

Validity and Reliability of the Persian Version of Social Media Disorder Scale in Iranian Students

Farzin Bagheri
Sheykhangafshe 

PhD Student in Psychology, Tarbiat
Modares University, Tehran, Iran

Mehrnaz Salehi Raj 

MA Student in General Psychology, Tarbiat
Modares University, Tehran, Iran

Hojjatollah Farahani *

Assistant Professor, Department of
Psychology, Tarbiat Modares University,
Tehran, Iran

Abstract

The present study aimed to assess the validity and reliability of the Social Media Disorder (SMD) scale in Iranian students. This research adopted a descriptive-analytical evaluation approach. The study sample consisted of 404 students from Tehran Province during the academic year 2021-2022, selected through the convenience sampling method. The students completed questionnaires on social media disorder, internet addiction, and self-esteem. The psychometric properties of the social media disorder scale were assessed using confirmatory factor analysis, divergent validity, concurrent validity, Pearson's correlation, and Cronbach's alpha coefficient in R software version 4.1 at a significance level of 0.05. In the confirmatory factor analysis of the Social Media Disorder (SMD) scale, a nine-factor structure was confirmed (CFI = 0.99, RMSEA = 0.03). When examining concurrent and divergent criterion validity, we found that the correlation between the SMD scale and the Internet Addiction Scale was positively significant, indicating a strong relationship between the two constructs. Furthermore, the study found a negative and significant correlation between social media disorder and self-

* Corresponding Author: h.farahani@modares.ac.ir

How to Cite: Bagheri Sheykhangafshe, F., Salehi Raj, M., Farahani, H. (2024). Validity and Reliability of the Persian Version of Social Media Disorder Scale in Iranian Students, *Journal of New Media Studies*, 10(37), 193-229. DOI: 10.22054/nms.2024.69601.1448

esteem. The Cronbach's alpha coefficient for the overall SMD scale score was 0.94, while the coefficients for its dimensions ranged from 0.74 to 0.92, demonstrating acceptable reliability. The findings confirm the construct validity of the SMD scale and its multidimensional structure, which allows it to effectively diagnose social media disorder among Iranian students.

1. Introduction

Social media platforms such as Instagram, WhatsApp, Telegram, Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, and Snapchat have become integral parts of many people's lives around the world, providing a range of communication, entertainment, and connection opportunities. The widespread availability of the internet and the abundance of social media platforms have enabled individuals to save time, quickly access essential information, connect with multiple people, and engage in online shopping, offering a plethora of convenient options.

While social media and networking platforms offer various benefits, they can be seen as detrimental when users engage excessively and addictively with them, losing control over their usage (Glaser, Liu, Hakim, Vilar & Zhang, 2018). Despite not being formally listed in the Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-5), social media disorder or addiction is commonly regarded as a behavioral addiction (Muller et al., 2016). Over recent decades, the proliferation of media and social networks has resulted in significant alterations in people's lifestyles globally. These platforms have enabled easy access to both reliable and unreliable information while reducing physical activity levels. Moreover, they have been tied to psychological challenges such as depression, stress, anxiety, and addictive behaviors. Given the continuing increase in the number of social media users, it has become crucial to have a dependable assessment tool. Therefore, this study aimed to examine the psychometric properties of the Social Media Disorder (SMD) scale among Iranian students.

2. Literature Review

The study by Van den Eijnden et al. (2016) led to the development of a reliable questionnaire that assesses the extent of excessive usage of various social media platforms. This questionnaire comprises 27 items and 9 subdomains, encompassing preoccupation, tolerance,

withdrawal, perseverance, escape, problems, deception, displacement, and engagement. Savci et al. conducted a psychometric validation study on the Social Media Disorder (SMD) questionnaire among Turkish adolescents, involving a sample of 553 individuals with at least one social media presence. As per the findings of Confirmatory Factor Analysis, the social media disorder questionnaire was found to consist of 9 factors among the Turkish adolescent participants. Further, the calculated indices, such as GFI, CFI, AGFI, NNFI, and IFI, demonstrated a favorable and highly desirable model fit. Similarly, Fung (2019) studied the psychometric properties of the same questionnaire among a sample of Chinese university students.

In the research, a sample of 903 university students was examined and the Social Media Disorder (SMD) questionnaire was found to consist of nine factors. The calculated indices, including SRMR, CFI, TLI, and RMSEA, pointed towards a desirable and high model fit. Furthermore, the Cronbach's alpha coefficient for the overall scale was determined to be 0.75. In addition, Boer et al. (2021) investigated the validity and reliability of the same questionnaire among Dutch adolescents. According to the results of the study, which involved a sample of 6626 Dutch adolescents between the ages of 12 to 16, the Social Media Disorder (SMD) questionnaire was found to consist of nine factors. The calculated indices, such as TLI, CFI, RMSEA, and SRMR, indicated a desirable and highly desirable model fit. Similarly, Liu and Ma (2018) conducted a psychometric validation study on the same questionnaire among a sample of 619 Chinese university students. The study discovered the presence of 6 factors through exploratory factor analysis. The Cronbach's alpha coefficient and reliability by the split-half method were found to be 0.93 and 0.87, respectively. Cheng et al. (2021) conducted a literature review to explore the global prevalence of social media addiction across 32 countries. The study's findings showed that the global prevalence of social media disorder or addiction ranged from 5% to 29%. Interestingly, the prevalence of this issue was twice as high in individualistic countries compared to collectivistic countries.

3. Methodology

The present study is aimed at standardizing the scale, which calls for a descriptive and survey-based approach. The targeted population comprises students from Tehran Province during the 2021-2022

academic year.

Based on the guidance provided by Tabachnick et al. (2007), for validation and factor analysis studies, the minimum sample size should be 300 participants. If the number of participants reaches 400, it is considered quite suitable. However, having a sample size of 1000 participants would be considered excellent and would be the best possible scenario. In line with the study's objectives, a total of 404 participants were selected through convenience sampling. These individuals include 212 females and 192 males. The inclusion criteria for the study specified that the individuals should be satisfied, have full access to the internet, and fall within the age range of 18 to 50 years old.

As per the study's protocols, a set of exclusion criteria were stipulated that encompassed not belonging to the target research community, experiencing severe physical and psychiatric problems, providing random answers to questions, and submitting incomplete responses. The participants were required to complete questionnaires related to social media disorder, internet addiction, and self-esteem. The psychometric properties of the Social Media Disorder (SMD) scale were examined by conducting confirmatory factor analysis (CFA), assessing divergent validity and concurrent validity, calculating Pearson's correlation, and determining Cronbach's alpha coefficient. The analyses were carried out using the R software, version 4.1, at a significance level of 0.05.

4. Results

The study revealed that the average age of the participants was 27.81 years, with a standard deviation of 7.62. As the initial stage, confirmatory factor analysis was conducted to examine the structural validity of the scale. As part of the assessment of the appropriateness of test items for factor analysis, the study examined the correlation between each item's score and the corrected total score. The results of this assessment are presented in Table 1.

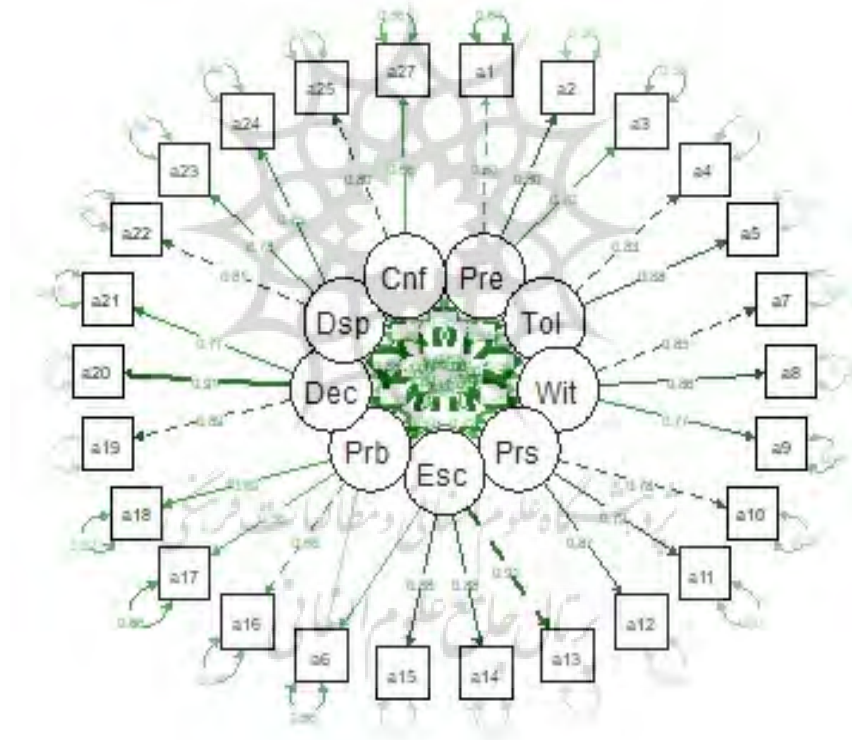
Table 1: Correlation of items with the corrected total score

item	Correlation	item	Correlation	item	Correlation	item	Correlation
1	0.494	8	0.663	15	0.600	22	0.686
2	0.663	9	0.585	16	0.617	23	0.655
3	0.581	10	0.604	17	0.533	24	0.629
4	0.578	11	0.611	18	0.653	25	0.632
5	0.614	12	0.694	19	0.637	26	0.588

item	Correlation	item	Correlation	item	Correlation	item	Correlation
6	0.573	13	0.627	20	0.655	27	0.535
7	0.650	14	0.596	21	0.565	-	-

Table 1 presents the analysis of the correlation between the items and the adjusted total score. All items on the scale were found to exhibit positive correlations above 0.30 with the adjusted total score. The positive correlation coefficients indicate that all items are well-aligned with the overall scale score, as stated by Steenbergen and Marks (2007).

Figure 1. The nine-factor model of the Social Media Disorder Scale and standardized path coefficients



The study's findings from confirmatory factor analysis suggest that the items of the Social Media Disorder (SMD) Scale demonstrate robust factor loadings, highlighting their suitability for effective use among

the Iranian sample.

6. Conclusion

The primary objective of this research project was to standardize and validate the Persian adaptation of the Social Media Disorder (SMD) Scale for application among university students. To achieve this goal, the study aimed to confirm the structural validity of the scale by employing concurrent and divergent criterion validity analyses through factor analysis.

The analysis results indicated a nine-factor structure for the Social Media Disorder (SMD) scale, consistent with previous research. Additionally, the study's findings suggest that the Persian adaptation of the SMD scale displays sufficient validity and reliability in the Iranian context. Further evidence supporting the practical utility of the questionnaire was obtained from the strong correlation observed with the Internet Addiction Scale and the high Cronbach's alpha coefficients for the subscales. Despite the limited attention paid to social media disorder in Iran, conducting more comprehensive studies may provide deeper understanding regarding the credibility of this scale within the Iranian context.

Acknowledgments




The authors would like to extend their sincere gratitude to all the esteemed students who participated in this study.

