲	-۰/۲۶	-۰/۲۷						
۶. روان رنجوری	-۰/۴۳	-۰/۴۱	-۰/۲۷	-۰/۲۶	۰/۴۱					
۷. برونگرایی	-۰/۴۱	-۰/۲۸	۰/۲۴	۰/۴۰	۰/۳۴	-۰/۴۴				
۸. گشودگی به تجربه	-۰/۱۱	۰/۰۹	۰/۰۷	۰/۱۳	۰/۱۲	-۰/۱۲	۰/۱۳			
۹. توافق پذیری	۰/۲۴	۰/۲۰	۰/۲۵	۰/۲۰	-۰/۲۱	-۰/۴۵	۰/۲۷	۰/۱۳		
۱۰. وظیفه شناسی	۰/۲۸	۰/۲۵	۰/۲۳	۰/۲۸	-۰/۲۲	-۰/۴۶	۰/۵۴	۰/۱۸	۰/۱۶	

با توجه به نتایج جدول ۳، کلیه ضرایب همبستگی به دست آمده بین متغیرهای پژوهش در سطح $P < 0.01$ معنادار هستند. به منظور پاسخدهی به فرضیه‌های پژوهش، در ابتدا به بررسی نرمال بودن متغیرها پرداخته شد که نتایج در جدول ۴ ارائه گردیده است.

جدول ۴: آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای نرمال بودن متغیرهای پژوهش

متغیرها	آماره آزمون	سطح معناداری
تعهد زناشویی	۰/۰۲۱	۰/۲۰۰
تعهد به ازدواج	۰/۰۲۶	۰/۲۰۰
تعهد به همسر	۰/۰۱۸	۰/۲۰۰
احساس تعهد	۰/۰۳۴	۰/۲۰۰
اعتیاد به اینستاگرام	۰/۰۲۶	۰/۲۰۰
روان رنجوری	۰/۰۲۵	۰/۰۸۳
برونگرایی	۰/۰۱۹	۰/۰۹۵
گشودگی به تجربه	۰/۰۲۱	۰/۱۲
توافق پذیری	۰/۰۲۵	۰/۸۱
وظیفه شناسی	۰/۰۲۰	۰/۹۴

با توجه به نتایج سطوح معناداری متغیرهای جدول ۴ که بالاتر از سطح ۰/۰۵ است، نتیجه می‌شود که توزیع متغیرهای پژوهش دارای توزیع نرمالی می‌باشند.

در ادامه به منظور نیل به مدل پژوهش، از روش معادلات ساختاری که مبتنی بر روابط علی میان متغیرها می‌باشد استفاده شد. مهمترین ویژگی این تکنیک در انعطاف پذیری آن از لحاظ کاربرد به عنوان یک چارچوب نظری وسیع، امکان مشارکت متغیرهای مکنون، کاربرد اندازه‌های چندگانه، امکان دادن به خطا، انطباق فرض‌های توزیعی و قابلیت کار با انواع داده‌هاست. به‌طور کلی با تکنیک مدلیابی معادلات ساختاری و به کمک نرم‌افزار Smartpls3 فرضیه‌های پژوهش مورد آزمون قرار گرفتند.

در کل با توجه به همه شاخص‌ها می‌توان گفت که مدل از برازش مناسبی برخوردار است.

در عین حال، روابط میان شاخص‌های مندرج در مدل ساختاری نشان می‌دهد که میزان اثرگذاری مستقیم روان رنجوری، برونگرایی، توافق‌پذیری، وظیفه‌شناسی، گشودگی به تجربه و اعتیاد به اینستاگرام بر تعهد زناشویی به ترتیب عبارت است از $0/45$ ، $-0/36$ ، $0/51$ ، $0/60$ ، $0/48$ ، $-0/29$ که بالاترین میزان اثرگذاری مستقیم بر تعهد زناشویی از طریق ویژگی شخصیتی وظیفه‌شناسی است و به هر اندازه زوجین بتوانند نسبت به مسئولیت‌های خود در زندگی وظیفه‌شناس‌تر باشند، تعهدات زناشویی میان آنها افزایش می‌یابد.