Keywords: Social Media Disorder Scale; Validity; Reliability; Psychometrics.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



روایی و پایایی نسخه فارسی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی در دانشجویان ایرانی

- فرزین باقری شیخانگشه  دانشجوی دکتری تخصصی روان‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران
- مهرناز صالحی‌رج  دانشجوی کارشناسی‌ارشد روان‌شناسی عمومی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران
- حجت‌الله فراهانی * استادیار گروه روان‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

چکیده

پژوهش حاضر باهدف بررسی رواسازی و اعتباریابی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی در دانشجویان ایرانی انجام شد. این پژوهش یک مطالعه توصیفی-تحلیلی از نوع ارزشیابی بود. نمونه شامل ۴۰۴ نفر، از دانشجویان استان تهران در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ بودند که با روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. دانشجویان پرسشنامه‌های اختلال رسانه‌های اجتماعی، اعتیاد به اینترنت و عزت‌نفس را تکمیل کردند. ویژگی‌های روان‌سنجی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی از طریق آزمون تحلیل عامل تأییدی، روایی واگرا، روایی هم‌زمان، همبستگی پیرسون و ضریب آلفای کرونباخ در نرم‌افزار R نسخه ۴/۱ در سطح معناداری ۰/۰۵ تحلیل شد. ساختار نه‌عاملی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی با استفاده از تحلیل عامل تأییدی بررسی و تأیید شد ($CFI=0/99$ ، $RMSEA=0/03$). در بررسی روایی ملاکی هم‌زمان و واگرا، همبستگی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی با مقیاس اعتیاد به اینترنت مثبت و معنادار بود. همچنین رابطه اختلال رسانه‌های اجتماعی با عزت‌نفس نیز منفی و معنادار بود. ضریب آلفای کرونباخ برای نمره کل مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی ۰/۹۴ و برای ابعاد آن ۰/۷۴ تا ۰/۹۲ به دست آمد. یافته‌ها بیانگر روایی سازه‌ای و پایایی قابل قبول مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی است و ساختار چندبعدی این مقیاس می‌تواند به منظور تشخیص اختلال رسانه‌های اجتماعی کمک کند.

کلیدواژه‌ها: مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی، روایی، اعتبار.

* نویسنده مسئول: farahani@modares.ac.ir

مقدمه

رسانه‌های اجتماعی گوناگون مانند اینستاگرام، واتساپ، تلگرام، فیس‌بوک، توئیتر، یوتیوب، تیک‌تاک و اسنپ‌چت به بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی بسیاری از مردم جهان تبدیل شده‌اند (Jeri-Yabar et al, 2019). گسترش اینترنت و تنوع رسانه‌های اجتماعی باعث گردید افراد در زمان خود صرفه‌جویی کنند، در کمترین زمان به اطلاعات ارزشمندی دسترسی پیدا نمایند، با افراد زیادی ارتباط برقرار کنند و خرید اینترنتی انجام دهند (Chen & Wang, 2021). با این وجود، رسانه و شبکه‌های اجتماعی زمانی می‌توانند به عنوان یک اختلال در کاربران شناسایی شوند که به صورت افراطی و اعتیادگونه مورد استفاده قرار گیرند و شخص کنترلی بر میزان استفاده خود از رسانه‌های اجتماعی نداشته باشد (Glaser, Liu, Hakim, Vilar & Zhang, 2018). اختلال یا اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی در راهنمای تشخیصی و آماری اختلال‌های روانی (DSM-5) تعریف نشده، با این وجود اختلال رسانه‌های اجتماعی به عنوان یک اعتیاد رفتاری مشخص شده است (Müller et al, 2016). Cheng و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی مروری به بررسی شیوع اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی در ۳۲ کشور جهان کردند. یافته‌های به دست آمده حاکی از شیوع ۵ تا ۲۹ درصدی اختلال یا اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی داشت. همچنین میزان شیوع اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی در کشورهای فردگرا دو برابر کشورهای جمع‌گرا بود. در کشور ایران نیز رحیمی‌نیا و همکاران (۲۰۲۱) شیوع اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی را در دانشجویان ۴۴ درصد گزارش کردند.

اختلال رسانه‌های اجتماعی آسیب‌های روان‌شناختی گسترده‌ای برای افراد در تمامی سنین به همراه دارد که می‌تواند ابعاد زندگی آن‌ها را تحت تأثیر خود قرار دهد (Wong et al, 2020). استفاده افراطی از رسانه‌های اجتماعی و مواجهه مداوم با اطلاعات و تحولات جهانی ممکن است باعث افزایش استرس و اضطراب در افراد شود. فشار اجتماعی و مقایسه خود با دیگران نیز می‌تواند تأثیر مخربی بر سلامت روانی افراد داشته باشد (Liu & Ma, 2018). مطالعات نشان می‌دهند که استفاده بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند

باعث افزایش احتمال افسردگی و افزایش احساس تنهایی در افراد شود (Glaser et al, ۲۰۱۸). از دیگر سو، مقایسه‌ی مداوم خود با دیگران و تعداد بازخوردهای منفی در رسانه‌های اجتماعی ممکن است باعث کاهش اعتمادبه‌نفس شود. همچنین افراد ممکن است به‌طور مداوم و مکرر به رسانه‌های اجتماعی وابسته شوند که این می‌تواند به اختلال‌های اعتیادی منجر شود (Jeri-Yabar et al, 2019). وابستگی به اینترنت می‌تواند زمان آزاد افراد را کاهش دهد و به تعداد کمتری از فعالیت‌های سازنده و تعامل اجتماعی در دنیای واقعی منجر شود. استفاده از رسانه‌های اجتماعی در ساعات شب و مواجهه با نورهای آبی ممکن است به اختلال در خواب و کاهش کیفیت خواب منجر شود (Youssef et al, 2021). مصرف مداوم رسانه‌های اجتماعی و مواجهه با اطلاعات پرتوان ممکن است باعث کاهش توانایی تمرکز و توجه در افراد شود (Robinson et al, 2019). برای مقابله با این مشکلات، مهم است که افراد از استفاده معقولانه از رسانه‌های اجتماعی و ایجاد تعادل در زندگی آن‌ها اطمینان حاصل کنند. همچنین، آموزش‌ها و مشاوره‌های روان‌شناختی ممکن است به افراد کمک کنند تا مدیریت بهتری بر روی تأثیرات منفی رسانه‌های اجتماعی داشته باشند (Wartberg, Kriston, & Thomasius, 2020).

با توجه به افزایش روزافزون کاربران شبکه‌های اجتماعی در سراسر جهان، بررسی‌های انجام‌شده حاکی از آن دارد که هنوز در ایران پژوهش ویژه‌ای در خصوص اختلال رسانه‌های اجتماعی در دانشجویان صورت نگرفته است. این در حالی است که طی سال‌های اخیر با گسترش اینترنت و دسترسی راحت‌تر به تلفن هوشمند، تعداد شبکه‌های اجتماعی و کاربران آن در تمامی سنین به میزان قابل توجهی افزایش یافته است و انجام پژوهش در این خصوص را ضرورت می‌بخشد (Andreassen, Pallesen & Griffiths, ۲۰۱۷). به نظر می‌رسد که یکی از دلایل احتمالی کم‌کاری در این زمینه، عدم وجود یک ابزار اندازه‌گیری معتبر باشد. در خصوص سنجش اعتیاد به اینترنت، ابزارهای متنوعی وجود دارد؛ اما به‌صورت اختصاصی ابزاری برای بررسی اختلال رسانه‌های اجتماعی وجود ندارد؛ هرچند در خصوص سازه اینترنت در مفهوم کلی خود، ابزارهایی وجود دارد، ابزارهای

حوزه رسانه‌های اجتماعی (اینستاگرام، واتساپ، تلگرام، فیس‌بوک، توئیتر، یوتیوب، تیک-تاک) محدود هستند و برخی از آن‌ها تا حدودی با ماهیت این سازه فاصله دارند (Austermann, Thomasius & Paschke, 2021).

طی دهه اخیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در بین مردم جهان شیوع چشمگیری داشتند، سبک زندگی افراد را تغییر دادند، موجب دسترسی سریع افراد به اطلاعات درست و نادرست شدند، فعالیت بدنی مردم را کاهش دادند، همچنین پیامدهای روان‌شناختی متعددی مانند افسردگی، استرس، اضطراب و رفتارهای اعتیادی را به همراه داشتند. از آنجایی که روزه‌روز به تعداد کاربران رسانه‌های اجتماعی افزوده می‌شود داشتن مقیاسی معتبر در جهت ارزیابی این کاربران از اهمیت بالایی برخوردار است. در همین راستا، پژوهش حاضر باهدف بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی در دانشجویان ایرانی انجام شد.

پیشینه پژوهش

Van den Eijnden و همکاران (۲۰۱۶) به‌منظور بررسی میزان شدت استفاده زیاد افراد از رسانه‌های اجتماعی گوناگون اقدام به طراحی یک پرسشنامه معتبر کردند. این پرسشنامه دارای ۲۷ سؤال و ۹ زیر مقیاس مشغله، تحمل، کناره‌گیری، پشتکار، فرار، مشکلات، فریب، جابجایی و درگیری است. در همین راستا، پژوهشگران متعددی در کشورهای گوناگون اقدام به بررسی روایی و پایایی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی کردند.

Savci و همکاران (۲۰۱۸) به بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی پرسشنامه اختلال رسانه‌های اجتماعی در نوجوانان ترکیه‌ای پرداختند. در این مطالعه ۵۵۳ نوجوان که حداقل دارای یک رسانه اجتماعی هستند، حضور داشتند. نتایج تحلیل عامل تأییدی حاکی از وجود ۹ زیر مقیاس مشغله، تحمل، کناره‌گیری، پشتکار، فرار، مشکلات، فریب، جابجایی و درگیری داشت. مقادیر محاسبه‌شده شاخص‌های IFI، NNFI، AGFI، CFI، GFI و IFI در این پژوهش برای مدل موردنظر به ترتیب عبارت‌اند از ۰/۹۵، ۰/۹۷، ۰/۹۰، ۰/۹۲ و ۰/۹۴ بود که دلالت بر مطلوب و بسیار مطلوب بودن مدل به‌دست آمده دارند.

روایی و پایایی نسخه فارسی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی ...؛ باقری شیخانگفته و همکاران | ۲۰۳

Fung (۲۰۱۹) ویژگی‌های روان‌سنجی پرسشنامه اختلال رسانه‌های اجتماعی را در دانشجویان چینی مورد بررسی قرار دادند. در این پژوهش ۹۰۳ دانشجوی شرکت داشتند. یافته‌های به دست آمده حاکی از وجود ۹ عامل برای پرسشنامه اختلال رسانه‌های اجتماعی داشت. مقادیر محاسبه شده شاخص‌های SRMR، CFI، TLI، RMSEA در این پژوهش برای مدل مورد نظر به ترتیب عبارت‌اند از ۰/۰۵، ۰/۹۹، ۰/۹۹، ۰/۰۲ بود که دلالت بر مطلوب و بسیار مطلوب بودن مدل به دست آمده دارند. همچنین ضریب آلفای کرونباخ برای کل مقیاس ۰/۷۵ گزارش گردید.

Boer و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی به بررسی اعتبار و پایایی پرسشنامه اختلال رسانه‌های اجتماعی در نوجوانان پرداختند. در این مطالعه ۶۶۲۶ نوجوان ۱۲ تا ۱۶ ساله هلندی حضور داشتند. یافته‌های به دست آمده حاکی از وجود ۹ عامل برای پرسشنامه اختلال رسانه‌های اجتماعی داشت. مقادیر محاسبه شده شاخص‌های SRMR، CFI، TLI، RMSEA در این پژوهش برای مدل مورد نظر به ترتیب عبارت‌اند از ۰/۰۲، ۰/۹۹، ۰/۹۸، ۰/۰۴ بود که دلالت بر مطلوب و بسیار مطلوب بودن مدل به دست آمده دارند.

Liu & Ma (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی پرسشنامه اختلال رسانه‌های اجتماعی پرداختند. در این مطالعه ۶۱۹ دانشجوی چینی شرکت داشتند. نتایج تحلیل عامل اکتشافی حاکی از وجود شش عامل داشت. ضریب آلفای کرونباخ و پایایی به روش دو نیمه‌سازی نیز به ترتیب ۰/۹۳ و ۰/۸۷ به دست آمد.

Cheng و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی مروری به بررسی شیوع اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی در ۳۲ کشور جهان کردند. یافته‌های به دست آمده حاکی از شیوع ۵ تا ۲۹ درصدی اختلال یا اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی داشت. همچنین میزان شیوع اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی در کشورهای فردگرا دو برابر کشورهای جمع‌گرا بود.

Wartberg و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی پیامدهای روان‌شناختی اعتیاد به بازی و اختلال رسانه‌های اجتماعی در نوجوانان پرداختند. ۱۴/۳ درصد از افراد دارای ترکیبی از اعتیاد به بازی و اختلال رسانه‌های اجتماعی بودند. همچنین ۵/۳ و ۲/۶ درصد نیز

به ترتیب از اعتیاد به بازی و اختلال رسانه‌های اجتماعی رنج می‌برند. بررسی‌های انجام‌شده نشان داد عواملی مانند سن پایین، وضعیت اقتصادی اجتماعی نامناسب، تحصیلات خانواده، جنسیت مرد و اعتماد به نفس پایین با اعتیاد به بازی و اختلال رسانه‌های اجتماعی همبستگی معناداری داشتند.

Robinson و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای به بررسی شدت افسردگی در افراد دارای اختلال رسانه‌های اجتماعی پرداختند. یافته‌های به‌دست‌آمده نشان داد افرادی که خود را با دیگران مقایسه می‌کنند، دارای دنبال‌کننده‌های بالایی در رسانه‌های اجتماعی هستند، در گذاشتن پست دارای اضطراب و تردید هستند از میزان افسردگی بالایی برخوردارند.

Youssef و همکاران (۲۰۲۱) ارتباط اختلال رسانه‌های اجتماعی و آلکسی‌تایمیا را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های به‌دست‌آمده نشان داد افرادی که از افسردگی، اضطراب، استرس و آلکسی‌تایمیا بالاتری رنج می‌برند وقت بیشتری را در رسانه‌های اجتماعی سپری می‌کنند.

مباحث نظری

الف) نظریات روانشناسی اعتیاد به اینترنت

اعتیاد به اینترنت یک مسئله پیچیده است که از منظر روانشناسی تحت عنوان «اعتیاد به فناوری اطلاعاتی» بررسی می‌شود. در این رابطه، تعدادی از نظریات و دیدگاه‌های روانشناسی مختلف وجود دارد که توضیح می‌دهند چگونه اعتیاد به اینترنت رخ می‌دهد. در زیر به برخی از این نظریات اشاره می‌شود:

مدل پاداش و تقویتی: این مدل تأکید دارد که اعتیاد به اینترنت از طریق دریافت پاداش‌ها و تقویت‌های مثبتی که از فعالیت‌های آنلاین به دست می‌آید، رخ می‌دهد. مدل پاداش معتقد است که افراد از اینترنت به‌عنوان یک محرک برای دریافت پاداش‌ها و رضایت‌ها استفاده می‌کنند (Brand, 2017).

روایی و پایایی نسخه فارسی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی ...؛ باقری شیخانگشه و همکاران | ۲۰۵

مدل کاهش خودکارآمدی: برخی از نظریات معتقدند که استفاده بیش از حد از اینترنت ممکن است منجر به کاهش قابلیت افراد برای کنترل خود شود. این مدل توجیه می‌کند که استفاده مکرر از اینترنت ممکن است به خراب کردن توانایی افراد در انجام وظایف و تعهد به اهداف زندگی شخصی و حرفه‌ای منجر شود (Berte, Mahamid & Affouneh, ۲۰۲۱).

نظریه اندازه‌گیری نسبی: این نظریه معتقد است که افرادی که احساس می‌کنند کم‌ترین توانمندی‌ها و منابع اجتماعی و اقتصادی را نسبت به دیگران دارند، بیشتر به اینترنت روی می‌آورند. آن‌ها تلاش می‌کنند تا با ایجاد حضور آنلاین قدرتمندانه، حداقل توانایی‌های دیگران را پوشش دهند (Lai et al, 2015).

نظریه مدیریت زمان: این نظریه بر اساس فرآیند مدیریت زمان افراد و توانایی آن‌ها در مدیریت و تنظیم زمان برای فعالیت‌های مختلف تمرکز دارد. اعتیاد به اینترنت ممکن است به خاطر ناتوانی در مدیریت زمان و ترجیح دادن تجربیات آنلاین به صورت مکرر رخ دهد (Wang, 2019).

نظریه ابعاد شخصیتی: برخی از نظریات بر این باورند که اعتیاد به اینترنت با ویژگی‌های شخصیتی خاصی همچون عدم تحمل ناامیدی، اضطراب اجتماعی و تنهایی مرتبط است. افراد با این ویژگی‌ها ممکن است بیشتر به اینترنت روی آورند تا از این احساسات فرار کنند (Haramain & Afiah, 2022).

این نظریات تنها برخی از رویکردهای روانشناسی برای توضیح اعتیاد به اینترنت هستند. توجه به عوامل متعدد، از جمله جوانب رفتاری، اجتماعی، محیطی و روان‌شناختی، در تحلیل این پدیده ضروری است. برای مدیریت و درمان اعتیاد به اینترنت، مشاوره روان‌شناختی و روان‌پزشکی، مدیریت زمان و تعهد به راهکارهای مدنظر بسیار مفید هستند.

ب) نظریات اجتماعی اعتیاد به اینترنت

اعتیاد به اینترنت از دیدگاه اجتماعی نیز مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است. دیدگاه‌های اجتماعی در مورد اعتیاد به اینترنت به این شیوه‌ها توجه دارند:

نظریه ارتباطات و نیازهای اجتماعی: برخی از تحلیل‌ها اعتقاد دارند که اعتیاد به اینترنت ممکن است به‌عنوان رفتاری ناشی از نیازهای اجتماعی و ارتباطی فرد تفسیر شود. این نظریه معتقد است که افرادی که از ارتباطات اجتماعی ضعیفی برخوردارند یا احساس تنهایی می‌کنند، به اینترنت به‌عنوان وسیله‌ای برای برقراری ارتباط با دیگران روی می‌آورند (Wegmann & Brand, 2016).

نظریه فرهنگی: تأثیرات فرهنگی و اجتماعی نیز در اعتیاد به اینترنت نقش دارند. برخی از فرهنگ‌ها و جوامع به اینترنت به‌عنوان ابزاری برای سرگرمی، ارتباط و حتی شغف تعبیر می‌دهند. این نگرش می‌تواند تشویق‌کننده برای افرادی باشد که از فرهنگ‌هایی با این مشخصه‌ها بهره‌برند (Venuleo, Rollo, Marinaci & Calogiuri, 2016).

نظریه انفعالی: برخی نظریات تأکید دارند که اعتیاد به اینترنت ناشی از تعاملات فردی با محیط اجتماعی است. این تعاملات ممکن است شامل تأثیرات دوستان، خانواده و اجتماع باشد. به‌عنوان مثال، اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی ممکن است به دلیل فشار هم‌نسبیتی از دوستان رخ دهد (Peris et al, 2020).

نظریه اقتصادی: از دیدگاه اقتصادی، اعتیاد به اینترنت ممکن است به‌عنوان یک خدمت اقتصادی در نظر گرفته شود. شرکت‌های فناوری اطلاعات ممکن است ابزارهای رایگان و ساده‌ای برای جذب کاربران ارائه دهند تا از خدمات آن‌ها استفاده کنند، اما در عوض از طریق تبلیغات و فروش اطلاعات کاربری درآمدزایی کنند. این اقتصادی می‌تواند به ادامه و تشویق استفاده بیش از حد از اینترنت منجر شود (Touloupis & Athanasiades, 2022).

روایی و پایایی نسخه فارسی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی ...؛ باقری شیخانگفته و همکاران | ۲۰۷

نظریه آموزش و یادگیری: برخی از نظریات بر این اساس هستند که اعتیاد به اینترنت ممکن است ناشی از فرآیند آموزش و یادگیری باشد؛ به عبارت دیگر، افراد با تجربه‌های مثبت یا منفی خود از استفاده از اینترنت، رفتارهای خود را در جهت استفاده بیشتر یا کمتر تغییر می‌دهند (Meral, 2019).

توجه به جوانب اجتماعی و فرهنگی اعتیاد به اینترنت مهم است و برای مدیریت این اعتیاد، تدابیری مبتنی بر توانایی‌های اجتماعی و تحریکات محیطی اتخاذ می‌شوند. همچنین، آموزش‌ها و تدابیر پیشگیری نقش مهمی در کاهش اعتیاد به اینترنت ایفا می‌کنند.

روش

پژوهش حاضر هنجاریابی از نوع آزمون‌سازی است. بر این اساس روش مورداستفاده توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری مطالعه حاضر را دانشجویان استان تهران در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ تشکیل دادند. با توجه به نظر Tabachnick و همکاران (۲۰۰۷) در خصوص برآورد حجم نمونه برای مطالعات اعتباریابی و تحلیل عاملی حداقل ۳۰۰ نفر لازم است و اگر این رقم بالاتر افزایش یابد و به ۴۰۰ نفر برسد بسیار مناسب و ۱۰۰۰ نفر عالی است. لذا در پژوهش حاضر تعداد ۴۰۴ نفر (۲۱۲ زن و ۱۹۲ مرد) به عنوان حجم نمونه انتخاب و با روش نمونه‌گیری در دسترس اینترنتی جمع‌آوری شدند. ملاک‌های ورود به پژوهش شامل رضایت شخصی، دسترسی کامل به اینترنت و دامنه سنی ۱۸ تا ۵۰ سال بود. همچنین عدم تعلق به جامعه پژوهش، وجود مشکلات جدی جسمانی و روان‌شناختی، شانس جواب دادن به سؤالات و عدم پاسخ‌دهی کامل به عنوان ملاک‌های خروج از پژوهش در نظر گرفته شد.