نتایج با توجه به مدل برازش یافته و انجام آزمون سوبل برای روابط نشان داد که رابطه غیرمستقیم ویژگی شخصیتی روان رنجوری با تعهد زناشویی از طریق اعتیاد به اینستاگرام برابر $11/28$ بود که اثر غیرمستقیم به دست آمده از نظر آماری در سطح $P < 0/001$ معنادار می‌باشد، لذا فرض صفر رد و فرض پژوهش مبنی بر رابطه معنادار ویژگی شخصیتی روان رنجوری با تعهد زناشویی از طریق اعتیاد به اینستاگرام پذیرفته می‌شود. رابطه غیرمستقیم ویژگی شخصیتی برونگرایی با تعهد زناشویی از طریق اعتیاد به اینستاگرام برابر $14/01$ بود که اثر غیرمستقیم به دست آمده از نظر آماری در سطح $P < 0/001$ معنادار می‌باشد، لذا فرض صفر رد و فرض پژوهش مبنی بر رابطه معنادار ویژگی شخصیتی برونگرایی با تعهد زناشویی از طریق اعتیاد به اینستاگرام پذیرفته می‌شود. رابطه غیرمستقیم ویژگی شخصیتی توافق‌پذیری با تعهد زناشویی از طریق اعتیاد به اینستاگرام برابر $8/05$ بود که اثر غیرمستقیم به دست آمده از نظر آماری در سطح $P < 0/001$ معنادار می‌باشد، لذا فرض صفر رد و فرض پژوهش مبنی بر رابطه معنادار ویژگی شخصیتی توافق‌پذیری با تعهد زناشویی از طریق اعتیاد به اینستاگرام پذیرفته می‌شود. رابطه غیرمستقیم ویژگی شخصیتی وظیفه‌شناسی با تعهد زناشویی از طریق اعتیاد به اینستاگرام برابر $11/45$ بود که اثر غیرمستقیم به دست آمده از نظر آماری در سطح $P < 0/001$ معنادار می‌باشد، لذا فرض صفر رد و فرض پژوهش مبنی بر رابطه معنادار ویژگی شخصیتی وظیفه‌شناسی با تعهد زناشویی از طریق اعتیاد به اینستاگرام پذیرفته می‌شود. رابطه غیرمستقیم ویژگی شخصیتی گشودگی به تجربه با تعهد زناشویی از طریق اعتیاد به اینستاگرام برابر $10/48$ بود که اثر غیرمستقیم به دست آمده از نظر آماری در سطح $P < 0/001$ معنادار می‌باشد، لذا فرض صفر رد و فرض پژوهش مبنی بر رابطه معنادار ویژگی شخصیتی گشودگی به تجربه با تعهد زناشویی از طریق اعتیاد به اینستاگرام پذیرفته می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه حاضر، تاثیر مستقیم ویژگی‌های شخصیتی را بر تعهد زناشویی و همچنین تاثیر غیرمستقیم ویژگی‌های شخصیتی بر تعهد زناشویی از طریق اعتیاد به اینستاگرام مورد بررسی قرار داد. نتایج پژوهش نشان داد که تمام فرضیه‌های تایید شده است. از آنجا که پژوهش‌ها از ارتباط ابعاد ویژگی‌های

شخصیتی با اعتیاد به اینستاگرام (کیرکابران و گریفتس، ۲۰۱۸) حمایت می‌کنند و همچنین ارتباط اعتیاد به اینستاگرام با تعهد زناشویی (ملکیان و بهادری، ۱۳۹۶) مورد تایید قرار گرفته است، می‌توان نتیجه گرفت که مدل ساختاری تعهد زناشویی بر اساس ویژگی‌های شخصیتی با میانجی‌گری اعتیاد به اینستاگرام از برازش مطلوبی برخوردار است.