پس از کسب اجازه از پدیدآورنده گان پرسشنامه‌ها، فرایند ترجمه و باز ترجمه انجام شد. در گام اول، دو مترجم مسلط به زبان انگلیسی به صورت جداگانه پرسشنامه را به فارسی ترجمه کردند؛ سپس نسخه مشترکی از این دو ترجمه آماده شد. این ترجمه سپس توسط دو مترجم دیگر به انگلیسی برگردانده شد. در گام بعدی، نسخه‌های انگلیسی آماده‌شده با نسخه اصلی پرسشنامه مقایسه شده و با همکاری گروه مترجمان، نسخه فارسی

پرسشنامه آماده شد و در اختیار تعدادی از افراد در رده‌های سنی مختلف قرار گرفت. پس از شناسایی و رفع ابهامات موجود در سؤالات، نسخه نهایی پرسشنامه آماده شد. به منظور جمع‌آوری داده‌ها در ابتدا پرسش‌نامه‌های مطالعه در داخل سایت گوگل داکس^۱ بارگذاری شد. سپس لینک آن در اختیار شرکت‌کنندگان قرار گرفت و از آن‌ها خواسته شد در یک زمانی که دسترسی کامل به اینترنت دارند اقدام به پاسخ دادن به سؤالات این پژوهش کنند. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، داده‌ها وارد نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۴ شد و توسط آماره‌های توصیفی تحلیل شدند.

ابزار پژوهش

چک‌لیست جمعیت‌شناختی: این پرسشنامه شامل جنسیت، سن، رسانه اجتماعی موردعلاقه، وضعیت تأهل و تحصیلات بود.

مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی:^۲ مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی توسط Van den Eijnden و همکاران (۲۰۱۶) به منظور بررسی میزان شدت استفاده زیاد افراد از رسانه‌های اجتماعی گوناگون (مانند اینستاگرام، تلگرام، واتساپ، توئیتر، فیس‌بوک و...) طراحی شد. این پرسشنامه دارای ۲۷ سؤال و ۹ زیرمقیاس مشغله، تحمل، کناره‌گیری، پشتکار، فرار، مشکلات، فریب، جابجایی و درگیری است. پاسخ‌دهی و نمره‌گذاری پرسشنامه اختلال رسانه‌های اجتماعی بر اساس طیف لیکرت ۸ گزینه‌ای است (هرگز، کمتر از ۱ در طول روز، ۱ یا ۲ بار، ۳ یا ۵ بار، ۶ یا ۱۰ بار، ۱۱ یا ۲۰ بار، ۲۱ یا ۴۰ بار، بیشتر از ۴۰ بار در طول روز) که نمره کل بین ۰ تا ۱۸۹ حاصل می‌گردد. طبق بررسی‌های Van den Eijnden و همکاران (۲۰۱۶) ساختار نه‌عاملی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی با استفاده از تحلیل عامل تأییدی بررسی و تأیید شد (CFI=۰/۹۷، RMSEA=۰/۰۴). همچنین ضریب آلفای کرونباخ برای عوامل مشغله، تحمل، کناره‌گیری، پشتکار، فرار، مشکلات، فریب، جابجایی و درگیری به ترتیب برابر با ۰/۸۷، ۰/۹۳، ۰/۸۵، ۰/۷۷، ۰/۸۳، ۰/۹۳، ۰/۸۹، ۰/۸۳، ۰/۸۳، ۰/۸۳، ۰/۸۳ و ۰/۸۳ می‌باشد.

^۱ Google Docs

^۲ Social Media Disorder Scale

روایی و پایایی نسخه فارسی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی ...؛ باقری شیخانگفته و همکاران | ۲۰۹

۰/۹۵ و برای کل مقیاس برابر با ۰/۹۶ گزارش کردند. در مطالعه پیش‌رو، از شاخص روایی محتوا^۳ (CVI) و شاخص نسبت روایی محتوا^۴ (CVR) به منظور سنجش روایی محتوای پرسشنامه استفاده شد. CVI و CVR پرسشنامه به ترتیب ۰/۸۵ و ۰/۸۸ به دست آمدند که روایی محتوای مطلوب پرسشنامه اختلال رسانه‌های اجتماعی را نشان می‌دهند. به منظور بررسی پایایی، ۱۰۰ نفر افراد مورد مطالعه با استفاده از روش بازآزمایی با فاصله زمانی یک هفته پس از اجرای اولیه مورد ارزیابی مجدد قرار گرفتند، میزان همبستگی بین دو اجرا ۰/۹۴ به دست آمد که در سطح اطمینان ۰/۹۹ معنادار بود. همچنین در این پژوهش، ضریب آلفای کرونباخ برای عوامل مشغله، تحمل، کناره‌گیری، پشتکار، فرار، مشکلات، فریب، جابجایی و درگیری به ترتیب برابر با ۰/۷۴، ۰/۸۱، ۰/۸۶، ۰/۸۵، ۰/۹۲، ۰/۶۸، ۰/۸۹، ۰/۸۲، ۰/۷۷ و برای کل مقیاس برابر با ۰/۹۴ محاسبه شد.

آزمون اعتیاد به اینترنت^۵: تست اعتیاد به اینترنت یکی از معتبرترین تست‌های مربوط به سنجش اعتیاد اینترنتی است که توسط Young (۱۹۹۸) ابداع شده است. این پرسشنامه دارای ۲۰ سؤال بوده و هدف آن سنجش میزان اعتیاد به اینترنت در افراد مختلف است. طیف پاسخ‌دهی آن به صورت لیکرت بوده و دارای پنج درجه‌ای بندرت (۱) تا همیشه (۵) است. برای به دست آوردن امتیاز کلی پرسشنامه حاصل جمع امتیازات داده شده توسط پاسخ‌دهنده به تک‌تک سؤالات پرسشنامه را باهم جمع می‌کنیم. نمره به دست آمده نمره کلی پرسشنامه بوده و دامنه‌ای از ۲۰ تا ۱۰۰ را خواهد داشت. بدیهی است که هر چه این نمره بالاتر باشد، بیانگر اعتیاد بالاتر فرد به اینترنت خواهد بود و برعکس. نمرات به دست آمده برای هر فرد، وی را در سه گروه طبقه‌بندی می‌کند: کاربر عادی اینترنت؛ کاربری که در اثر استفاده زیاد دچار مشکلاتی شده است؛ و کاربر معتاد که استفاده بیش از حد وی را وابسته کرده و نیاز به درمان دارد. پرسشنامه جنبه‌های مختلف اعتیاد به اینترنت را می‌سنجد و به تعیین اینکه آیا استفاده بیش از حد از اینترنت بر جنبه‌های مختلف

۳Content validity index

۴Content validity ratio

۵Internet Addiction Test

زندگی فرد تأثیر دارد یا نه می‌پردازد. در مطالعه Young (۲۰۱۷)، اعتبار درونی پرسشنامه بالاتر از ۰/۹۲ ذکر شده و اعتبار به روش بازآزمایی نیز معنی‌دار گزارش شده است. در داخل کشور ایران، علوی و همکاران (۲۰۱۱) پایایی افتراقی و ضریب آلفای کرونباخ این پرسشنامه را به ترتیب ۰/۶۲ و ۰/۷۰ گزارش کردند. در پژوهش حاضر نیز ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۹ برای این مقیاس گزارش شد.

پرسشنامه عزت‌نفس آیزنک؟ Eysenck (۱۹۷۶) برای بررسی شخصیت، کوشش‌های فراوانی به عمل آورده است. حاصل کوشش‌های وی پرسشنامه‌های گوناگونی درباره ابعاد مختلف شخصیت است. آیزنک کوشیده است یکی از مؤلفه‌های عمده از عوامل شکل‌دهنده شخصیت را که مربوط به زمینه کلی سنخ استواری سازگاری را در برابر ناستواری هیجانی است بررسی نماید. پرسشنامه عزت‌نفس یک مقیاس ۲۰ سؤال است که توسط Eysenck (۱۹۷۶) تهیه شده است. هر گویه دارای سه گزینه بلی (۱)، خیر (۰)، نمی‌دانم (۰/۵) است. حداقل و حداکثر نمره در این پرسشنامه به ترتیب ۰ و ۳۰ است. کسب نمره ۱۵ به بالا در این پرسشنامه نشان‌دهنده عزت‌نفس، ثبات هیجانی و سازش-یافتگی بالا است. نمرات پایین‌تر از ۱۵ نیز به معنای داشتن احساس کهنتری و بی‌ثباتی هیجانی است. هرمزی نژاد (۱۳۸۰) روایی این پرسشنامه را برای دانشجویان دختر ۰/۷۴ و برای دانشجویان پسر ۰/۷۹ گزارش کرده است. ضریب پایایی آن با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۸۸ و با استفاده از روش تنصیف ۰/۸۷ گزارش شده است. در پژوهش حاضر ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۶ برای این مقیاس به دست آمد.

شیوه تحلیل داده‌ها

داده‌ها نمره‌گذاری و از جهت صحت ورود اطلاعات و ارزش‌های ازدست‌رفته بررسی شدند و سپس برای سنجش ویژگی‌های اعتباریابی مقیاس، به بررسی روایی و اعتبار پرسشنامه پرداخته شد. جهت بررسی روایی مقیاس، از تحلیل عاملی تأییدی،^۱ روایی

^۱Eysenck self-esteem scale

^۲Confirmatory factor analysis

روایی و پایایی نسخه فارسی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی ...؛ باقری شیخانگفته و همکاران | ۲۱۱

همگرا^۱ و واگرا^۲ استفاده شد. برای بررسی روایی ملاکی هم‌زمان، همبستگی مقیاس با پرسشنامه اعتیاد به اینترنت و برای بررسی روایی واگرا همبستگی آن با مقیاس عزت‌نفس و همچنین میانگین واریانس استخراج‌شده^۳ محاسبه شد. اعتبار مقیاس نیز با استفاده از روش اعتبار همسانی درونی (آلفای کرونباخ)^۴ و اعتبار مرکب^۵ مورد ارزیابی قرار گرفت. تحلیل‌ها با استفاده از نرم‌افزار "R" نسخه ۴/۱ انجام شد.