در این بخش، مسیر اصلی مدل ساختاری مورد بررسی قرار می‌گیرد. نتایج نشان داد ویژگی‌های شخصیتی تأثیر مستقیمی بر اعتیاد به اینستاگرام دارد (تأیید فرضیه اول تا پنجم) که با بسیاری از مطالعات (بلاچینو و همکاران، ۲۰۱۷؛ آردیانا و تومانگر، ۲۰۲۰؛ کیرکابران، ۲۰۱۶ و چوی و همکاران، ۲۰۱۷) سازگار است. اعتیاد به اینستاگرام نیز تأثیر مستقیمی بر تعهد زناشویی دارد (تأیید فرضیه ششم)، که با نتایج مطالعات قبلی (شهریاری احمدی، پازوکی و پور صدر، ۲۰۱۹؛ یانگ و همکاران) مطابقت دارد. همچنین ویژگی‌های شخصیتی از طریق اعتیاد به اینستاگرام بر تعهد زناشویی (تأیید فرضیه هفتم) تأثیر غیرمستقیمی داشت که با نتایج پژوهش (لین و همکاران، ۲۰۱۹) همسو می‌باشد.

در تبیین فرضیه اول مبنی بر اینکه مؤلفه روان رنجوری تأثیر مستقیمی بر اعتیاد به اینستاگرام می‌تواند اذعان داشت که روان رنجورها بیشتر ناپایدار و بی‌حوصله هستند و زود عصبانی می‌شوند و زندگی را منفی درک می‌کنند (کیرکابوران و گیریفیس، ۲۰۱۸؛ وانگو همکاران، ۲۰۱۵). بدین ترتیب، با جریان مداوم عکس‌ها و فیلم‌های رنگارنگ از سراسر جهان، بدون شک اینستاگرام یک رسانه امن و شادی‌آور برای فرار از روابط اجتماعی آشفته زندگی واقعی آنها و محل سرکوب اضطراب و تنش‌ها در زندگی است آردیانا و تومانگر، ۲۰۲۰).

در تبیین فرضیه دوم مبنی بر اینکه مؤلفه برونگرایی تأثیر مستقیمی بر اعتیاد به اینستاگرام دارد می‌توان گفت که برونگرایی برای افراد مختلف، نتایج متفاوتی به همراه دارد. برخی از نتایج مثبت برونگرایی این است که برونگرها زمان بیشتری برای با دیگران بودن و انجام فعالیت‌های اجتماعی صرف می‌کنند و مایل‌اند دوستان بیشتری داشته باشند. از طرف دیگر، همچنین برونگرها به علت ترس از تنهایی، رفتارهای پرخطر بیشتری (مانند رفتارهای مخرب سلامت) بروز می‌دهند. و همین نیز عامل بروز علاقه بیشتر به استفاده از اینستاگرام می‌شود. همچنین با توجه به توجه خواهی بالای این گروه از افراد، بستری مانند اینستاگرام برای آنها می‌تواند بسیار جذاب باشد چون با فعالیت و در جریان گذاشتن دیگران از زندگی خود این توجه را به صورت غیرواقعی به دست خواهند آورد (کاییس و همکاران، ۲۰۱۶).

فرضیه سوم مبنی بر اینکه مؤلفه گشودگی به تجربه تأثیر مستقیمی بر اعتیاد به اینستاگرام دارد، مورد تایید قرار گرفت و نشان داد که خصوصیت‌های شخصیتی مثل گشودگی به تجربه و اشتیاق برای تجربه‌های جدید، پیش‌بین خوبی برای اعتیاد به اینترنت است. همانطور که رایان و همکاران^۲ (۲۰۱۴) بیان کردند دلیل معتاد شدن افراد این است که آن‌ها از طریق این پلتفرم‌ها رضایت‌های مختلفی را تجربه می‌کنند که نمی‌توانند در زندگی واقعی خود داشته باشند و این استفاده مشکل‌ساز تا زمانی ادامه

۲۰۱۹). بنابراین وجود ویژگی‌های شخصیتی متفاوت بر میزان استفاده از اینستاگرام تاثیرگذار است و این میزان استفاده بر کیفیت روابط بین زوج‌ها که یکی از مهم‌ترین موارد تعهد زناشویی است تاثیرگذار خواهد بود. با شناخت هرچه بیشتر از خود و شناسایی نقاط قوت و ضعف می‌توان بر این موارد آگاهی بیشتری کسب کرد و با کنترل هرچه بیشتر ویژگی‌هایی که ما را به استفاده بیش از حد سوق می‌دهد می‌توان تاثیر منفی استفاده بیش از حد از شبکه‌های اجتماعی را کاهش داد که نتیجه این امر سلامت فرد، خانواده و در نهایت جامعه خواهد بود (ژو و همکاران، ۲۰۱۷).

مدل ارائه شده در پژوهش حاضر، کاربردهای نظری و عملی را القا می‌نماید. در سطح نظری، یافته‌های پژوهش بر نقش اساسی و تعیین‌کننده ویژگی‌های شخصیتی و اعتیاد به اینستاگرام به‌عنوان سازه‌های موثر در میزان تعهد زناشویی تاکید می‌نماید. در سطح عملی، با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر، لازم است با برگزاری دوره‌های آموزشی، به تقویت آگاهی از تاثیر اعتیاد به فضای مجازی و نحوه مدیریت آن در زندگی زناشویی مبادرت ورزید. همچنین از آنجا که مداخلات روانشناختی بر اساس تحقیقات بنیادی مانند پژوهش حاضر شکل گرفته و اصلاح می‌شوند، توصیه می‌شود مطالعات آینده در این زمینه بر سایر متغیرهای واسطه‌ای بین ویژگی‌های شخصیتی و تعهد زناشویی متمرکز شود تا با شناسایی تاثیرات آنها بتوان روابط زوجی را غنی‌تر کرده و زمینه افزایش تعهد زناشویی فراهم شود. به روان‌درمانگران خانواده و زوج درمانگرها نیز توصیه می‌شود تا از مدل ساختاری بدست آمده از این مطالعه برای استفاده از روش‌های درمانی خود استفاده کنند تا مشکلات زناشویی که ناشی از تفاوت زوجین در ویژگی‌های شخصیتی است را شناسایی کرده و با مدیریت آن بتوانند کیفیت زناشویی را غنی‌تر سازند.

منابع

- عسگری، پرویز و مرعشیان، فاطمه. (۱۳۸۷). رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و اضطراب کامپیوتر با اعتیاد به اینترنت در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز. *یافته‌های نو در روان‌شناسی (روان‌شناسی اجتماعی)*، ۲(۷)، ۲۳-۳۵.
- عزیزی، امیر؛ اسماعیلی، سوادبه؛ پیدان، نگین و اسماعیلی، مهدی. (۱۳۹۴). بررسی همبستگی اعتیاد به اینترنت با ابعاد شخصیتی هگراکو در دانش‌آموزان دبیرستانی. *آموزش پرستاری*، ۴(۲) (پیاپی ۱۲)، ۶۸-۷۷.
- قاسمی، وحید و ملک احمدی، حکیمه. (۱۳۸۹). تبیین اعتیاد به اینترنت در بین کاربران کافی‌نت‌های شاهین‌شهر. *پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)*، ۱۷(۴) (پیاپی ۶۴)، ۵۱-۷۷.
- حسینی، امین؛ زهراکار، کیانوش؛ داورنیا، رضا؛ شاکرمی، محمد و محمدی، بهناز. (۱۳۹۴). رابطه‌ی تعهد زناشویی با ویژگی‌های شخصیتی. *مجله علمی - پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی سبزوار*، ۲۲(۵)، ۷۸۸-۷۹۶.
- صادقی، مسعود؛ قادری جاوید، سارا؛ شلانی، بیتا. (۲۰۱۹). پیش‌بینی تعهد زناشویی بر اساس ویژگی‌های شخصیت، سبک‌های دلبستگی و جهت‌گیری دینی در دانشجویان متأهل. *مجله پژوهش در دین و سلامت*، ۳(۵)، ۱۸-۳۱.
- عباسی مولید، حسین. (۱۳۹۰). بررسی تاثیر آموزش گروهی واقعیت‌درمانی بر تعهد زناشویی زوجین شهرستان خمینی شهر. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. گروه مشاوره. دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی. دانشگاه اصفهان.