یافته‌ها

طبق بررسی‌های صورت گرفته میانگین و انحراف استاندارد سنی شرکت‌کنندگان پژوهش به ترتیب ۲۷/۸۱ و ۷/۶۲ به دست آمد. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های مورد بررسی در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های مورد بررسی

جنسیت	فراوانی	درصد
زن	۲۱۲	۵۲/۵
مرد	۱۹۲	۴۷/۵
وضعیت تأهل	فراوانی	درصد
مجرد	۳۳۰	۸۱/۷
متأهل	۷۴	۱۸/۳
تحصیلات	فراوانی	درصد
دیپلم	۳۶	۸/۹
کارشناسی	۱۳۷	۳۳/۹
کارشناسی ارشد	۱۷۳	۴۲/۸
دکتر	۵۸	۱۴/۴
رسانه اجتماعی	فراوانی	درصد
اینستاگرام	۲۱۰	۵۲/۰

^۱Convergent validity

^۲Divergent validity

^۳ Average Variance Extracted

^۴ Cronbach's Alpha

^۵ Composite Reliability

۲۵/۵	۱۰۳	واتساپ
۱۷/۳	۷۰	تلگرام
۲/۵	۱۰	توییتر
۲/۷	۱۱	سایر

جدول ۲. اطلاعات توصیفی نمرات شرکت‌کنندگان در پژوهش

کشیدگی	چولگی	انحراف معیار	میانگین	شاخص
۰/۱۹۸	۰/۵۰۳	۴/۹۵	۱۱/۰۵	مشغله
۰/۶۸۲	۰/۲۸۱	۵/۳۸	۱۱/۸۱	تحمل
۰/۵۸۴	۰/۴۸۱	۵/۴۵	۱۰/۶۳	کناره‌گیری
۰/۸۱۴	۰/۴۰۳	۵/۶۳	۱۰/۸۲	پشتکار
۱/۰۳	۰/۰۶۹	۶/۱۴	۱۳/۹۸	فرار
۰/۲۴۲	۰/۵۳۹	۴/۸۶	۱۰/۳۰	مشکلات
۱/۴۱	۱/۴۳	۴/۸۵	۶/۸۶	فریب
۰/۲۱۱	۰/۹۵۳	۵/۱۷	۸/۷۷	جابجایی
۱/۷۴	۱/۵۱	۴/۳۷	۶/۴۵	درگیری
۰/۱۲۱	۰/۵۹۹	۹/۱۸	۹۰/۶۹	نمره کل رسانه اجتماعی
۰/۴۲۴	۰/۱۸۳	۲/۷۶	۱۲/۴۷	عزت‌نفس
۰/۱۰۸	۰/۵۳۱	۷/۶۵	۴۵/۱۴	اعتیاد به اینترنت

به منظور بررسی روایی سازه مقیاس، ابتدا به بررسی تحلیل عاملی تأییدی آن می‌پردازیم. مناسب بودن گویه‌های آزمون برای تحلیل عاملی با استفاده از شاخص همبستگی نمره هر گویه با نمره کل تصحیح‌شده مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این بررسی در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. همبستگی گویه‌ها با نمره کل تصحیح شده

همبستگی با نمره کل تصحیح شده	گویه	همبستگی با نمره کل تصحیح شده	گویه	همبستگی با نمره کل تصحیح شده	گویه	همبستگی با نمره کل تصحیح شده	گویه
۰/۶۸۶	۲۲	۰/۶۰۰	۱۵	۰/۶۶۳	۸	۰/۴۹۴	۱
۰/۶۵۵	۲۳	۰/۶۱۷	۱۶	۰/۵۸۵	۹	۰/۶۶۳	۲
۰/۶۲۹	۲۴	۰/۵۳۳	۱۷	۰/۶۰۴	۱۰	۰/۵۸۱	۳
۰/۶۳۲	۲۵	۰/۶۵۳	۱۸	۰/۶۱۱	۱۱	۰/۵۷۸	۴
۰/۵۸۸	۲۶	۰/۶۳۷	۱۹	۰/۶۹۴	۱۲	۰/۶۱۴	۵
۰/۵۳۵	۲۷	۰/۶۵۵	۲۰	۰/۶۲۷	۱۳	۰/۵۷۳	۶
-	-	۰/۵۶۵	۲۱	۰/۵۹۶	۱۴	۰/۶۵۰	۷

بر اساس جدول ۳، بررسی میزان همبستگی گویه‌ها با نمره کل تصحیح شده نشان می‌دهد که تمام گویه‌های مقیاس از همبستگی با نمره کل تصحیح شده بیشتر از ۰/۳۰ برخوردارند. مثبت بودن تمام ضرایب همبستگی حاکی از آن است که تمام گویه‌ها همسو با نمره کل مقیاس هستند (Steenbergen & Marks, 2007).

برای بررسی روایی سازه از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. در این بخش به این موضوع می‌پردازیم که آیا ساختار عاملی به دست آمده در تحلیل عاملی اکتشافی، در تحلیل عاملی تأییدی، برازش می‌شود و مورد تأیید قرار می‌گیرد؟ برای آنکه اطمینان حاصل نماییم نتایج تحلیل عاملی تأییدی از روایی و قوت لازم برخوردار است، این تحلیل را در یک نمونه متفاوت با نمونه‌ای که تحلیل عاملی اکتشافی از آن استخراج شده است، بررسی کردیم. شاخص‌های نیکویی برازش مدل به دست آمده در تحلیل عاملی اکتشافی در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴: شاخص‌های نیکویی برازش مدل نه عاملی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی

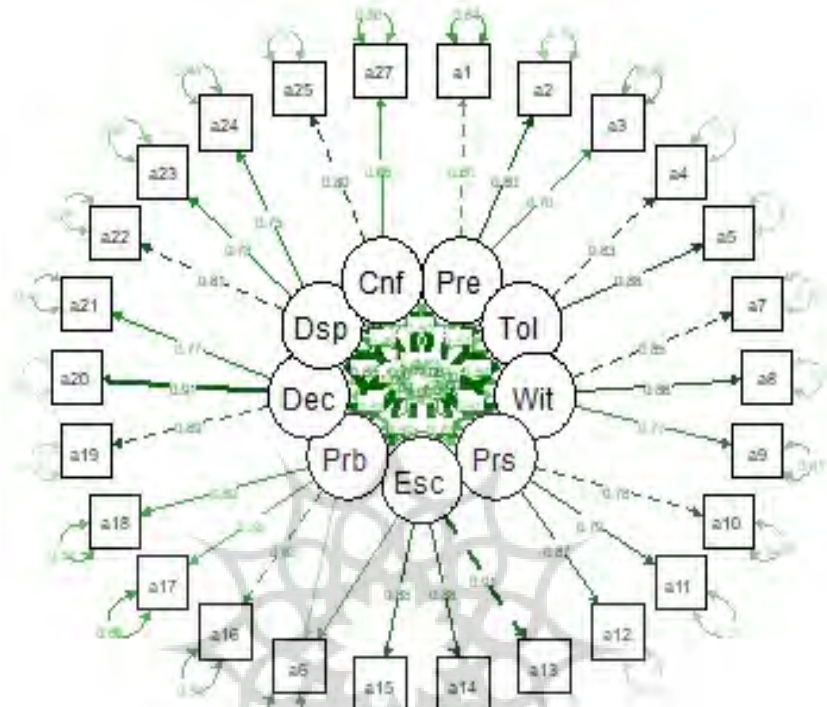
شاخص‌های نیکویی برازش	مقادیر محاسبه شده
مجذور خی	۱۶۵,۷۹۴
درجه‌ی آزادی	۲۶۲
P-Value	۰/۰۰۱

شاخص‌های نیکویی برازش	مقادیر محاسبه شده
نسبت مجذور خی به درجه‌ی آزادی X^2/df	۰/۶۳
ریشه میانگین مجذور خطای تقریب RMSEA	۰/۰۳
ریشه میانگین مجذور باقیمانده استاندارد SRMR	۰/۰۳
شاخص نیکویی برازش GFI	۰/۹۹
شاخص برازش تطبیقی CFI	۰/۹۹
شاخص برازش هنجار شده NFI	۰/۹۹
شاخص برازش هنجار نشده NNFI	۰/۹۸
شاخص برازش رشدی IFI	۰/۹۸

همان‌گونه که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، در این پژوهش برای بررسی برازش مدل به‌دست آمده، از شاخص‌های مجذور خی، خی دوی نسبی (نسبت مجذور خی به درجه آزادی) RMSEA، SRMR، GFI، CFI، NFI، NNFI و IFI استفاده شد. در ارزیابی برازش مدل، مجذور خی یک شاخص سنتی و رایج است که عدم معناداری آن در سطح ۰/۰۵ نشان‌دهنده برازش بسیار مناسب مدل است (Barrett, 2007)، باین حال این شاخص با محدودیت‌های قابل توجهی مواجه است که از جمله بارزترین این محدودیت‌ها، حساسیت به حجم نمونه است (Alexopoulos & Kalaitzidis, 2004). از آنجایی که مجذور خی در اصل یک آزمون معناداری آماری است، کاربرد آن در نمونه‌های بزرگ، تقریباً همیشه منجر به رد شدن مدل شده و از طرف دیگر، در نمونه‌های کوچک توان خود را از دست می‌دهد. برای حل این مشکل و کاهش اثر حجم نمونه، شاخص نسبت مجذور خی بر درجه آزادی معرفی شد (Tsai, Cebula & Fletcher-Watson, 2016). اگرچه خی دوی نسبی فاقد یک مقدار ثابت به‌عنوان نسبت قابل قبول است، Alexopoulos & Kalaitzidis (۲۰۰۴) مقادیر کمتر از ۳ و Tabachnick & Fidell (۲۰۱۳) مقادیر کمتر از ۲ را به‌عنوان نسبت قابل قبول برای این شاخص جهت برازش بسیار مطلوب مدل معرفی کرده‌اند. خی دوی نسبی در مدل بررسی شده برابر با ۰/۶۲ است که نشانگر برازش بسیار مطلوب مدل هست.

شاخص بعدی RMSEA است که اگر کوچک‌تر از ۰/۰۸ باشد بر برازش مطلوب

مدل دلالت دارد (Alexopoulos & Kalaitzidis, 2004) و نشانگر این است که خطای اندازه‌گیری در مدل کنترل شده است. میزان محاسبه شده آن در مدل موردنظر برابر با ۰/۰۳ و نشانگر برازش مطلوب مدل به دست آمده‌ی پژوهش حاضر است. شاخص SRMR نیز در صورتی که کوچک‌تر از ۰/۰۹ باشد حاکی از مناسب بودن مدل است (Hu & Bentler, ۱۹۹۹) که مقدار محاسبه شده آن در این پژوهش برابر با ۰/۰۴ است. سایر شاخص‌های محاسبه شده از شاخص‌های نیکویی برازش که عبارت‌اند از GFI، CFI، NFI، NNFI و IFI، مقادیری بین صفر تا یک را می‌توانند اتخاذ کنند که هر چه مقدار آن‌ها به یک نزدیک‌تر باشد، مدل از برازش بهتری برخوردار است. این مقادیر در صورتی که بزرگ‌تر از ۰/۹۰ باشند، بر برازش بسیار مطلوب و بسیار مناسب و در صورتی که بزرگ‌تر از ۰/۸۰ باشند، بر برازش مطلوب مدل دلالت دارند (Alexopoulos & Kalaitzidis, 2004). مقادیر محاسبه شده این شاخص‌ها در این پژوهش برای مدل موردنظر به ترتیب عبارت‌اند از ۰/۹۹، ۰/۹۹، ۰/۹۸ و ۰/۹۸ که دلالت بر مطلوب و بسیار مطلوب بودن مدل به دست آمده دارند. در مجموع می‌توان گفت نتایج تحلیل عاملی تأییدی حاکی از برازش بسیار خوب مدل نه عاملی به دست آمده در تحلیل عاملی اکتشافی است (نمودار ۱).