می‌یابد که به‌طور مکرر رضایت مورد نیاز خود را بدست آورند. تبیینی که می‌توان با این نتایج به آن اشاره کرد صفت کنجکاوی در افراد گشوده است که می‌تواند دلیل خوبی برای جذب شدن به سوی اینترنت و در نهایت استفاده‌ی افراطی از آن باشد.

در فرضیه چهارم بیان شد که مؤلفه توافق‌پذیری بر اعتیاد به اینستاگرام تأثیر مستقیم دارد که این فرضیه مورد تایید قرار گرفت.

یافته‌ها نشان داد که توافق‌پذیری با اعتیاد به اینستاگرام ارتباط منفی دارد که در تبیین آن می‌توان استدلال کرد که افراد توافق‌پذیر دارای برخی ویژگی‌های متمایز هستند که عبارتند از: نوع دوستی و کمک به دیگران، تواضع، سادگی، اعتماد، آمادگی برای دفاع از حق فردی، پیشروی به سمت جنبه‌های مثبت اجتماعی و سلامت روانی (کایس و همکاران، ۲۰۱۶). اما افرادی که توافق‌پذیری کمی دارند، بیشتر جنبه‌های منفی اجتماع را می‌بینند و فضای مجازی هم فرصتی است تا از این راه کمبودهای درونی خود را جبران کنند یا حتی با آسیب رساندن به بقیه افراد حتی در حد محدود حس درونی خود را که نوع دوستی در آن کم است ارضا کنند. بنابراین این افراد با پیدا کردن فضایی که اعمال قانون و کنترل در آن کم است و افراد با هویت جعلی می‌توانند در آن فعالیت کنند، بیشتر در دام اعتیاد به شبکه‌های مجازی می‌افتند (وانگ و همکاران، ۲۰۱۵).

فرضیه پنجم مبنی بر اینکه مؤلفه وظیفه‌شناسی بر اعتیاد به اینستاگرام تأثیر مستقیم دارد نیز مورد تایید قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد که وظیفه‌شناسی با اعتیاد به اینستاگرام ارتباط منفی دارد که در تبیین آن می‌توان گفت که مقبولیت، وظیفه‌شناسی و خودپسندی با اعتیاد به اینستاگرام ارتباط منفی دارد؛ افراد وظیفه‌شناس به دلیل نظم، سخت‌کوشی و کنترل‌تکنانه، دارای سطح بالاتری از پیشرفت تحصیلی و گرایش کمتری به اعتیاد هستند (ژو و همکاران، ۲۰۱۷).

فرضیه ششم این بود که اعتیاد به اینستاگرام بر تعهد زناشویی تأثیر مستقیم دارد که این فرضیه نیز مورد تایید قرار گرفت. در تبیین آن می‌توان گفت که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تعهد زوج‌ها رابطه قابل توجه و مستقیمی وجود دارد و هرچه میزان استفاده زوج‌ها از شبکه‌های اجتماعی بیشتر شود، بیشتر از یکدیگر و رابطه‌شان غافل می‌شوند که متعاقب آن تعهد زناشویی آن‌ها کمتر می‌شود. این به این معنی است که هرچه استفاده از شبکه‌های اجتماعی بیشتر می‌شود افراد راه‌گریزی برای فرار از حل مسائل و مشکلاتشان پیدا و خود را با شبکه‌های اجتماعی سرگرم می‌کنند که نتیجه‌ی آن کاهش سرمایه‌گذاری در رابطه زناشویی و کاهش تعهد زناشویی است.