نمودار ۱. مدل نه عاملی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی و ضرایب استاندارد مسیرها

جدول ۵: آلفای کرونباخ و همبستگی همگرا و واگرای عوامل مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی

آلفای کرونباخ	همبستگی پیروسون با مقیاس عزت نفس	همبستگی پیروسون با مقیاس اعتیاد به اینترنت	
۰/۷۴	-۰/۲۱۰	۰/۵۸۶	عامل اول: مشغله Sig
۰/۸۱	-۰/۲۲۶	۰/۵۳۰	عامل دوم: تحمل Sig
۰/۸۶	-۰/۲۶۰	۰/۵۳۵	عامل سوم: کناره‌گیری Sig
۰/۸۵	-۰/۲۷۸	۰/۶۳۲	عامل چهارم: پشتکار Sig

همبستگی پیرسون با مقیاس اعتیاد به اینترنت	همبستگی پیرسون با مقیاس عزت نفس	آلفای کرونباخ	
۰/۵۶۱ ۰/۰۰۱	-۰/۳۳۲ ۰/۰۰۱	۰/۹۲ -	عامل پنجم: فرار Sig
۰/۶۹۰ ۰/۰۰۱	-۰/۳۳۵ ۰/۰۰۱	۰/۶۸ -	عامل ششم: مشکلات Sig
۰/۵۸۹ ۰/۰۰۱	-۰/۲۳۸ ۰/۰۰۱	۰/۸۹ -	عامل هفتم: فریب Sig
۰/۶۹۱ ۰/۰۰۱	-۰/۲۷۸ ۰/۰۰۱	۰/۸۲ -	عامل هشتم: جابجایی Sig
۰/۶۴۹ ۰/۰۰۱	-۰/۲۱۶ ۰/۰۰۱	۰/۷۷ -	عامل نهم: درگیری Sig
۰/۸۰۴ ۰/۰۰۱	-۰/۳۵۳ ۰/۰۰۱	۰/۹۴ -	نمره کل رسانه اجتماعی Sig

در ادامه به بررسی دیگر ویژگی‌های سنجشی این نسخه پرداخته می‌شود. میانگین واریانس استخراج شده برای هر یک از عوامل مشغله، تحمل، کناره‌گیری، پشتکار، فرار، مشکلات، فریب، جابجایی و درگیری به ترتیب برابر با ۰/۵۲، ۰/۶۴، ۰/۵۴، ۰/۵۷، ۰/۶۲، ۰/۵۴، ۰/۵۵، ۰/۶۳ و ۰/۶۰ به دست آمد. میزان قابل قبول میانگین واریانس استخراج شده مقادیر بزرگ‌تر از ۰/۵ هست (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010) و نشانگر روایی همگرایی مقیاس و این نکته است که هر گویه فقط عامل خود را اندازه‌گیری می‌کند و ترکیب آن‌ها به گونه‌ای است که تمام عوامل به خوبی از یکدیگر تفکیک شده‌اند. علاوه بر این روایی همگرایی این مقیاس از طریق محاسبه همبستگی پیرسون با پرسشنامه اعتیاد به اینترنت تأیید شد؛ بدین ترتیب که بین مشغله، تحمل، کناره‌گیری، پشتکار، فرار، مشکلات، فریب، جابجایی و درگیری با نمره کل پرسشنامه اعتیاد به اینترنت رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. روایی واگرایی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی نیز از طریق محاسبه همبستگی پیرسون با مقیاس عزت نفس تأیید شد؛ بدین صورت که بین کل مقیاس و مشغله، تحمل، کناره‌گیری، پشتکار، فرار، مشکلات، فریب، جابجایی و درگیری با نمره

عزت نفس رابطه معکوس و معناداری ($P < 0/05$) وجود دارد (جدول ۴).

به منظور بررسی اعتبار نسخه فارسی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی، ضریب همسانی درونی (آلفای کرونباخ)، تنای ترتیبی و اعتبار مرکب مورد بررسی قرار گرفت. ضریب آلفای کرونباخ برای عوامل مشغله، تحمل، کناره‌گیری، پشتکار، فرار، مشکلات، فریب، جابجایی و درگیری به ترتیب برابر با ۰/۷۴، ۰/۸۱، ۰/۸۶، ۰/۸۵، ۰/۹۲، ۰/۶۸، ۰/۸۹، ۰/۸۲، ۰/۷۷ و برای کل مقیاس برابر با ۰/۹۴ محاسبه شد. از آنجایی که مقدار مناسب آلفا برای اعتبار یک مقیاس بزرگ‌تر از ۰/۰۷ است (Helms, Henze, Sass & Mifsud, 2006)، مقدار آلفای محاسبه شده مقیاس حاضر، نشان‌دهنده اعتبار مناسب هست. ضریب تنای ترتیبی کل مقیاس نیز برابر با ۰/۸۷ محاسبه شد و برای اعتبار یک مقیاس، مقادیر بالاتر از ۰/۸ قابل قبول است (Raykov & Marcoulides, 2008). در بررسی اعتبار مرکب عوامل مقیاس، مقدار محاسبه شده برای مشغله، تحمل، کناره‌گیری، پشتکار، فرار، مشکلات، فریب، جابجایی و درگیری به ترتیب برابر با ۰/۷۷، ۰/۸۴، ۰/۸۲، ۰/۸۰، ۰/۸۱، ۰/۸۲، ۰/۷۹، ۰/۸۶ به دست آمد و بر اساس نظر Hair و همکاران (۲۰۱۰) مقادیر بالاتر از ۰/۷ قابل قبول است.

جدول ۶. ضرایب مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی

خطای استاندارد	t	β	b	محتوای گویه‌ها شرکت کننده گرامی در طول سال گذشته	گویه	عوامل مقیاس
-	-	۰/۶۰۳	۱/۰۰	آیا اغلب برایتان سخت بوده است که وقتی کار دیگری انجام می‌دهید (مثلاً سر کار و یا در مدرسه و دانشگاه) به پیام‌های رسانه‌های اجتماعی نگاه نکنید؟	۱	
۰/۱۰۸	۱۱/۹۲	۰/۸۰۲	۱/۲۹	آیا مرتباً متوجه شده‌اید که نمی‌توانید به هیچ چیز دیگری فکر کنید جز آن لحظه‌ای که می‌توانید دوباره از رسانه‌های اجتماعی استفاده کنید؟	۲	مشغله
۰/۱۱۱	۱۰/۹۹	۰/۷۰۴	۱/۲۱	آیا اغلب منتظر می‌مانید تا دوباره خبر و پیامی جدید و یا اتفاقی (مانند پیام به اشتراک گذاشته شده‌ی جدید) در رسانه‌های اجتماعی رخ دهد؟	۳	

خطای استاندارد	t	β	b	محتوای گویه‌ها شرکت‌کننده گرامی در طول سال گذشته ...	گویه	عوامل مقیاس
-	-	۰/۸۲۸	۱/۰۰	آیا شما نیاز به استفاده بیشتر و بیشتر از رسانه‌های اجتماعی را احساس کرده‌اید؟	۴	
۰/۰۵۱	۲۰/۴۷	۰/۸۷۸	۱/۰۵	آیا شما اغلب نیاز به بررسی پیام‌ها در رسانه‌های اجتماعی را بیشتر و بیشتر احساس کرده‌اید؟	۵	تحمل
۰/۰۷۲	۸/۸۴	۰/۵۰۴	۰/۶۳	آیا شما مرتباً احساس نارضایتی می‌کردید چرا که می‌خواستید زمان بیشتری را در رسانه‌های اجتماعی بگذرانید؟	۶	
-	-	۰/۸۴۷	۱/۰۰	اگر نمی‌توانستید به پیام‌های خود در رسانه‌های اجتماعی نگاه کنید، آیا اغلب احساس تنش یا بیقراری کرده‌اید؟	۷	
۰/۰۴۵	۲۱/۲۶	۰/۸۶۲	۰/۹۶	اگر نمی‌توانستید از رسانه‌های اجتماعی استفاده کنید، آیا به‌طور مرتب احساس عصبانیت یا ناامیدی کرده‌اید؟	۸	کناره-گیری
۰/۰۵۳	۱۷/۰۱	۰/۷۷۰	۰/۹۰۱	اغلب وقتی نمی‌توانید از رسانه‌های اجتماعی استفاده کنید، آیا احساس بدی پیدا کرده‌اید؟	۹	
-	-	۰/۷۸۳	۱/۰۰	آیا سعی کرده‌اید استفاده خود از رسانه‌های اجتماعی را کاهش دهید، اما شکست خورده‌اید؟	۱۰	
۰/۰۴۶	۲۲/۰۴	۰/۷۹۳	۱/۰۰	آیا سعی کرده‌اید زمان کمتری را در رسانه‌های اجتماعی صرف کنید، اما موفق نشده‌اید؟	۱۱	پشتکار
۰/۰۶۹	۱۵/۸۸	۰/۸۷۱	۱/۰۹	حتی زمانی که دیگران به شما گفته‌اند که واقعاً باید استفاده از رسانه‌های اجتماعی را متوقف کنید، آیا نتوانسته‌اید؟	۱۲	
-	-	۰/۹۱۴	۱/۰۰	آیا به‌طور مرتب برای دور کردن ذهن خود از مشکلات خود، از رسانه‌های اجتماعی استفاده کرده‌اید؟	۱۳	
۰/۰۴۶	۲۱/۹۴	۰/۸۸۱	۱/۰۰	آیا اغلب از رسانه‌های اجتماعی استفاده کرده‌اید تا مچپور نباشید به چیزهای ناخوشایند فکر کنید؟	۱۴	فرار
۰/۰۴۶	۲۱/۹۵	۰/۸۸۰	۱/۰۰	آیا اغلب از رسانه‌های اجتماعی برای فرار از احساسات منفی استفاده کرده‌اید؟	۱۵	
-	-	۰/۶۷۷	۱/۰۰	آیا شما اغلب در محیط آموزشی (مدرسه یا دانشگاه)، در حین انجام تکالیف و یا در محل کار به دلیل استفاده از رسانه‌های اجتماعی متمرکز نبوده‌اید و توجه نکرده‌اید؟	۱۶	
۰/۰۸۴	۱۱/۶۴	۰/۵۸۱	۰/۹۷	آیا به دلیل اینکه شب‌ها تا خیلی دیر وقت از شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده‌اید، مرتباً به اندازه کافی نخوابیده‌اید؟	۱۷	مشکلات

خطای استاندارد	t	β	b	محتوای گویه‌ها شرکت‌کننده گرامی در طول سال گذشته	گویه	عوامل مقیاس
۰/۰۸۵	۱۱/۲۲	۰/۶۹۲	۰/۹۶	آیا به دلیل استفاده از رسانه‌های اجتماعی مرتباً با دیگران مشاجره و بحث داشتید؟	۱۸	
-	-	۰/۸۸۸	۱/۰۰	آیا شما مرتباً به والدین یا دوستان خود در مورد میزان زمانی که در رسانه‌های اجتماعی می‌گذرانید دروغ گفته‌اید؟	۱۹	
۰/۰۷۲	۱۵/۴۸	۰/۹۰۸	۱۱/۱۱	آیا مرتباً استفاده خود از رسانه‌های اجتماعی را از دیگران پنهان کرده‌اید؟	۲۰	فریب
۰/۰۸۴	۱۱/۲۵	۰/۷۷۱	۰/۹۴	آیا اغلب مخفیانه از رسانه‌های اجتماعی استفاده کرده‌اید؟	۲۱	
-	-	۰/۸۱۱	۱/۰۰	آیا به دلیل استفاده از رسانه‌های اجتماعی، مرتباً به اطرافیان خود (مانند خانواده یا دوستان) توجه نکرده‌اید؟	۲۲	
۰/۰۶۴	۱۵/۹۱	۰/۷۷۹	۱/۰۱	آیا به‌طور منظم هیچ علاقه‌ای به سرگرمی‌ها یا فعالیت‌های دیگر نداشته‌اید زیرا ترجیح می‌دادید از رسانه‌های اجتماعی استفاده کنید؟	۲۳	جابجایی
۰/۰۶۲	۱۵/۷۲	۰/۷۵۰	۰/۹۷	آیا به دلیل اینکه می‌خواستید از رسانه‌های اجتماعی استفاده کنید، مرتباً از سایر فعالیت‌ها (مانند سرگرمی‌ها، ورزش) غفلت کرده‌اید؟	۲۴	
-	-	۰/۷۹۶	۱/۰۰	آیا در محل آموزشی (مدرسه یا دانشگاه) یا محل کارتان به دلیل اینکه زمان زیادی را صرف فعالیت در رسانه‌های اجتماعی می‌کردید، مشکل جدی داشته‌اید؟	۲۵	
۰/۰۹۹	۴/۱۵	۰/۲۶۳	۰/۴۱۳	آیا به دلیل استفاده از رسانه‌های اجتماعی با والدین و خواهر و برادر خود درگیری جدی داشته‌اید؟	۲۶	درگیری
۰/۰۸۸	۹/۶۸	۰/۶۶۲	۰/۸۴	آیا به دلیل اینکه زمان زیادی را در رسانه‌های اجتماعی می‌گذرانید، یک دوستی یا رابطه مهم را به خطر انداخته و یا از دست داده‌اید؟	۲۷	

در جدول شماره ۶ نتایج تحلیل عامل تأییدی ارائه شد. طبق نتایج به دست آمده مشخص گردید تمامی گویه‌های مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی از بار عامل تأییدی خوبی برخوردارند و می‌توانند در نمونه ایرانی مورد استفاده قرار گیرند.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر باهدف رواسازی و اعتباریابی نسخه فارسی پرسشنامه اختلال رسانه‌های اجتماعی در دانشجویان انجام شد. به همین منظور، با استفاده از آزمون تحلیل عاملی و روایی ملاکی هم‌زمان و واگرا، روایی سازه‌ای آن احراز گردید. نتایج تحلیل عاملی، بیانگر وجود یک ساختار نه عاملی برای مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی بود. این نتایج در گستره پژوهش‌های گذشته انجام شده بود (Savci et al, 2018; Fung, 2019; Boer et al, 2021; Liu & Ma, 2018).

در بررسی روایی واگرا مشخص شد که اختلال رسانه‌های اجتماعی و نه مؤلفه مشغله، تحمل، کناره‌گیری، پشتکار، فرار، مشکلات، فریب، جابجایی و درگیری با عزت‌نفس رابطه منفی دارند. در تبیین این یافته‌ها می‌توان اذعان داشت افرادی که وقت زیادی از روز را در رسانه‌های اجتماعی گوناگون سپری می‌کنند، خواسته یا ناخواسته درگیر ارتباطات و افکار پیچیده‌ای با دیگران می‌شوند. درواقع، زمانی که کاربر اینترنتی پست یا مطلبی در رابطه با موفقیت دیگران مشاهده می‌کند نسبت به عملکرد خود احساس بدی پیدا می‌کند. این مقایسه‌ها در ابعاد مختلفی مانند تحصیلی، ورزشی، خانوادگی، اجتماعی و مذهبی می‌تواند رخ دهد و تا جایی پیش برود که عزت‌نفس فرد بسیار کاهش یابد. در این زمینه، Steinsbekk و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی طولی تأثیرات استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر عزت‌نفس افراد پرداختند. نتایج مشخص کرد اعتماد به شبکه‌های اجتماعی در بلندمدت موجب کاهش عزت‌نفس کاربران خواهد شد. در مطالعه‌ای دیگر، Djafarova & Trofimenko (۲۰۱۷) ارتباط خودنمایی و عزت‌نفس را در کاربران شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های به‌دست آمده نشان داد افرادی که دارای عزت‌نفس بالایی بودند کمتر در رسانه‌های اجتماعی خودنمایی می‌کردند و دنبال تأیید دیگران نبودند. نتایج پژوهش Hawi & Samaha (۲۰۱۷) نیز حاکی از همبستگی منفی اعتماد به رسانه‌های اجتماعی با عزت‌نفس و رضایت از زندگی دانشجویان داشت.

در بررسی روایی همگرا مشخص شد که اختلال رسانه‌های اجتماعی و نه مؤلفه

مشغله، تحمل، کناره‌گیری، پشتکار، فرار، مشکلات، فریب، جابجایی و درگیری با مقیاس اعتیاد به اینترنت رابطه مثبت و معناداری دارند. افرادی که به اینترنت اعتیاد دارند تلاش می‌کنند از هر فرصتی که پیش می‌آید برای سپری شدن وقتشان استفاده کنند. در این میان ایجاد رسانه‌های اجتماعی جدید مانند اینستاگرام، اسنپ‌چت و تیک‌تاک باعث شد طی سال‌های اخیر بسیاری از نوجوانان و جوانان عضو این برنامه‌ها شوند. در نتیجه می‌توان انتظار داشت پیامدهای روان‌شناختی زیادی مانند اضطراب، افسردگی و تنهایی را به این کاربران به همراه داشته باشد. در این راستا، Ramazanoglu (۲۰۲۰) در پژوهشی ارتباطی اعتیاد به اینترنت، اختلال رسانه‌های اجتماعی و اعتیاد به تلفن‌های هوشمند را مورد بررسی قرار دادند. نتایج به‌دست آمده نشان داد افرادی که به اینترنت اعتیاد دارند از میزان بالایی از اختلال رسانه‌های اجتماعی و اعتیاد به تلفن‌های هوشمند رنج می‌برند. در مطالعه‌ای دیگر، Savci & Aysan (۲۰۱۷) همبستگی مثبت معناداری را بین اعتیاد به اینترنت، اعتیاد به تلفن هوشمند، اعتیاد به بازی و اختلال رسانه‌های اجتماعی به‌دست آوردند.

اینترنت یکی از تأثیرگذارترین اشکال رسانه‌های جمعی است که انقلابی بزرگ در سطح جهانی ایجاد کرد. امروزه بیشتر مردم وقت خود را در اینترنت سپری می‌کنند و در زمینه‌های مختلف مانند یادگیری، بازی، آموزش، برقراری ارتباطات اجتماعی و خرید از وجود اینترنت بهره می‌برند (Kelly et al, 2018; Ridout & Campbell, 2018). طی دهه‌های گذشته، رسانه‌های اجتماعی به گونه‌ای زندگی انسان‌ها را تحت تأثیر قرار داده‌اند که در مقیاس خود بی‌سابقه بوده است (D'Arienzo, Boursier & Griffiths, 2019). در سطح جهانی، رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری تحت عنوان وب تعریف شده‌اند که از طریق رسانه‌های اجتماعی به کاربران امکان می‌دهند تا به‌نوعی با به اشتراک گذاشتن اطلاعات، نظرات، دانش و علایق خود به‌صورت آنلاین، تعاملات انسانی خود را شکل دهند (O'reilly et al, 2018). این رسانه‌ها هم‌اکنون به منبعی برای انتشار اطلاعات تبدیل شده و باعث شده‌اند که حجم زیادی از اطلاعات در زمان بسیار اندک، با حرکت نوک انگشتان در اختیارمان قرار بگیرد و درعین حال ترس و اضطراب ما را در مورد آنچه

روایی و پایایی نسخه فارسی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی ...؛ باقری شیخانگفته و همکاران | ۲۲۳

قرار است در آینده رخ دهد، تقویت نماید (Naslund et al, 2019). در این زمینه، Youssef و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی ارتباط اختلال رسانه‌های اجتماعی و احساس تنهایی در بزرگسالان لبنانی پرداختند. طبق نتایج به دست آمده ۲۳/۷ درصد از شرکت کنندگان دارای اختلال رسانه‌های اجتماعی بودند. همچنین زن بودن، سطح تحصیلات متوسط، ناگویی هیجانی، احساس تنهایی و بی‌خوابی با اختلال رسانه‌های اجتماعی همبستگی معناداری داشت. در مطالعه‌ای دیگر، Wong و همکاران (۲۰۲۰) ارتباط اعتیاد به بازی، اختلال رسانه‌های اجتماعی، اختلال خواب و پریشانی روان‌شناختی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج به دست آمده مشخص کرد افرادی که دارای اعتیاد به بازی و اختلال رسانه‌های اجتماعی بودند از افسردگی، استرس و اضطراب بالایی برخوردار بودند که موجب کاهش کیفیت خواب و سلامت روانی در آن‌ها می‌شد.

در مجموع، نتایج آلفای کرونباخ برای کل مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی و نه مؤلفه مشغله، تحمل، کناره‌گیری، پشتکار، فرار، مشکلات، فریب، جابجایی و درگیری بیانگر همسانی درونی قابل قبولی بود. در مجموع نتایج پژوهش حاضر مشابه با مطالعات پیشین بیانگر اعتبار مطلوب ابزار بود (Savci et al, 2018; Fung, 2019; Boer et al, 2021; Liu & Ma, 2018). به صورت کلی یافته‌های حاصل از پژوهش حاضر نشان داد که نسخه فارسی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی در نمونه ایرانی دارای روایی و اعتبار مناسب است. از طرفی وجود همبستگی بالا با پرسشنامه اعتیاد به اینترنت و نیز آلفای کرونباخ بالا برای زیرمقیاس‌ها نیز تأییدی است بر اینکه این پرسشنامه می‌تواند به نحو مؤثری مورد استفاده قرار گیرد. از آنجایی که در داخل کشور ایران کمتر به موضوع اختلال رسانه‌های اجتماعی توجه شده است، با انجام مطالعات گسترده می‌توان شاهد میزان اعتبار هرچه بیشتر این مقیاس در ایران باشیم.

پژوهش حاضر محدودیت‌هایی را داشته است که در به دست آوردن نتایج آن بی‌تأثیر نبوده است. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان استان تهران در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ بودند؛ به همین دلیل در تعمیم نتایج به سایر گروه‌ها و مناطق دیگر باید جانب احتیاط

رعایت شود. محدود بودن پژوهش به پرسشنامه‌های اینترنتی نیز از دیگر محدودیت‌های پژوهش به شمار می‌رود. در همین راستا پیشنهاد می‌شود، در مطالعات آتی با فاصله اجتماعی و رعایت نکات بهداشتی به صورت حضوری پرسشنامه‌های پژوهش پخش شود. همچنین با توجه به اینکه در سال‌های اخیر، اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی مختلف در بین مردم به خصوص نوجوانان و جوانان شیوع بالایی داشته است، به پژوهش‌گران پیشنهاد می‌گردد جهت بررسی اختلال رسانه‌های اجتماعی از این مقیاس ۲۷ گوی‌های استفاده نمایند.

تعارض منافع

بین نویسندگان هیچ‌گونه تعارض منافی وجود ندارد.

سپاسگزاری

بدین وسیله نویسندگان بر خود لازم می‌دانند از تمامی دانشجویان گرامی که در این پژوهش شرکت کردند، تقدیر و تشکر کنند.