در نهایت، فرضیه هفتم مبنی بر اینکه ویژگی‌های شخصیتی به‌طور غیرمستقیم از طریق اعتیاد به اینستاگرام بر تعهد زناشویی تأثیر می‌گذارد نیز مورد تایید قرار گرفت که در تبیین آن می‌توان اذعان داشت که هر یک از ویژگی‌های شخصیتی بر روند و دیدگاه انسان‌ها در زندگی تأثیر می‌گذارد و یکی از این موارد استفاده از شبکه‌های اجتماعی است که این روزها جزو جدایی‌ناپذیر زندگی مدرن شده است (شهریاری احمدی، پازوکی و پور صدر،

- Aarum Andersen, J. (2000). Intuition in managers. *Journal of Managerial Psychology*, 15(1), 46–63.
- Adams, J. M., & Jones, W. H. (1997). The conceptualization of marital commitment: An integrative analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(5), 1177–1196.
- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students? *Social Media + Society*, 3(1), 205630511769154.
- Allen, E. S., Rhoades, G. K., Stanley, S. M., & Markman, H. J. (2011). On the Home Front: Stress for recently deployed Army Couples. *Family Process*, 50(2), 235–247.
- Allen, S., Hawkins, A. J., Harris, S. M., Roberts, K., Hubbard, A., & Doman, M. (2021). day of at changes and longer term adjustments to divorce ideation: Marital commitment uncertainty processes over time. *Family Relations*, 71(2), 611–629. <https://doi.org/10.1111/fare.12599>
- Andreassen, C., & Pallesen, S. (2014). Social Network Site Addiction - An Overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053–4061.
- Ardiana, R. T., & Tumanggor, R. O. (2020). Social Media Instagram addiction and self-esteem in high school students. *Proceedings of the 2nd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2020)*.
- Błachnio, A., Przepiorka, A., Senol-Durak, E., Durak, M., & Sherstyuk, L. (2017). The role of personality traits in Facebook and internet addictions: A study on Polish, Turkish, and Ukrainian samples. *Computers in Human Behavior*, 68, 269–275.
- Buss, D. M., & Shackelford, T. K. (1997). Susceptibility to infidelity in the first year of Marriage. *Journal of Research in Personality*, 31(2), 193–221.
- Choi, T. R., Sung, Y., Lee, J.-A., & Choi, S. M. (2017). Get behind my selfies: The big five traits and social networking behaviors through selfies. *Personality and Individual Differences*, 109, 98–101.
- Dean, D. G., & Spanier, G. B. (1974). Commitment — an overlooked variable in marital adjustment? *Sociological Focus*, 7(2), 113–118.
- Digman, J. M. (1990). Personality structure: Emergence of the five-factor model. *Annual Review of Psychology*, 41(1), 417–440.
- Goodfriend, W., & Agnew, C. R. (2008). Sunken costs and desired plans: Examining different types of investments in close relationships. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(12), 1639–1652.
- Harari, G. M., Vaid, S. S., Müller, S. R., Stachl, C., Marrero, Z., Schoedel, R., Bühner, M., & Gosling, S. D. (2020). Personality sensing for theory development and assessment in the Digital age. *European Journal of Personality*, 34(5), 649–669.
- Holland, A. S., & Roisman, G. I. (2008). Big five personality traits and relationship quality: Self-reported, observational, and physiological evidence. *Journal of Social and Personal Relationships*, 25(5), 811–829.
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2017). “Strong beats skinny every time”: Disordered eating and compulsive exercise in women who post fitspiration on Instagram. *International Journal of Eating Disorders*, 50(1), 76–79.
- John, N. A., Seme, A., Roro, M. A., & Tsui, A. O. (2017). Understanding the meaning of marital relationship quality among couples in peri-urban Ethiopia. *Culture, Health & Sexuality*, 19(2), 267–278.
- Karney, B. R., & Bradbury, T. N. (1997). Neuroticism, marital interaction, and the trajectory of marital satisfaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(5), 1075–1092.
- Kayış, A. R., Satici, S. A., Yilmaz, M. F., Şimşek, D., Ceyhan, E., & Bakioğlu, F. (2016). Big five-personality trait and internet addiction: A Meta-Analytic Review. *Computers in Human Behavior*, 63, 35–40.
- Kim, J. W., & Chock, T. M. (2017). Personality traits and psychological motivations predicting selfie posting behaviors on social networking sites. *Telematics and Informatics*, 34(5), 560–571.
- Kırcaburun, K. (2016). Effects of gender and personality differences on twitter addiction among Turkish undergraduates. *Journal of Education and Practice*, 7, 24, 33–42.
- Kırcaburun, K., & Griffiths, M.D. (2018). Instagram addiction and the big five of personality: the mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions*, 7, 1, 158–170.
- Kırcaburun, K., & Griffiths, D. (2019). Problematic Instagram Use: The Role of Perceived Feeling of Presence and Escapism. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17, 909–921.
- Lenne, O., Wittevronghel, L., Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2019). Romantic relationship commitment and the threat of alternatives on social media. *Personal Relationships*, 26(4), 680–693. <https://doi.org/10.1111/pere.12299>
- McCrae, R. R., & John, O. P. (1992). An introduction to the five-factor model and its applications. *Journal of Personality*, 60(2), 175–215.
- Pei, X., Lyu, F., Xiong, X., Wei, A., Guo, J., & Zhou, W. (2022). Silence is golden? relationship between silent behavior among online community members and Operation Performance from the perspective of personality trait. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.912511>.
- Platt, L. (2009). Social activity, social isolation and ethnicity. *The Sociological Review*, 57(4), 670–702.
- Roberts, B. W., Wood, D., & Smith, J. L. (2005). Evaluating five factor theory and social investment perspectives on personality trait development. *Journal of Research in Personality*, 39(1), 166–184.
- Robins, R. W., Caspi, A., & Moffitt, T. E. (2000). Two personalities, one relationship: Both partners' personality traits shape the quality of their relationship. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(2), 251–259.
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J., & Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(3), 133–148. <https://doi.org/10.1556/jba.3.2014.016>
- Shahriyari ahmadi, M., Pazoki, L., Poor sadr, N. (2019). relationship between sense of loneliness as well as marital commitment and extent of use of social media in women. *The Women and Families Cultural-Educational*, 13(46), 95–114.
- Sholeh, A., & Rusdi, A. (2019). A New Measurement of Instagram Addiction: Psychometric Properties of The Instagram Addiction Scale (TIAS). *CISAK*, 91–97

- Wang, C.-W., Ho, R. T. H., Chan, C. L. W., & Tse, S. (2015). Exploring personality characteristics of Chinese adolescents with internet-related addictive behaviors: Trait differences for gaming addiction and Social Networking Addiction. *Addictive Behaviors*, 42, 32–35.
- Watson, D., Hubbard, B., & Wiese, D. (2000). General traits of personality and affectivity as predictors of satisfaction in intimate relationships: Evidence from self- and partner-ratings. *Journal of Personality*, 68(3), 413–449.
- Yang, M., Hu, S., Kpandika, B. E., & Liu, L. (2021). Effects of social attachment on social media continuous usage intention: The mediating role of Affective Commitment. *Human Systems Management*, 40(4), 619–631. <https://doi.org/10.3233/hsm-201057>
- Zhou, Y., Li, D., Li, X., Wang, Y., & Zhao, L. (2017). Big five personality and adolescent internet addiction: The mediating role of coping style. *Addictive Behaviors*, 64, 42–48.