ORCID

Farzin Bagheri		http://orcid.org/0000-0002-3435-۳۸۷۰
Sheykhangafshe		http://orcid.org/0000-0002-6342-۰۹۴۸
Mehrnaz Salehi Raj		http://orcid.org/0000-0002-9799-۷۰۰۸

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

References

- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors, 64*, 287-293.
- Austermann, M. I., Thomasius, R., & Paschke, K. (2021). Assessing problematic social media use in adolescents by parental ratings: development and validation of the social media disorder scale for parents (SMDS-P). *Journal of clinical medicine, 10*(4), 617.
- Alavi, S S, Jannatifard, F, Eslami, M, & Rezapour, H. (2011). Survey on validity and reliability of diagnostic questionnaire of internet addiction disorder in students' users. *Zahedan J Res Med Sci, 13*(7):e93820.
- Alexopoulos, D. S., & Kalaitzidis, I. (2004). Psychometric properties of Eysenck personality questionnaire-revised (EPQ-R) short scale in Greece. *Personality and Individual Differences, 37*(6), 1205-1220.
- Barrett, P. (2007). Structural equation modelling: Adjudging model fit. *Personality and Individual differences, 42*(5), 815-824.
- Berte, D. Z., Mahamid, F. A., & Affouneh, S. (2021). Internet addiction and perceived self-efficacy among university students. *International Journal of Mental Health and Addiction, 19*(1), 162-176.
- Boer, M., Stevens, G. W., Finkenauer, C., Koning, I. M., & van den Eijnden, R. J. (2021). Validation of the Social Media Disorder Scale in Adolescents: Findings From a Large-Scale Nationally Representative Sample. *Assessment, 1*, 18.
- Brand, M. (2017). Theoretical models of the development and maintenance of internet addiction. *Internet Addiction: Neuroscientific Approaches and Therapeutical Implications Including Smartphone Addiction, 19-34*.
- Chen, J., & Wang, Y. (2021). Social media use for health purposes: systematic review. *Journal of medical Internet research, 23*(5), e17917.
- Cheng, C., Lau, Y. C., Chan, L., & Luk, J. W. (2021). Prevalence of social media addiction across 32 nations: Meta-analysis with subgroup analysis of classification schemes and cultural values. *Addictive Behaviors, 117*, 106845.
- D'Arienzo, M. C., Boursier, V., & Griffiths, M. D. (2019). Addiction to social media and attachment styles: A systematic literature review. *International Journal of Mental Health and Addiction, 17*(4), 1094-1118.
- Djafarova, E., & Trofimenko, O. (2017). Exploring the relationships

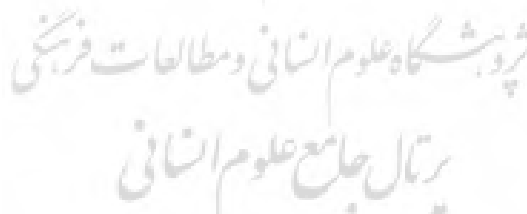
- between self-presentation and self-esteem of mothers in social media in Russia. *Computers in Human Behavior*, 73, 20-27.
- Eysenck, H. J., & Eysenck, S. B. (1976). *Eysenck personality questionnaire*. Educational and industrial testing service.
- Fung, S. F. (2019). Cross-cultural validation of the Social Media Disorder scale. *Psychology Research and Behavior Management*, 12, 683.
- Glaser, P., Liu, J. H., Hakim, M. A., Vilar, R., & Zhang, R. (2018). Is social media use for networking positive or negative? Offline social capital and internet addiction as mediators for the relationship between social media use and mental health. *New Zealand Journal of Psychology (Online)*, 47(3), 12-18.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis*. International Editions: Maxwell Macmillan.
- Haramain, M., & Afiah, N. (2022). Analysis of the effects of personal traits and internet addiction on Indonesian students' learning motivation. *International journal of arts and humanities studies*, 2(2), ۱۳-۱۸.
- Hawi, N. S., & Samaha, M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576-5۸۶.
- Helms, J. E., Henze, K. T., Sass, T. L., & Mifsud, V. A. (2006). Treating Cronbach's alpha reliability coefficients as data in counseling research. *The counseling psychologist*, 34(5), 630-6۶۰.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 6(1), 1-55.
- Jeri-Yabar, A., Sanchez-Carbonel, A., Tito, K., Ramirez-delCastillo, J., Torres-Alcantara, A., Denegri, D., & Carreazo, Y. (2019). Association between social media use (Twitter, Instagram, Facebook) and depressive symptoms: Are Twitter users at higher risk?. *International Journal of Social Psychiatry*, 65(1), 14-19.
- Kelly, Y., Zilanawala, A., Booker, C., & Sacker, A. (2018). Social media use and adolescent mental health: Findings from the UK Millennium Cohort Study. *EclinicalMedicine*, 6, 59-68.
- Lai, C. M., Mak, K. K., Cheng, C., Watanabe, H., Nomachi, S., Bahar, N., ... & Griffiths, M. D. (2015). Measurement invariance of the internet addiction test among Hong Kong, Japanese, and Malaysian adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(10), 609-617.

- Liu, C., & Ma, J. (2018). Development and validation of the Chinese social media addiction scale. *Personality and Individual Differences, 134*, 55-59.
- Meral, S. A. (2019). Students' Attitudes towards Learning, a Study on Their Academic Achievement and Internet Addiction. *World Journal of Education, 9*(4), 109-122.
- Müller, K. W., Dreier, M., Beutel, M. E., Duven, E., Giralt, S., & Wölfling, K. (2016). A hidden type of internet addiction? Intense and addictive use of social networking sites in adolescents. *Computers in Human Behavior, 55*, 172-177.
- Naslund, J. A., Aschbrenner, K. A., McHugo, G. J., Unützer, J., Marsch, L. A., & Bartels, S. J. (2019). Exploring opportunities to support mental health care using social media: A survey of social media users with mental illness. *Early intervention in psychiatry, 13*(3), 405-413.
- O'reilly, M., Dogra, N., Whiteman, N., Hughes, J., Eruyar, S., & Reilly, P. (2018). Is social media bad for mental health and wellbeing? Exploring the perspectives of adolescents. *Clinical child psychology and psychiatry, 23*(4), 601-613.
- Peris, M., de la Barrera, U., Schoeps, K., & Montoya-Castilla, I. (۲۰۲۰). Psychological risk factors that predict social networking and internet addiction in adolescents. *International journal of environmental research and public health, 17*(12), 4598.
- Rahiminia, H., Soori, H., Jafari, M., & Khodakarim, S. (2021). The prevalence of addiction to social network among students in Iran and its factors related: A study conducted in 2020. *Clinical practice and epidemiology in mental health: CP & EMH, 17*, 170.
- Ramazanoglu, M. (2020). The Relationship between High School Students' Internet Addiction, Social Media Disorder, and Smartphone Addiction. *World Journal of Education, 10*(4), 139-148.
- Ridout, B., & Campbell, A. (2018). The use of social networking sites in mental health interventions for young people: systematic review. *Journal of medical Internet research, 20*(12), e12244.
- Robinson, A., Bonnette, A., Howard, K., Ceballos, N., Dailey, S., Lu, Y., & Grimes, T. (2019). Social comparisons, social media addiction, and social interaction: An examination of specific social media behaviors related to major depressive disorder in a millennial population. *Journal of Applied Biobehavioral Research, 24*(1), e12158.
- Savci, M., & Aysan, F. (2017). Technological addictions and social

connectedness: predictor effect of internet addiction, social media addiction, digital game addiction and smartphone addiction on social connectedness. *Dusunen Adam: Journal of Psychiatry & Neurological Sciences*, 30(3), 202-216.

- Savci, M., Ercengiz, M., & Aysan, F. (2018). Turkish adaptation of the Social Media Disorder Scale in adolescents. *Archives of Neuropsychiatry*, 55(3), 248.
- Steenbergen, M. R., & Marks, G. (2007). Evaluating expert judgments. *European Journal of Political Research*, 46(3), 347-399.
- Steinsbekk, S., Wichstrøm, L., Stenseng, F., Nesi, J., Hygen, B. W., & Skalická, V. (2021). The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence—A 3-wave community study. *Computers in Human Behavior*, 114, 106528.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). Using multivariate statistics: International edition. *Pearson 2012*.
- Touloupis, T., & Athanasiades, C. (2022). Internet addiction among psychology students: the role of resilience and perceived economic hardship. *Psychology: The Journal of the Hellenic Psychological Society*, 27(1), 175-193.
- Tsai, H. W. J., Cebula, K., & Fletcher-Watson, S. (2۰۱۶). 同胞關係與青少年自閉症光譜障礙者之心理社會適應。同胞關係與青少年自閉症光譜障礙者之心理社會適應。 *Research in Autism Spectrum Disorders*, 32, 115-129.
- Van den Eijnden, R. J., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The social media disorder scale. *Computers in human behavior*, 61, 478-487.
- Venuleo, C., Rollo, S., Marinaci, T., & Calogiuri, S. (2016). Towards a cultural understanding of addictive behaviours. The image of the social environment among problem gamblers, drinkers, internet users and smokers. *Addiction Research & Theory*, 24(4), 274-287.
- Wang, W. C. (2019). Exploring the relationship among free-time management, leisure boredom, and internet addiction in undergraduates in Taiwan. *Psychological reports*, 122(5), 1651-1665.
- Wartberg, L., Kriston, L., & Thomasius, R. (2020). Internet gaming disorder and problematic social media use in a representative sample of German adolescents: Prevalence estimates, comorbid depressive symptoms and related psychosocial aspects. *Computers in Human Behavior*, 103, 31-36.
- Wegmann, E., & Brand, M. (2016). Internet-communication disorder: It's a

- matter of social aspects, coping, and internet-use expectancies. *Frontiers in psychology*, 7, 222697.
- Wong, H. Y., Mo, H. Y., Potenza, M. N., Chan, M. N. M., Lau, W. M., Chui, T. K., ... & Lin, C. Y. (2020). Relationships between severity of internet gaming disorder, severity of problematic social media use, sleep quality and psychological distress. *International journal of environmental research and public health*, 17(6), 1879.
- Young, K. (1998). Internet addiction: the emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychol Behavair*, 1(3), 237–2۴۴.
- Young, K. (2017). The evolution of internet addiction disorder. *Internet addiction*, 3-18.
- Youssef, L., Hallit, R., Akel, M., Kheir, N., Obeid, S., & Hallit, S. (2021). Social media use disorder and alexithymia: any association between the two? Results of a cross-sectional study among Lebanese adults. *Perspectives in psychiatric care*, 57(1), 20-26.
- Youssef, L., Hallit, R., Kheir, N., Obeid, S., & Hallit, S. (2020). Social media use disorder and loneliness: any association between the two? Results of a cross-sectional study among Lebanese adults. *BMC psychology*, 8(1), 1-7.



استناد به این مقاله: باقری شیخانگفته، فرزین، صالحی‌رج، مهرناز، فراهانی، حجت‌الله. (۱۴۰۳). روایی و پایایی

نسخه فارسی مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی در دانشجویان ایرانی، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۰(۳۷)،

DOI: 10.22054/nms.2024.69601.1448 .۱۹۳-۲۲۹



New Media Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License..



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی