

The Effect of Stimulants on Instagram Addiction among Athletes with a Moderating Role of Psychological Well-being

Received: 16, April, 2024

Accepted: 04, August, 2024

Article type: Research Article

PP: 1-32

DOI:

[10.22034/entezam.2024.1278958.2620](https://doi.org/10.22034/entezam.2024.1278958.2620)

Arefeh Alimohammadi

Department of Physical Education and Sports Sciences, Faculty of Physical Education, Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran. Email:

arefe.alm74@gmail.com

Reza Andam

Department of Physical Education and Sports Sciences, Faculty of Physical Education, Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran (Corresponding Author). Email:

reza.andam@gmail.com

Mojtaba Rajabi

Associate Professor, Department of Department of Physical Education and Sports Sciences, Faculty of Physical Education, Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran. Email:

mrajabi35@gmail.com

Hossein Taheri

Department of Physical Education, Amin Police University, Tehran, Iran. Email:

hoseintaheri1363@chmail.ir

Faezeh Abdulnejad

Department of Physical Education and Sports Sciences, Faculty of Physical Education, Shahrood University of Technology, Shahrood, Iran. Email:

faeze.abdolahnejad1992@gmail.com

Abstract

Background and objectives: Addiction to virtual social networks such as Instagram may lead to deviant and harmful behaviors for users who use this space excessively. The purpose of the present study was to investigate the effect of stimulants on Instagram addiction among athletes with the moderating role of psychological well-being.

Method: The present study is of an applied research type and in terms of method it is descriptive and correlational study. Research data was collected from 246 athletes in Shahrood city, who were selected by available sampling method. The tools used in this research included three psychological stimuli and well-being questionnaires by Pounosamy et al. and addiction to Instagram by Shule and Rasadi. Also, the data was analyzed using partial least squares method and PLS software.

Findings: The results showed that recognition, information and social needs as well as psychological well-being have a positive and significant effect on athletes' Instagram addiction, but entertainment needs did not have a positive and significant effect on Instagram addiction. Psychological well-being does not have a moderating role in the relationship between stimuli and Instagram addiction.

Results: The results showed that although this application has many benefits for athletes, if the use of this infrastructure is not properly managed, it can have destructive effects for athletes. Therefore, it is suggested that managers and officials pay more attention to the cognitive, information and social needs of athletes to reduce the addiction to Instagram among athletes.

Keywords: Instagram addiction, Psychological well-being, Stimulants, Athletes.

Citation(APA): Alimohammadi, Arefeh, Andam, Reza, Rajabi, Mojtaba, Taheri, Hossein, & Abdulnejad, Faezeh (2024). The Effect of Stimulants on Instagram Addiction among Athletes with a Moderating Role of Psychological Well-being, *Journal of Social Order*, 16(1), 1-32.

Doi: [10.22034/entezam.2024.1278958.2620](https://doi.org/10.22034/entezam.2024.1278958.2620)

تأثیر محرک‌ها بر اعتیاد به اینستاگرام در بین ورزشکاران با نقش تعدیلگر بهزیستی روان‌شناختی

چکیده

زمینه و هدف: اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند اینستاگرام ممکن است منجر به رفتارهای انحرافی و مضر برای کاربرانی شود که به‌طور افراطی از این فضا استفاده می‌کنند. هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر محرک‌ها بر اعتیاد به اینستاگرام در بین ورزشکاران با نقش تعدیلگر بهزیستی روان‌شناختی بود.

روش: پژوهش حاضر کاربردی و از نظر روش توصیفی و از نوع همبستگی است. داده‌های تحقیق از ۲۴۶ ورزشکار در شهرستان شاهرود جمع‌آوری شد که به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزار مورد استفاده در این تحقیق شامل سه پرسشنامه محرک‌ها و بهزیستی روان‌شناختی پونوسامی و همکاران و اعتیاد به اینستاگرام شوله و رسدی بود. همچنین داده‌ها به کمک روش حداقل مربعات جزئی و با استفاده از نرم‌افزار پی‌ال‌اس تحلیل شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد نیازهای به رسمیت شناختن، اطلاعاتی و اجتماعی و همچنین بهزیستی روان‌شناختی بر اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران تأثیر مثبت و معناداری دارد، اما نیازهای سرگرمی بر اعتیاد به اینستاگرام تأثیر مثبت و معناداری نداشت. بهزیستی روان‌شناختی نقش تعدیلگر در رابطه بین محرک‌ها و اعتیاد به اینستاگرام ندارد.

نتیجه‌گیری: نتایج نشان داد با وجود اینکه این برنامه کاربردی مزایای بسیاری برای ورزشکاران دارد، اگر استفاده از این بن‌سازه به‌درستی مدیریت نشود، می‌تواند آثار مخربی را برای ورزشکاران به دنبال داشته باشد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود مدیران و مسئولان به نیازهای شناختی، اطلاعاتی و اجتماعی ورزشکاران توجه بیشتری داشته باشند تا از این طریق اعتیاد به اینستاگرام را در ورزشکاران کاهش یابد.

کلیدواژه‌ها: اعتیاد به اینستاگرام، بهزیستی روان‌شناختی، محرک‌ها، ورزشکاران.

دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۲۸

پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۱۴

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

صص: ۱-۳۲

شناسه دیجیتال (DOI):

[10.22034/entezam.2024.1278958.2620](https://doi.org/10.22034/entezam.2024.1278958.2620)

عارفه علیمحمدی

گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران.
رایانامه:

arefe.alm74@gmail.com

رضا اندام

گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران.
(نویسنده مسئول) رایانامه:

reza.andam@gmail.com

مجتبی رجبی

گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران.
رایانامه:

mrajabi35@gmail.com

حسین طاهری

گروه تربیت بدنی، دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران. رایانامه:

hoseintaheri1363@chmail.ir

فائزه عبدالله نژاد

گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه صنعتی شاهرود، شاهرود، ایران.
رایانامه:

faeze.abdolahnejad1992@gmail.com

استناد (APA): علیمحمدی، عارفه، اندام، رضا، رجبی، مجتبی، طاهری، حسین، و عبدالله نژاد، فائزه (۱۴۰۳). تأثیر محرک‌ها بر اعتیاد به اینستاگرام در بین ورزشکاران با نقش تعدیلگر بهزیستی روان‌شناختی. نشریه علمی انتظام اجتماعی، ۱۶(۱)، ۱-۳۲.

شناسه دیجیتال: [10.22034/entezam.2024.1278958.2620](https://doi.org/10.22034/entezam.2024.1278958.2620)

زندگی روزمره همواره تحت تأثیر ابزارها و فناوری‌های گوناگون بوده است و در هر دوره‌ای نمود ابزار یا فناوری خاصی، توانسته است زندگی انسان را تحت تأثیر خود قرار دهد. یکی از فناوری‌های نوینی که توانسته در بازه زمانی اندک حضور خود تحول عمیقی بر ابعاد مختلف زندگی انسان و جوامع بشری داشته باشد، شبکه‌های اجتماعی مجازی است (آرورا و همکاران^۱، ۲۰۲۱). امروزه اینترنت نیاز اساسی مردم است و اگرچه اعتقاد بر این است که هدف اصلی استفاده از اینترنت ارتباط با دیگران، کار و مشارکت اجتماعی است، اما نتایج تحقیقات نشان می‌دهد اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی یک مشکل اساسی تبدیل شده است و تأثیرات جسمی روانی مخربی بر زندگی افراد دارد (پونوسامی و همکاران^۲، ۲۰۲۰).

اینستاگرام یکی از مخرب‌ترین بن‌سازه‌های (پلتفرم‌های) موجود در شبکه‌های اجتماعی است (شله و روسدی^۳، ۲۰۱۹) که دهه‌های اخیر ارتباطات را متحول ساخته است. این نرم‌افزار به‌صورت رایگان در دسترس عموم قرار گرفته است و از همین رو به سرعت و ظرف چند سال به یک ابزار ارتباطی مؤثر برای اهداف مختلف شخصی و تجاری معرفی شده و رسانه‌ای محبوب برای عموم مردم از جمله جوانان و نوجوانان تبدیل شده است (عموزاده و سلیمانی، ۱۳۹۶). تحقیقات نشان می‌دهد استفاده بیش از حد از اینستاگرام منجر به مشکلات روانی مانند اختلالات خواب، اضطراب و افسردگی خواهد شد (بالاروتو، ولپی و تامبلی^۴، ۲۰۲۱). اعتیاد به اینستاگرام به معنای ناتوانی در مدیریت میزان زمانی است که شخص در اینستاگرام برای بررسی پست‌های خود و ارسال به دیگران دارد، تعریف شده است (شله و روسدی، ۲۰۱۹). نتایج نشان می‌دهد این شبکه اجتماعی در میان ورزشکاران نیز از محبوبیت زیادی

-
1. Arora and et al
 2. Ponnusamy and et al
 3. Sholeh and Rusdi
 4. Ballarotto, Volpi & Tambelli

برخوردار است (توری، اسمیت و کمپ^۱، ۲۰۱۳) و ورزشکاران از این فضا برای برقراری تعامل، تفریح، اشتراک‌گذاری اطلاعات استفاده می‌کنند (نیری و صفاری، ۱۳۹۵). از طرفی کاربران اینستاگرام در این فضای جذاب رسانه‌ای، با ظاهری ایده‌آل از زندگی دیگران روبه‌رو هستند که در صورت فقدان سواد رسانه‌ای ممکن است به‌صورت ناخواسته سطح خواسته‌ها و انتظاراتشان را افزایش دهند. در چنین شرایطی اگر فرد از توانایی و امکانات لازم برای برآورده ساختن این سطح از خواسته‌ها و انتظارات برخوردار نباشد دچار احساس محرومیت نسبی می‌شود که نتیجه آن می‌تواند کاهش سطح رضایت، اعتماد به نفس و احساس خوشبختی باشد (زرگر، ۱۳۹۹).

نتایج نشان می‌دهد نیازهای شناختی، نیاز به اطلاعات، نیازهای اجتماعی و نیازهای سرگرمی، به‌عنوان محرک‌هایی برای استفاده از اینستاگرام معرفی شده‌اند، نیازهای شناختی به این معنی است که افراد هنگام استفاده از اینستاگرام دیگران را تحسین می‌کنند، نیازهای اطلاعاتی به استفاده از اینستاگرام برای کسب دانش و گسترش این دانش و یافتن آنچه در جامعه اتفاق می‌افتد اشاره دارد. همچنین نیازهای اجتماعی به استفاده از اینستاگرام برای بیان احساسات اشاره دارد. ضمن اینکه به اشتراک گذاشتن دیدگاه‌ها، افکار و تجربیات و ارتباط با دیگران نیازهای سرگرمی را نشان می‌دهد که افراد از اینستاگرام برای سرگرمی، آرامش و گذراندن زمان استفاده می‌کنند (شله و رسدی، ۲۰۱۹). نتایج نشان می‌دهد بهزیستی روان‌شناختی یکی از ویژگی‌های بالقوه شخصی است که ممکن است تأثیر نیازهای روانی و اجتماعی را برای استفاده از اینستاگرام کنترل کند (پونوسامی و همکاران، ۲۰۲۰). بر اساس تعریف هوپرت و همکاران^۲ (۲۰۰۹)، بهزیستی روان‌شناختی ترکیبی از عملکرد مؤثر و احساس خوب است و همچنین ساختار مفاهیم فردی را برای توسعه خود به‌منظور احساس خوشبختی نشان می‌دهد.

-
1. Turri, Smith & Kemp
 2. Huppert and et al

همان طور که مشخص شد رسانه‌های اجتماعی می‌توانند از جهات مختلف مفید باشند، اما استفاده بیش از حد از آنها ممکن است برای سلامت روان کاربران مضر باشد. وقتی مردم زمان زیادی را صرف استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌کنند، این استفاده بیش از حد منجر به نتایج منفی از جمله رفتارهای مشکل‌ساز و اعتیادآور خواهد شد (آرورا و همکاران، ۲۰۲۱). جنانی کریستودولیدس^۱ و سلیمانی تپه‌سری (۱۳۹۸)، در پژوهش خود نشان دادند که نحوه فعالیت ورزشکاران در نرم‌افزار اینستاگرام با اضطراب عمومی و احساس تنهایی و کم‌رویی رابطه معناداری دارد. از طرفی انتظار می‌رود افرادی با سطح رفاه روانی بالا از اراده‌ای برخوردار باشند و از استفاده افراطی از اینستاگرام اجتناب کنند. بنابراین فرض بر این است که بهزیستی روان‌شناختی ممکن است با نیازها در تأثیر بر اعتیاد به اینستاگرام تداخل داشته باشد. پژوهش‌های زیادی به بررسی شیوع اعتیاد به اینستاگرام پرداخته‌اند و یا رابطه اعتیاد به اینترنت با متغیرهایی چون تنهایی، عزت نفس، کم‌رویی را بررسی کردند (پونوسامی و همکاران، ۲۰۲۰؛ شله ورسدی، ۲۰۱۹؛ زرگر، ۱۳۹۸، مرادی و محمدی‌فر، ۱۳۹۹)، اما چندان به موضوع سلامت روان نپرداختند. با توجه به پژوهش‌های گذشته و یافته‌های متناقض و نیز گسترش و فراگیر شدن استفاده از اینترنت و اینستاگرام و احتمال ابتلا به اعتیاد اینترنتی و پیامدهایی که اعتیاد به اینترنت از جمله اینستاگرام برای افراد دارد و با توجه به اهمیت موضوع و حساسیت‌های فرهنگی در کشور و اینکه تا کنون تلاش جدی برای بررسی مسائل مرتبط با اینترنت و اینستاگرام صورت نگرفته و اینترنت و اینستاگرام بدون هشدار و محدودیت در اختیار همه افراد با هر شرایطی قرار می‌گیرد، تحقیق حاضر می‌کوشد بررسی نماید چگونه محرک‌ها در استفاده از اینستاگرام، می‌توانند بر اعتیاد ورزشکاران شهرستان شاهرود به اینستاگرام تأثیر بگذارند و بهزیستی روان‌شناختی چگونه می‌تواند رابطه بین این دو متغیر را تعدیل نماید.

فرضیات تحقیق

- فرضیه یک: نیاز به رسمیت شناختن بر اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران تأثیر ندارد.
- فرضیه دوم: نیازهای اطلاعاتی بر اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران تأثیر ندارد.
- فرضیه سوم: نیازهای اجتماعی بر اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران تأثیر ندارد.
- فرضیه چهارم: نیازهای سرگرمی بر اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران تأثیر ندارد.
- فرضیه پنجم: بهزیستی روان شناختی بر اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران تأثیر ندارد.
- فرضیه ششم: بهزیستی روان شناختی نقش تعدیل گر در رابطه بین نیاز به رسمیت شناختن و اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران ندارد.
- فرضیه هفتم: بهزیستی روان شناختی نقش تعدیل گر در رابطه بین نیازهای اطلاعاتی و اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران ندارد.
- فرضیه هشتم: بهزیستی روان شناختی نقش تعدیل گر در رابطه بین نیازهای اجتماعی و اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران ندارد.
- فرضیه نهم: بهزیستی روان شناختی نقش تعدیل گر در رابطه بین نیازهای سرگرمی و اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران ندارد.

پیشینه و مبانی نظری

فضلی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «تعیین راهبردهای پلیس در استفاده مؤثر از شبکه‌های اجتماعی مجازی» نشان دادند که راهبرد اقدامات و ابزارهای پیشگیرانه و کشف جرایم بالاترین اولویت را در استفاده راهبردی پلیس از شبکه‌های اجتماعی دارد؛ لذا با توجه به سرعت تبادل اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی در حوزه آموزش و انتقال اطلاعات می‌توان از این راهبرد در جهت انتشار هشدارهای اجتماعی برای پیشگیری از جرایم استفاده کرد.

حمایت‌خواه (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی

مجازی بر انحرافات اجتماعی زنان» نشان داد شبکه‌های اجتماعی مجازی، فرصت و انگیزه بیشتری را نسبت به فضای واقعی جامعه، برای تخطی از هنجارهای اجتماعی برای زنان فراهم کرده است؛ به بیان دیگر، شبکه‌های اجتماعی مجازی نقشی اثرگذار و مستقیم در زمینه بروز انحرافات اجتماعی زنان دارند.

مرادی و محمدی‌فر (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری هراس اجتماعی و تغییر سبک زندگی ناشی از ویروس کرونا» نشان دادند که شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری هراس اجتماعی دارای تأثیر معنادار ولی با تغییر سبک زندگی ارتباط غیرمعنادار دارند. همچنین شبکه‌های اجتماعی داخلی در شکل‌گیری هراس اجتماعی و تغییر سبک زندگی تأثیرات معنادار و معکوسی دارند. ضمن اینکه نتایج نشان داد شبکه‌های اجتماعی وایبر، اینستاگرام و فیسبوک توانستند تغییرات متغیر تغییر سبک زندگی را تبیین نمایند.

جنایی، کریستودولیدس و سلیمانی تپه‌سری (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «ارتباط فعالیت در رسانه‌های اجتماعی با اضطراب اجتماعی، احساس تنهایی و کم‌رویی ورزشکاران تیم‌های ملی» به این نتیجه رسیدند که بین نحوه فعالیت ورزشکاران در نرم‌افزار اینستاگرام با اضطراب اجتماعی، احساس تنهایی و کم‌رویی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

عامری شهرابی، جعفری و بخشی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «رابطه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه با هویت جنسی و روابط عاطفی» به این نتایج دست یافتند که بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه مانند تلگرام، اینستاگرام و واتس‌آپ با هویت جنسی رابطه مستقیم معناداری وجود دارد. ضمن اینکه بین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه با روابط عاطفی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. نتایج نشان داد اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی باعث افزایش هویت جنسی و کاهش روابط عاطفی می‌شود.

پک‌پازار و همکاران^۱ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «نقش اعتیاد به اینستاگرام بر عملکرد تحصیلی با نقش میانجی اهمال‌کاری» نشان دادند اعتیاد به اینستاگرام تأثیر معناداری بر اهمال‌کاری دارد. این در حالی است که این متغیر تأثیری بر عملکرد تحصیلی ندارد. ضمن اینکه اهمال‌کاری نقش واسطه‌ای بر رابطه بین اعتیاد به اینستاگرام و عملکرد تحصیلی دارد. نتایج نشان می‌دهد که عزت نفس تأثیر مستقیم و معناداری بر اعتیاد به اینستاگرام دارد.

ازئون ووملو و همکاران^۲ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «تأثیر اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی بر مهارت‌های مدیریتی زمان» به این نتیجه رسیدند که اعتیاد به فیس‌بوک و توئیتر تأثیر مهمی بر مهارت‌های مدیریت زمان دانش‌آموزان دارد. ضمن اینکه اعتیاد به اینستاگرام تأثیر مهمی در مهارت‌های مدیریت زمان دانش‌آموزان نداشت.

بالاروتو، ولپی و تامبلی (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «دلبستگی نوجوانان به والدین و همسالان و استفاده از اینستاگرام: نقش واسطه‌ای خطر آسیب‌های روانی» نشان دادند دلبستگی بدتر به والدین و همسالان با خطر آسیب‌های روانی نوجوانان مرتبط است و این موضوع اعتیاد به اینستاگرام را نیز افزایش خواهد داد. توانایی مداخله در روابط نوجوانان با والدین و همسالان و روش‌هایی که نوجوانان در ارتباط با دیگران احساس می‌کنند، می‌تواند باعث کاهش مشکلات روانی نوجوانان شود که این مطلب موجب کاهش استفاده از اینستاگرام به‌عنوان وسیله‌ای برای بیان علایم آسیب‌شناختی روانی می‌شود.

پونوسامی و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «محرک‌ها و پیامدهای اعتیاد به اینستاگرام: بهزیستی روان‌شناختی به‌عنوان تعدیل‌کننده» نشان دادند، شناخت و نیازهای اجتماعی تأثیر قابل توجهی بر اعتیاد به اینستاگرام دارد، در حالی که نیازهای اطلاعاتی و سرگرمی هیچ تأثیری بر اعتیاد به اینستاگرام ندارد. علاوه بر این، نتایج شواهدی از تأثیر تعدیل‌کننده بهزیستی روان‌شناختی بر رابطه بین نیازهای اجتماعی و اعتیاد به اینستاگرام ارائه داد.

1. Pekpazar and et al

2. Ezeonwumelu and et al

همچنین یافته‌ها رابطه منفی بین اعتیاد به اینستاگرام و عملکرد تحصیلی را آشکار کرد و تأثیر مثبت اعتیاد به اینستاگرام را بر روی کم‌رویی و تنهایی نشان داد.

یسلیورت و سولپوک تورهان^۱ (۲۰۲۰) در تحقیق خود با عنوان «پیش‌بینی زمان صرف‌شده در اینستاگرام با اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی و رضایت از زندگی» نشان دادند زمان صرف‌شده در اینستاگرام بر اساس سطح اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی متفاوت است اما با رضایت از زندگی تفاوتی ندارد. با افزایش اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی، رضایت از زندگی کاهش می‌یابد. نتایج همچنین نشان داد زنان ۰/۴۲ برابر بیشتر و زنان ۲۱ تا ۲۲ ساله ۰/۳۸ برابر بیشتر وقت خود را در اینستاگرام سپری می‌کنند.

سازبلاس، بوزووا و میکل رومرو^۲ (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان «استفاده بیش از حد از اینستاگرام تا استرس عاطفی و خستگی و واسطه‌گری اعتیاد» نشان دادند استفاده بیش از حد از اینستاگرام بر احساس منفی از دست دادن اطلاعات و خستگی عاطفی منجر می‌شود. نتایج همچنین نشان داد اعتیاد به اینستاگرام عمدتاً به دلیل عدم کنترل پاسخ‌دهندگان بر زمان صرف‌شده برای آن است که منجر به ناتوانی در کاهش استفاده از آن می‌شود.

اهمیت موضوع رسانه‌های اجتماعی موجب شده که تحقیقات بسیاری در داخل و خارج از کشور در خصوص استفاده از رسانه‌های متنوع اجتماعی، انجام پذیرد. نتایج تحقیقات مختلف نشان می‌دهد که استفاده بیش از حد از پلتفرم‌های رسانه اجتماعی منجر به آسیب‌های مخرب و جبران‌ناپذیر روانی برای کاربران خواهد شد. با در نظر گرفتن اینکه مسأله اعتیاد به اینترنت چندین سال است که در ایران بروز پیدا کرده است و می‌تواند به‌عنوان یک آسیب مطرح باشد، لازم است این مسأله از زوایای مختلف دیگری همچون حوزه سلامت بهداشت روانی و آسیب‌شناسی و در جوامع دیگری مثل جوامع ورزشکاران نیز مورد بررسی قرار گیرد تا در صورت لزوم در خصوص پیشگیری

1. Yesilyurt & Solpuk Turhan

2. Sanz-Blas, Buzova & Miquel-Romero

یا درمان اختلال‌ها و مشکلات به تبع این امر اقدامات اساسی صورت بگیرد. در تأیید این نتایج و اهمیت موضوع رسانه‌های اجتماعی در جامعه امروزی و اثرات مخرب استفاده بیش از حد از این بن‌سازه‌ها، نیاز است تا اثرات آن بر روی جامعه ورزشکاران نیز مورد بررسی قرار گیرد.

مبانی نظری

اعتیاد به اینستاگرام

اعتیاد به اینستاگرام را می‌توان به‌عنوان ناتوانی در مدیریت میزان زمانی که شخص در اینستاگرام برای بررسی پست‌های خود و ارسال به دیگران دارد، تعریف کرد (کورکماز و دیلماچ، ۲۰۲۱). اعتیاد اینترنتی به گستره وسیعی از مشکلات رفتاری و کنترل‌انگیزه استفاده از اینترنت اشاره دارد. اعتیاد اینترنتی رفتاری و سواسی یا آرزوی برقراری پیوند یا شاید حتی نمودی از انتقال و یا بازتاب روابط یا رفع نیاز قلمداد می‌شود. فرد معتاد کسی است که دست‌کم ۳۸ ساعت در هفته و یا ۸ ساعت در روز وقت خود را صرف استفاده از اینترنت می‌کند. استفاده افراطی و سواس‌گونه از اینترنت ممکن است باعث ایجاد مشکلات روانی، اجتماعی، درسی، شغلی و همچنین ایجاد مشکلات فیزیکی مثل چشم‌درد، کمردرد، تغییر در الگوی خواب و تغذیه در فرد شود.

شاخص‌های اعتیاد به اینترنت عبارتند از:

- احساس سرگرمی با اینترنت؛
- احساس اینکه برای کسب رضایتمندی باید وقت بیشتری را صرف اینترنت کرد؛
- احساس بیقراری، بدخلقی و عصبانیت در هنگام تلاش برای قطع یا کم کردن اینترنت؛
- برخط (آنلاین) باقی ماندن بیشتر از آنچه برنامه‌ریزی شده است؛

- دروغ گفتن به دوستان و اعضای خانواده در مورد مقدار زمان برخط بودن؛

- به کارگیری اینترنت به‌عنوان وسیله‌ای برای فرار از مشکلات (ملک‌احمدی و جعفریان، ۱۳۹۰؛ به نقل از یانگ، ۱۹۸۸).

محرک‌ها (نیازهای شناختی، نیاز به اطلاعات، نیازهای اجتماعی و نیازهای سرگرمی)

۱. نیازهای شناختی

نیازهای شناختی به این معنی است که افراد هنگام استفاده از اینستاگرام دیگران را تحسین می‌کنند، اصطلاح شناخت به فرایندهای درونی ذهنی یا راه-هایی که در آنها اطلاعات پردازش می‌شوند، یعنی راه‌هایی که ما به‌وسیله آنها اطلاعات را مورد توجه قرار می‌دهیم، آنها را تشخیص می‌دهیم و به رمز درمی-آوریم، در حافظه ذخیره می‌سازیم و هر وقت نیاز داشته باشیم آنها را مورد استفاده قرار می‌دهیم، گفته می‌شود (پونوسامی و همکاران، ۲۰۲۰).

۲. نیازهای اطلاعاتی

نیازهای اطلاعاتی، به استفاده از اینستاگرام برای کسب دانش و گسترش این دانش و یافتن آنچه در جامعه اتفاق می‌افتد، اشاره دارد (پونوسامی و همکاران، ۲۰۲۰). نیازسنجی اطلاعات عبارت است از کاربرد فنونی که به کمک آنها می‌توان اطلاعات مناسب را درباره نیاز اطلاعاتی افراد یا گروه‌های مخاطب گردآوری کرده و به الگوی نیازها و خواسته‌های فرد و جامعه دست یافت. نیازهای اطلاعاتی معمولاً با اهداف زیر انجام می‌شود:

- تعیین منابع اطلاعاتی مورد استفاده کاربران؛

- آزمودن میزان رضایت و سطح تأمین نیازهای اطلاعاتی با توجه به منابع اطلاعاتی موجود در دسترس؛

- تعیین عوامل مؤثر بر رفتار اطلاع‌یابی کاربران؛

- ارزیابی نقش متخصصان اطلاع‌رسانی در تأمین دسترسی اطلاعات مطابق با نیازهای کاربران.

۳. نیازهای اجتماعی

نیازهای اجتماعی، به استفاده از اینستاگرام برای بیان احساسات و به اشتراک گذاشتن دیدگاه‌ها، افکار و تجربیات با دیگران است (پونوسامی و همکاران، ۲۰۲۰). مفهوم نیاز از جمله مفاهیمی است که به معانی مختلفی در علوم اجتماعی به کار رفته است. به لحاظ گونه‌شناسی از منظر اجتماعی می‌توان برداشته‌ها و تعاریف ارائه‌شده را به چهار دسته طبقه‌بندی کرد.

نیاز به معنای خواسته‌ها و نظرات افراد: شاید یکی از متداول‌ترین تعاریف ارائه‌شده از مفهوم نیاز تعریف آن به خاص و ترجیحات افراد است.

نیاز به معنای فقدان یا ضرورت چیزی: در این دیدگاه نیاز به‌عنوان برخی وضعیت‌ها که ضروری یا مفید هستند تعریف می‌شود.

نیاز به‌عنوان نقص یا مشکل: این برداشت از نیاز واحد حمایت‌های جدی و نیز وقت لازم می‌باشد چنین وضعیتی از مسأله با نیازی دارای اولویت مترادف است.

نیاز به معنای فاصله یا شکاف: متداول‌ترین تعریف نیاز در مطالعات نیازسنجی عبارت است از تعریفی که متکی بر نوعی فاصله یا شکاف است. برای اولین بار برداشت از نیاز توسط راجر کافمن به مثابه نوعی فاصله یا شکاف ارائه شده است (پورموسوی، عباسی کسبی و واحدی، ۱۳۹۲).

۴. نیاز به سرگرمی

نیاز به سرگرمی، به استفاده از اینستاگرام برای گذراندن وقت، سرگرم شدن و برطرف کردن حس کنجکاوی است (پونوسامی و همکاران، ۲۰۲۰). هرچند در ابتدا تعریف سرگرمی کاری ساده به نظر می‌رسد، به دلیل اینکه سرگرمی از مفاهیم اجتماعی است و تعریف آن پیرو فهم اجتماع از سرگرمی است، سرگرمی را می‌توان حالتی نفسانی و نوعی گذران اوقات فراغت که گاه به

خودی خود و فارغ از جنبه‌های دیگر زندگی ارزش دارد و به‌صورت اختیاری، یعنی فعالانه یا منفعلانه و به قصد تفریح، تنوع، استراحت و شکوفایی فردی و اجتماعی صورت می‌پذیرد، تعریف کرد. پاره‌ای از فایده‌های سرگرمی عبارتند از: تفریح و شادمانی، تنوع و تفنن، شکوفایی فردی و اجتماعی، رفع غم و خستگی، استراحت و گریز از یکنواختی (میرخندان، ۱۳۹۵).

۴. بهزیستی روان‌شناختی

بهزیستی روان‌شناختی یک مفهوم کاربردی است و بیان می‌کند که فرد دیدگاه مثبتی در مورد شخصیت و زندگی خود دارد و معتقد است زندگی او معنی‌دار است و با دیگران روابط مثبت و سالم برقرار می‌کند (کورکماز و دیلماچ، ۲۰۲۱). بهزیستی روان‌شناختی بزرگترین و مهم‌ترین هدف زندگی بشر است که بیش از هر عامل دیگری، بهداشت روانی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از نظر راجرز نتیجه رشد روانی و تکاملی اجتماعی، شخصی با عملکرد کامل است. چنین افرادی از این ویژگی‌ها برخوردارند:

(الف) آنها پذیرای تجربه‌اند. آنها افرادی غیرتدافعی هستند که پذیرای تمام احساسات (ترس، دل‌سردی، رنج، سرسختی، شجاعت و بیم) هستند.

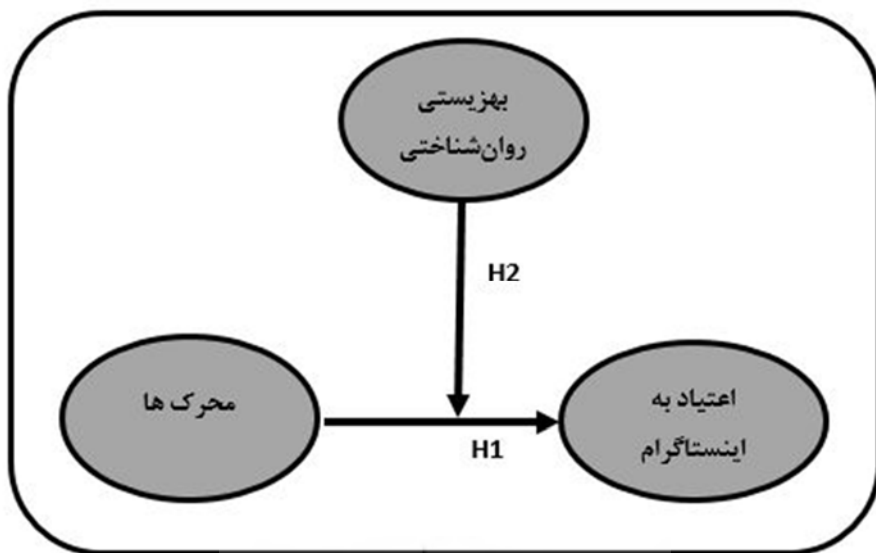
(ب) آنان افرادی روشن‌بین و انعطاف‌پذیرند، با تجارب آن گونه که هست سر و کار دارند و معنای تجارب را در خودشان کشف می‌کنند.

(ج) آنها با عملکرد کامل آنچه را صحیح است انجام می‌دهند.

(د) آنها خلاق هستند، خلاقیت زمانی پدیدار می‌شود که افراد پذیرای تجارب جدید باشند.

(ه) آنها در هر لحظه به‌طور کامل و پربار زندگی می‌کنند.

(و) آنها پویا هستند و از تغییر نمی‌ترسند، بلکه معتقدند تغییر یک امر دائمی زندگی است (صحتی یزدی، ۱۳۹۷؛ به نقل از داینر و همکاران، ۲۰۰۳).



شکل شماره ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش

تحقیق حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی و از نوع همبستگی و از لحاظ زمان مقطعی است. در این تحقیق از ۳ پرسشنامه استفاده شد که شامل پرسشنامه ۲۰ سؤالی پونوسامی و همکاران (۲۰۲۰) برای اندازه‌گیری محرک‌ها (نیازهای شناختی، نیازهای اطلاعاتی، نیازهای اجتماعی و نیازهای سرگرمی)، پرسشنامه ۶ سؤالی شوله ورسدی (۲۰۱۹) برای اندازه‌گیری اعتیاد به اینستاگرام و از پرسشنامه ۳ سؤالی پونوسامی و همکاران (۲۰۲۰) برای اندازه‌گیری بهبودی روان‌شناختی بود. تمامی پرسشنامه‌ها در یک طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (۱=کاملاً مخالفم تا ۵=کاملاً موافقم) تنظیم شده بودند. برای بررسی روایی صوری و محتوایی پرسشنامه از متخصصان و صاحب‌نظران مدیریت ورزشی استفاده شد. برای پایایی پرسشنامه‌ها در یک مطالعه مقدماتی (۳۰ نفر) با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به‌دست آمد و با توجه به اینکه ضریب آلفای کرونباخ هر یک از متغیرهای تحقیق بالاتر از ۰/۷ بود، پایایی پرسشنامه‌ها مورد تأیید قرار گرفت. جامعه آماری این پژوهش را ورزشکاران

شهرستان شاهرود در رشته‌های انفرادی و گروهی که سنی بالاتر از ۱۷ سال داشتند، تشکیل دادند. برای تعیین حجم نمونه از نرم‌افزار جی‌پاور استفاده شد. با در نظر گرفتن حداکثر متغیر مستقل اثرگذار و درصد خطای ۰/۰۱، توان آزمون ۰/۸۵ و اندازه اثر ۰/۱ تعداد ۲۴۶ نمونه توسط نرم‌افزار به‌منزله حداقل حجم نمونه برای انجام پژوهش در نظر گرفته شد. پس از مشخص شدن حداقل تعداد حجم نمونه و پس از هماهنگی با سرپرستان باشگاه‌های ورزشی این شهرستان، لینک پرسشنامه‌ها برای ورزشکاران شهرستان شاهرود از طریق شبکه‌های مجازی ارسال گردید. تعداد ۲۵۰ پرسشنامه تکمیل گردید که ۴ پرسشنامه به‌دلیل اینکه دارای داده‌های پرت بودند، کنار گذاشته شدند و تجزیه و تحلیل بر روی ۲۴۶ پرسشنامه انجام شد. لازم به ذکر است که برای انتخاب نمونه‌های تحقیق از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد. اطلاعات خام حاصل از سؤال‌های پرسشنامه با استفاده از روش‌های آمار توصیفی مانند فراوانی و درصد فراوانی، میانگین و انحراف استاندارد با نرم‌افزار SPSS سنجیده شد و برای بررسی و آزمون فرضیات پژوهش از رویکرد مدل-سازي معادلات ساختاری و نرم‌افزار PLS استفاده شد.

یافته‌ها

مشارکت‌کنندگان در این تحقیق ۲۴۶ نفر بودند که کم‌ترین سن نمونه‌های پژوهش ۱۷ سال، بیشترین سن آنها ۴۰ سال و میانگین سنی نمونه‌ها ۲۵ سال بود. ۱۷۳ نفر (۷۰/۳٪) از نمونه‌ها را بانوان و ۷۳ نفر (۲۹/۷٪) را آقایان تشکیل دادند. ۱۰۶ نفر (۴۳/۱٪) متأهل بودند و ۱۴۰ نفر (۵۶/۹٪) مجرد بودند. سطح تحصیلات اکثر افراد کارشناسی بود، همچنین ۱۱۶ نفر (۴۷/۲٪) در رشته‌های تیمی ورزشی و ۱۳۰ نفر (۵۲/۸٪) در رشته‌های انفرادی فعالیت داشتند.

برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری، از معیارهای ضرایب بارهای عاملی و معناداری، پایایی آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، روایی هم‌گرا، روایی واگرا، استفاده شد. در بررسی برازش مدل اندازه‌گیری روایی سازه با استفاده از بارهای

عاملی مورد سنجش قرار گرفت. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که ملاک درست بودن ضرایب بارهای عاملی ۰/۷ است (قاسمی و همکاران^۱، ۲۰۲۰؛ رجیبی و همکاران، ۱۴۰۱).

همان‌طور که در جدول ۱ مشخص است تمامی سؤالات دارای بار عاملی بالاتر از مقدار ۰/۷ هستند و تمامی مسیرها نیز معنادار بودند؛ بنابراین می‌توان به بررسی سایر آزمون‌ها پرداخت. برای بررسی پایایی مدل در روش حداقل مربعات جزئی (PLS)، از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) استفاده شد. در صورتی که مقدار این دو آزمون برای هر متغیر بالاتر از ۰/۷ شود، نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل‌های اندازه‌گیری دارد (رجیبی و همکاران، ۱۴۰۱).

جدول ۱ نشان می‌دهد پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ در مورد همه متغیرها بالاتر از ۰/۷ است. در نتیجه می‌توان گفت که مدل اندازه‌گیری از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

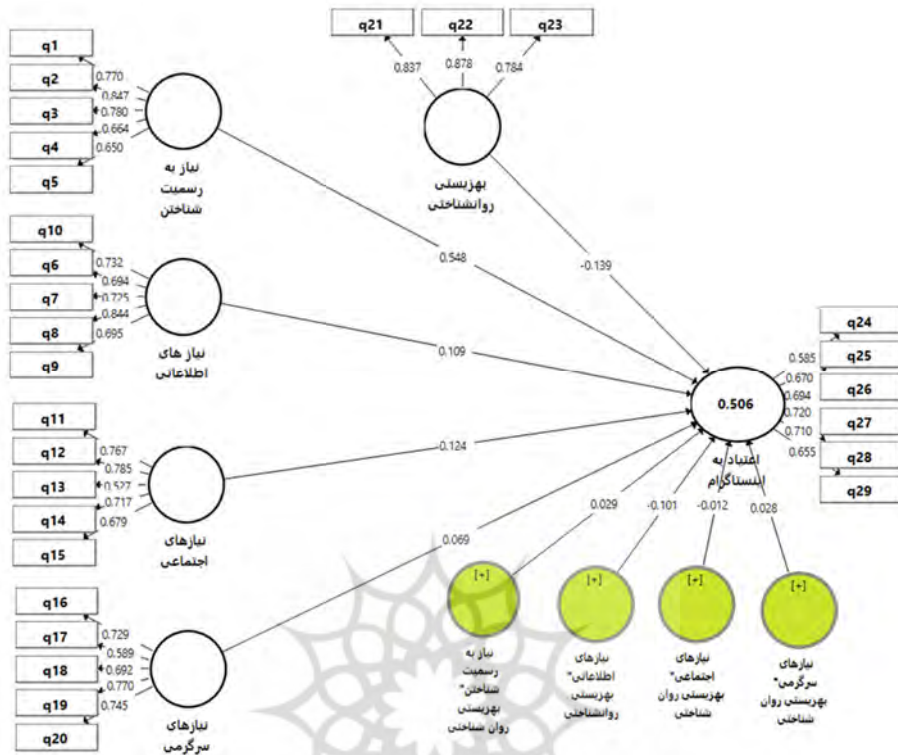
معیار دیگر از بررسی نیکویی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، روایی هم‌گرا است. معیار AVE نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته‌شده بین هر متغیر با سؤالات خود است. برای بررسی روایی هم‌گرا مدل باید AVE بزرگ‌تر از ۰/۵ باشد (رجیبی و همکاران، ۱۴۰۱).

نتایج جدول ۱، نشان داد روایی هم‌گرا برای مدل اندازه‌گیری وجود دارد.

جدول ۱: نتایج بار عاملی، معناداری و روایی مدل اندازه‌گیری پژوهش

متغیر	گویه	بار عاملی	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراجی
نیاز به رسمیت شناختن	Q1	۰/۷۷۰	۰/۷۹۹	۰/۸۶۱	۰/۵۵۶
	Q2	۰/۸۴۷			
	Q3	۰/۷۸۰			
	Q4	۰/۶۶۴			
	Q5	۰/۶۵۰			

متغیر	گویه	بار عاملی	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراجی
نیازهای اطلاعاتی	Q10	۰/۷۳۲	۰/۷۹۸	۰/۸۵۸	۰/۵۴۸
	Q6	۰/۶۹۴			
	Q7	۰/۷۲۵			
	Q8	۰/۸۴۴			
	Q9	۰/۶۹۵			
نیازهای اجتماعی	Q11	۰/۷۶۷	۰/۷۴۶	۰/۸۲۶	۰/۵۹۲
	Q12	۰/۷۸۵			
	Q13	۰/۵۲۷			
	Q14	۰/۷۱۷			
	Q15	۰/۶۷۹			
نیازهای سرگرمی	Q16	۰/۷۲۹	۰/۷۵۱	۰/۸۳۳	۰/۵۰۱
	Q17	۰/۵۸۹			
	Q18	۰/۶۹۲			
	Q19	۰/۷۷۰			
	Q20	۰/۷۴۵			
بهبودی روان‌شناختی	Q21	۰/۸۳۷	۰/۷۸۵	۰/۸۷۲	۰/۶۹۵
	Q22	۰/۸۷۸			
	Q23	۰/۷۸۴			
اعتیاد به اینستاگرام	Q24	۰/۵۸۵	۰/۷۶۱	۰/۸۳۲	۰/۵۵۴
	Q25	۰/۶۷۰			
	Q26	۰/۶۹۴			
	Q27	۰/۷۲۰			
	Q28	۰/۷۱۰			
	Q29	۰/۶۵۵			



شکل ۲: مدل اندازه‌گیری در حالت ضرایب مسیر

برای بررسی روایی واگرا از شاخص هتروتریت-مانوتریت استفاده شد. این شاخص جدید تنها در اسمارت پی‌ال‌اس نسخه سوم موجود است. در این نرم‌افزار برای محاسبه این شاخص کافی است رویه بوت استرپینگ را کامل اجرا کنید.

نقطه برش این شاخص میزان ۰/۸۵ تا ۰/۹ است. اگر مقادیر این معیار کمتر از ۰/۹ باشد، روایی واگرا قابل قبول است (قاسمی و همکاران، ۲۰۲۰).

همان طور که در جدول ۲ مشخص است، مقادیر به‌دست‌آمده در جدول کمتر از ۰/۹ است؛ بنابراین روایی واگرا مدل مورد تأیید است. همچنین با تأیید روایی همگرا و واگرا، روایی کلی مدل اندازه‌گیری نیز مورد قبول واقع می‌گردد.

جدول ۲: ماتریس سنجش روایی واگرا

نیازهای اجتماعی	نیازهای اجتماعی	نیازهای اطلاعاتی	نیاز به رسمیت شناختن	بهبودی روان شناختی	اعتیاد به اینستاگرام	
						اعتیاد به اینستاگرام
					۰/۱۸۹	بهبودی روان شناختی
				۰/۱۷۷	۰/۸۳۸	نیاز به رسمیت شناختن
			۰/۳۸۲	۰/۴۰۲	۰/۳۶۹	نیازهای اطلاعاتی
		۰/۴۶۱	۰/۴۹۸	۰/۲۳۳	۰/۴۸۴	نیازهای اجتماعی
	۰/۵۵۸	۰/۴۸۷	۰/۲۴	۰/۳۱	۰/۳۱۴	نیازهای سرگرمی

در مجموع با تأیید روایی همگرا و واگرا، روایی کلی مدل اندازه‌گیری نیز مورد قبول واقع شد. در بررسی برازش مدل ساختاری از معیارهای معناداری مقادیر t ، معیار R^2 ، شاخص ریشه میانگین مربعات باقیمانده (SRMR) شاخص نرم‌شده برازندگی NFI و برای پیش‌بینی قدرت مدل از شاخص Q^2 استفاده شد. برازش مدل ساختاری با ضرایب T به این صورت است که این ضرایب باید از $1/96$ بیشتر باشد تا بتوان در سطح 95 درصد معنادار بودن آنها تأیید گردد. همچنین اگر این ضرایب بالاتر از $2/58$ باشد، در سطح 99 درصد معنادار بودن آنها تأیید می‌شود، همان‌طور که در جدول ۳ مشخص است، می‌توان گفت فرضیه اول، دوم، سوم و پنجم تأیید شدند که نشان می‌دهد نیازهای به رسمیت شناختن، اطلاعاتی، اجتماعی بر اعتیاد به اینستاگرام تأثیر مثبت و معناداری دارند و نیازهای سرگرمی تأثیر معناداری بر اعتیاد به اینستاگرام ندارد. بهبودی روان‌شناختی نیز تأثیر معنادار و منفی بر اعتیاد به اینستاگرام دارد.

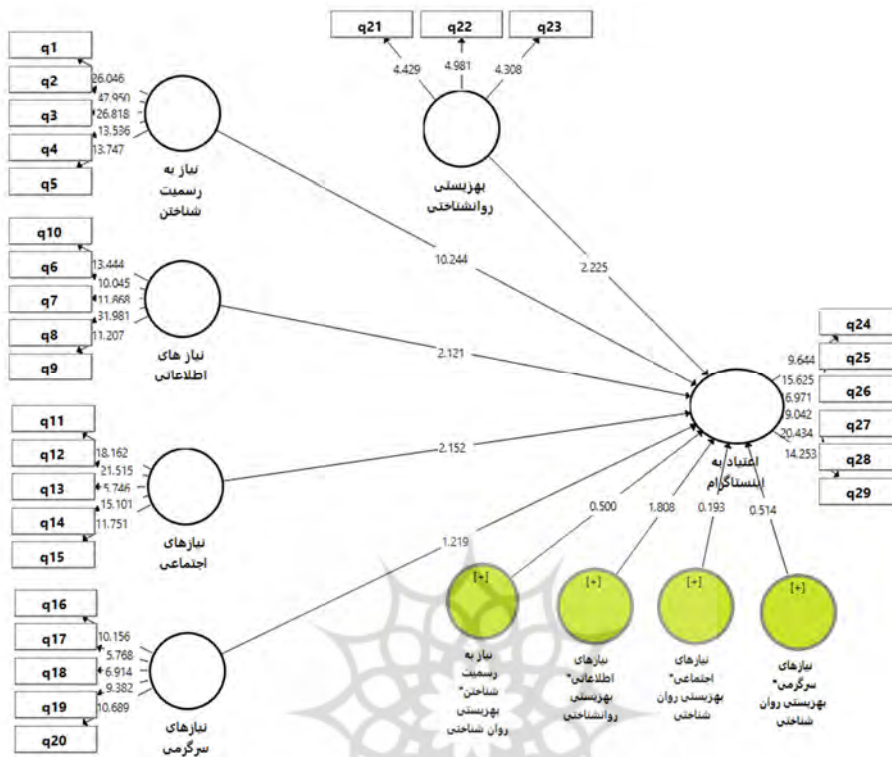
در بررسی اثر تعدیل‌کنندگی بهزیستی روان‌شناختی که در شکل ۲ و جدول ۳ مشخص است، متغیر بهزیستی روان‌شناختی نقش تعدیل‌گر در رابطه بین محرک‌ها با اعتیاد به اینستاگرام ندارد و رابطه بین محرک‌ها با اعتیاد به اینستاگرام را تقویت و تضعیف نمی‌کند.

دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری در هر پژوهش ضرایب R^2 مربوط به متغیرهای درون‌زای مدل است. R^2 معیاری است که نشان از تأثیر متغیرهای بیرون‌زا بر متغیر درون‌زا دارد و با سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳، ۰/۶۷ به ترتیب به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی مقایسه می‌شود. در این پژوهش R^2 متغیر اعتیاد به اینستاگرام ۰/۵۰ شده است که نشان می‌دهد متغیرهای محرک‌ها و بهزیستی روان‌شناختی ۵۰ درصد از مقدار متغیر اعتیاد به اینستاگرام را پیش‌بینی می‌کنند که این پیش‌بینی در حد قوی است.

سومین و چهارمین شاخص، شاخص ریشه میانگین مربعات باقیمانده (SRMR) به‌معنی ریشه میانگین مجذور باقیمانده است، شاخص SRMR بین ۰ تا ۱ تغییر می‌کند. در این پژوهش مقدار این شاخص ۰/۰۹ شده است که بر اساس نظر رینگل (۲۰۱۶) مقدار SRMR کمتر از ۰/۱ نشان از برازش قابل‌قبول مدل است، همچنین مقدار شاخص NFI در این مدل برابر با ۰/۹۶ شده است که برای مقادیر بالای ۰/۹ قابل‌قبول و نشانه برازندگی مدل است. در ادامه برای بررسی کیفیت مدل ساختاری از شاخص Q^2 (شاخص استون و گیسر) استفاده شد. این شاخص قدرت پیش‌بینی مدل در سازه‌های درون‌زا یا وابسته را مشخص می‌کند و سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را به‌عنوان قدرت پیش‌بینی کم، متوسط و قوی تعیین نموده‌اند. مقدار آن برای متغیر اعتیاد به اینستاگرام ۰/۲۴ شده است که نشان می‌دهد پیش‌بینی رفتار این متغیر دارای کیفیت قوی است.

جدول ۳: بررسی فرضیات پژوهش

نتیجه آزمون	آماره تی	ضریب مسیر	فرضیه	
تأیید	۱۰/۲۴۴	۰/۵۴۸	نیاز به رسمیت شناختن -> اعتیاد به اینستاگرام	۱
تأیید	۲/۱۲۱	۰/۱۰۹	نیازهای اطلاعاتی -> اعتیاد به اینستاگرام	۲
تأیید	۲/۱۵۲	۰/۱۲۴	نیازهای اجتماعی -> اعتیاد به اینستاگرام	۳
رد	۱/۲۱۹	۰/۰۶۹	نیازهای سرگرمی -> اعتیاد به اینستاگرام	۴
تأیید	۲/۲۲۵	-۰/۱۳۹	بهبودی روان شناختی -> اعتیاد به اینستاگرام	۵
رد	۰/۵	۰/۰۲۹	نیاز به رسمیت شناختن* بهبودی روان شناختی -> اعتیاد به اینستاگرام	۶
رد	۱/۸۰۸	-۰/۱۰۱	نیازهای اطلاعاتی* بهبودی روان شناختی -> اعتیاد به اینستاگرام	۷
رد	۰/۱۹۳	-۰/۰۱۲	نیازهای اجتماعی* بهبودی روان شناختی -> اعتیاد به اینستاگرام	۸
رد	۰/۵۱۴	۰/۰۲۸	نیازهای سرگرمی* بهبودی روان شناختی -> اعتیاد به اینستاگرام	۹



شکل ۳: مدل پژوهش در حالت معناداری

بحث و نتیجه گیری

دنیای امروز که از آن به‌عنوان عصر ارتباطات و اطلاعات یاد می‌شود و عدم آگاهی و استفاده از وسایل ارتباط جمعی و همسو شدن با تحولات آن مانع پیشرفت و ارتباطات خواهد شد، همه افراد را بر آن داشت تا به دنبال استفاده از این فناوری‌ها و وسایل ارتباط جمعی باشند. اینستاگرام نیز با جذابیت بالا و دسترسی آسان، محیطی دوست‌داشتنی برای همه افراد جامعه ایجاد کرده است و نوجوانان و جوانان نیز بیشتر از سایر افراد جامعه درگیر گذراندن اوقات فراغت خود در این فضا هستند و از معایب استفاده بیش از حد این شبکه مجازی بی‌اطلاع هستند. اینستاگرام از جمله شبکه‌های اجتماعی است که در یک دهه گذشته با اشتراک‌گذاری عکس و ویدئو از طریق تلفن همراه ارتباطات

تصویری امروز را متحول ساخته است و همین موضوع اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی، ممکن است منجر به رفتارهای انحرافی و مضر برای کاربرانی شود که به‌طور افراطی از این فضا استفاده می‌کنند (زرگر، ۲۰۲۰). به همین علت هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر محرک‌ها بر اعتیاد به اینستاگرام در بین ورزشکاران با نقش تعدیل‌گر بهزیستی روان‌شناختی بود.

همان‌طور که مشخص شد در فرضیه اول نیاز به رسمیت شناختن بر اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران تأثیر مثبت و معناداری در سطح ۹۹ درصد ($t=10/24, \beta=0/548$) دارد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش پونوسامی و همکاران (۲۰۲۰) و هوانگ و سو^۱ (۲۰۱۸) همسو است. رویکرد شناختی شخصیت، بر نحوه‌ای که افراد از محیط و خودشان آگاه می‌شوند، مسائل را درک نموده و ارزیابی می‌کنند، یاد می‌گیرند و مسائل را حل می‌کنند، تمرکز دارد. در رویکرد شناختی، نیازها، سلايق یا هیجانات را جنبه‌هایی از شخصیت می‌دانند که تحت کنترل فرایندهای شناختی قرار دارد، شناخت به فرایندهایی اشاره دارد که افراد به کمک آنها یاد می‌گیرند، فکر می‌کنند و به یاد می‌آورند (کشاورز بهرقانی و همکاران، ۲۰۱۴)، نتایج نشان داد ورزشکارانی که از اینستاگرام استفاده می‌کنند به دنبال افزایش احترام و حمایت از خود هستند و تلاش می‌کنند با استفاده از این سکوی اینترنتی در فضای مجازی برای خود احترام کسب کنند. علاوه بر این، ورزشکاران برای ترویج یا تبلیغ حرفه و تخصص ورزشی خود از این فضا استفاده می‌کنند و در تلاش هستند تا از این طریق اعتماد به نفس را تقویت کرده و در نتیجه احساس رضایت کنند.

نتایج همچنین نشان داد که نیازهای اطلاعاتی بر اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران تأثیر مثبت و معناداری در سطح ۹۵ درصد ($t=2/121, \beta=0/109$) دارد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش ماير و همکاران^۲ (۲۰۱۵) همسو است. نیازسنجی اطلاعات عبارت است از کاربرد فنونی که به کمک آنها می‌توان اطلاعات مناسب را درباره نیاز اطلاعاتی افراد یا گروه‌های مخاطب گردآوری

1. Huang and Su
2. Maier and et al

کرده و به الگوی نیازها و خواسته‌های فرد و جامعه دست یافت. نیازسنجی اطلاعات ساز و کاری است که به کمک آن می‌توان فاصله بین منابع و کاربران را کاهش داد و معمولاً با اهداف خاصی از جمله: تعیین منابع اطلاعاتی مورد استفاده کاربران، آزمودن میزان رضایت و سطح تأمین نیازهای اطلاعاتی با توجه به منابع اطلاعاتی موجود در دسترس، تعیین عوامل مؤثر بر رفتار اطلاع-یابی کاربران و ارزیابی نقش متخصصان اطلاع‌رسانی در تأمین دسترسی اطلاعات مطابق با نیازهای کاربران را دنبال می‌کند. شاید بتوان گفت که نیازهای اطلاعاتی یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر استفاده از اینستاگرام است که پوشش سرتاسری اخبار کل دنیا از طریق این بن‌سازه باعث می‌شود ورزشکاران برای کسب اطلاعات بیشتر و درک اتفاقاتی که در دنیا می‌گذرد بیشتر جذب اینستاگرام شوند، ضمن اینکه بیشترین بار عاملی گویه‌های متغیر محرک‌ها در بخش نیازهای اطلاعاتی را سؤال (من از اینستاگرام برای اصلاح طرز تفکرم استفاده می‌کنم) با (۰/۸۴) به خود اختصاص داد. این موضوع نشان می‌دهد ورزشکارانی که از این فضا استفاده می‌کنند بیشتر به دنبال اصلاح طرز تفکر خود و همگام شدن با دانش و اطلاعات جدید در حوزه ورزش، در دنیا هستند.

نتایج نشان داد نیازهای اجتماعی بر اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران تأثیر مثبت و معناداری در سطح ۹۵ درصد ($t=2/152$ ، $\beta=0/124$) دارد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش (چوی و لیم، ۲۰۱۶؛ پورموسوی، عباسی کسبی و واحدی، ۲۰۱۴) همسو است. این بدان معناست که ویژگی‌های اینستاگرام برای پاسخگویی به نیازهای اجتماعی مانند ابراز احساسات و حفظ ارتباط با دوستان مناسب است (پونوسامی و همکاران، ۲۰۲۰). از منظر علوم اجتماعی، مفهوم نیاز از جمله مفاهیمی است که به معانی مختلفی در علوم اجتماعی به کار رفته است و به لحاظ گونه‌شناسی از منظر اجتماعی می‌توان برداشت‌هایی مانند؛ نیاز به معنای خواسته و نظرات افراد، نیاز به معنای فقدان و یا ضرورت چیزی، نیاز به‌عنوان نقص یا مشکل نام برد (مایر و همکاران، ۲۰۱۵). نتایج گویای این

موضوع است که یکی از عللی که ورزشکاران سعی در فعالیت و یا استفاده از فضای اینستاگرام دارند، این است که تلاش می‌کنند دیدگاه‌ها، افکار و تجربه‌های خود را با دیگران به اشتراک گذاشته و بازخورد بگیرند. انسان یک موجود اجتماعی است و برای بقا نیاز به ارتباط با سایرین دارد که این بن‌سازه زمینه ارتباطات را با سایرین به آسان‌ترین روش ممکن فراهم می‌سازد.

نتایج همچنین نشان داد که نیازهای سرگرمی بر اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران تأثیر مثبت و معناداری ($t=1/219$ ، $\beta=0/069$) ندارد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش (دیر و تسای^۱، ۲۰۱۷؛ پارک و لی^۲، ۲۰۱۴ و رایان و همکاران^۳، ۲۰۱۶) هم‌خوانی دارد و با پژوهش‌های نولند، نکا و کاسیوپو^۴ (۲۰۱۸) و جوکار و همکاران (۲۰۱۲)، هم‌خوان نیست که شاید علل این ناهم-خوانی تفاوت جامعه مد نظر در این پژوهش است. نولند، نکا و کاسیوپو (۲۰۱۸) در پژوهش خود دریافتند یکی از عواملی که ارتباط تنگاتنگی با استفاده بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی دارد، احساس تنهایی است. احساس تنهایی بر اساس بسیاری از تعاریف، تجربه آزاردهنده و پریشان‌کننده‌ای است که مشکلات روان‌شناختی و جسمانی شدیدی را به دنبال دارد، احساس تنهایی با افسردگی، خودکشی، سوءمصرف مواد، احساس تیره‌روزی و بدبختی و تعدد بیماری‌های جسمی همبسته است (جوکار، ۲۰۱۲). نتایج این فرضیه نشان می‌دهد که ورزشکاران بعد از استفاده از فضای اینستاگرام احساس خوبی ندارند، شاید یکی از علل اصلی این موضوع این است که افراد با یک ظاهر ایده‌آل از زندگی افراد مواجه می‌شوند و اگر دانش مناسبی از این فضا نداشته باشند، این موضوع سطح خواسته‌های آنان را افزایش داده و در صورت عدم کسب آن شرایط ایده‌آل دچار اندوه و یا احساس محرومیت می‌شوند. نتایج تحقیق حاضر نشان داد که میانگین سنی ورزشکاران، ۲۵ سال بود. مسلم است جوانان که جزئی از گروه‌های آسیب‌پذیر جامعه هستند و شاید وقت بیشتری را در این

1. Dhir and Tsai
2. Park and Lee
3. Ryan and et al
4. Nowland, Necka & Cacioppo,

بن‌سازه بگذرانند، بیشتر تحت تأثیر این فضا قرار بگیرند. ورزشکاران نیز به دلیل عدم آگاهی و اطلاعات درست از این بن‌سازه دچار مشکلات روحی فراوانی به- علت مقایسه زندگی خود با ظاهر ایده‌آل زندگی افراد فعال در اینستاگرام شوند.

نتایج نشان داد بهزیستی روان‌شناختی بر اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران تأثیر منفی و معناداری در سطح ۹۵ درصد ($t=2/225$, $\beta=0-/139$) دارد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش کیم و همکاران^۱ (۲۰۱۷) همسو است. توجه به سلامتی و بهزیستی از جنبه‌های مثبت و نیز توضیح و تبیین ماهیت روان‌شناختی بهزیستی حائز اهمیت است (سدیدی و یمینی، ۲۰۱۸). در پژوهش حاضر مشخص شد بیشترین بار عاملی گویه‌های متغیر بهزیستی روان‌شناختی را سؤال (من در اجرای برنامه‌های خودم کوشا و فعال هستم) با (۰/۸۷) به خود اختصاص داد. زمانی که یک فرد دیدگاه مثبتی در مورد خودش دارد، زندگی را معنادارتر می‌بیند و به‌دنبال برقراری ارتباطات سالم با دیگران است. مسلماً ورزشکارانی که از لحاظ بهزیستی روانی در سطح قابل قبولی هستند، در برابر اعتیاد به اینستاگرام مقاوم‌تر از ورزشکارانی خواهند بود که بهزیستی روانی آنها در شرایط بحرانی است. افراد با رفاه روانی بالا اراده محکم و استواری برای رسیدن به اهداف خود دارند، آنها به‌جای تمرکز بر اطلاعات موجود در اینستاگرام به اهداف و برنامه‌های خودشان متمرکز می‌شوند و برای رسیدن به آن اهداف تلاش می‌کنند.

نتایج تحقیق همچنین نشان داد بهزیستی روان‌شناختی نقش تعدیل‌گر در رابطه بین نیاز به رسمیت شناختن با اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران ($t=0/029$, $\beta=0/5$) ندارد، همچنین متغیر بهزیستی روان‌شناختی رابطه بین نیازهای اطلاعاتی و اعتیاد به اینستاگرام را ($t=1/808$, $\beta=0-/101$) تعدیل نمی‌کند. نتایج در این قسمت نشان داد که بهزیستی روان‌شناختی نقش تعدیل‌گر در رابطه بین نیازهای اجتماعی و اعتیاد به اینستاگرام ($t=-0/012$, $\beta=193/0$) ندارد و رابطه بین نیازهای سرگرمی و اعتیاد به اینستاگرام ورزشکاران ($t=0/028$, $\beta=0/514$) را تعدیل نمی‌کند. نتایج این فرضیات با نتایج پژوهش پونوسامی و همکاران

(۲۰۲۰) هم‌خوانی نداشت. شاید یکی از دلایل عدم هم‌خوانی نتایج، جامعه آماری متفاوت بین این دو پژوهش بود.

مشخص است که با رشد روزافزون تکنولوژی و ظهور فناوری‌های جدید و نیاز بشر به استفاده از این فناوری‌ها، حذف آن تقریباً غیرممکن و نشدنی است. همچنین رشد انفجاری استفاده از اینستاگرام به دلیل جذابیت بالای آن در بین انواع مختلف کاربران از جمله ورزشکاران نیز از عواملی است که موجب شده است اعتیاد به این بن‌سازه در بین افراد افزایش یابد. افراد برای کسب اطلاعات و دانش و به اشتراک گذاشتن اطلاعات و دانش خود و حتی نیاز به سرگرمی و گذران اوقات فراغت به این بن‌سازه نیاز دارند. بنابراین پیشنهاد می‌شود، به ورزشکاران در خصوص نتایج اعتیاد به اینستاگرام آگاهی‌های لازم ارائه گردد و برای این منظور نیاز است که از متخصصان و افراد صاحب‌دانش در این حوزه برای آگاهی‌رسانی ورزشکاران از عواقب منفی استفاده بیش از حد از این بن‌سازه استفاده گردد. واضح است در صورتی که ورزشکاران در این زمینه اطلاعات مناسب کسب کنند و از عواقب آن مطلع شوند، استفاده بیش از حد از این بن‌سازه را کاهش خواهند داد. در نهایت پیشنهاد می‌شود به‌منظور شکل‌گیری رفتارهای منطقی و مطلوب در زمینه استفاده از شبکه‌های اجتماعی، مدیران اولویت خود را سازمان‌دهی اطلاعات و دانش و آگاه کردن جامعه هدف از موارد سازنده و مضر شبکه‌های مختلف اجتماعی مانند اینستاگرام قرار دهند.

سپاسگزاری

از تمامی افرادی که در راستای انجام این مطالعه و تهیه و تکمیل پرسشنامه‌ها با پژوهشگران همکاری نموده‌اند، صمیمانه قدردانی می‌گردد.

پورموسوی، سیدموسی، عباسی کسبی، دنیا و واحدی، حیدر (۱۳۹۳). تحلیل و ارزیابی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و تأثیر آن در امنیت اجتماعی شهر. مطالعه موردی منطقه ۱۲ شهر تهران. مجله آمایش جغرافیایی فضا، ۳ (۱۰)، صص ۱۴۰-۱۵۸.

https://gps.gu.ac.ir/article_7388.html

جنانی، حمید، کریستودولیدس، استاتیس و سلیمانی تپه‌سری، بهاره (۱۳۹۸). ارتباط فعالیت در رسانه‌های اجتماعی با اضطراب اجتماعی، احساس تنهایی و کم‌رویی ورزشکاران تیم‌های ملی. مطالعات روان‌شناسی ورزشی، ۸ (۲۹)، صص ۷۵-۸۷.

https://spsyj.ssr.ac.ir/article_1938.html

حمایت‌خواه، مجتبی (۱۴۰۰). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر انحرافات اجتماعی زنان. فصلنامه انتظام اجتماعی، ۱۳ (۱)، صص ۱-۲۶.

http://sopra.jrl.police.ir/article_96417.html

رجبی، مجتبی، رسولی‌منش، سیدمصطفی، اندام، رضا و عبدالله‌نژاد، فائزه (۱۴۰۱). مرور نظام‌مند پیل‌اس در مدیریت ورزشی. مدیریت منابع انسانی در ورزش، ۱۰ (۱)، صص ۱۶۷-۱۹۲.

https://shm.shahroodut.ac.ir/article_2758.html?lang=fa

زارع‌آبندانسری، محمد، محرم‌زاده، مهرداد و عزیزیان‌کهن، نسرین (۱۴۰۲). راهکارهای پیشگیری از جرم مبتنی بر فعالیت دانش‌آموزان مقطع متوسطه در سایت‌های شرط‌بندی. فصلنامه انتظام اجتماعی، ۱۵ (۳)، صص ۹۵-۱۲۰.

http://sopra.jrl.police.ir/article_101313.html

زرگر، سیدمحمد (۱۳۹۹). مدل‌سازی تأثیر اعتیاد به اینستاگرام بر اعتماد به نفس و حس خوشبختی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه علوم و تحقیقات تهران). پژوهش‌های ارتباطی، ۲۷ (۱۰۱)، صص ۷۵-۹۴.

https://cr.iribresearch.ir/article_40330.html?lang=fa

صحتی‌بزدی، آرزو و طالبیان‌شریف، جعفر (۱۳۹۷). رابطه اعتیاد به اینترنت با اختلالات روانی (اضطراب، استرس و افسردگی) و بهزیستی روانی. فصلنامه ایده‌های نوین روان‌شناسی، ۲ (۶)، صص ۱-۹.

<https://jnip.ir/article-1-189-fa.html>

عامری شهبابی، محسن، جعفری، علی و بخشی، مهدیه (۱۳۹۸). رابطه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه با هویت جنسی و روابط عاطفی (مورد مطالعه: مردان ۱۸ تا ۳۰ ساله شهر اردبیل). مدیریت فرهنگی، ۱۳ (شماره ۲ (پیاپی ۴۴))، صص ۴۶-۳۳.

<https://altl.ir/downloads/2245117/>

عموزاده، راحله و سلیمانی، نادر (۲۰۱۷). رابطه عضویت، فعالیت و بهره‌گیری مدیران مدارس از شبکه‌های اجتماعی با خلاقیت و نوآوری سازمانی آنان در دوره متوسطه. مهارت‌های روان‌شناسی تربیتی، ۳۰ (۸)، صص ۳۷-۴۷.

https://journals.iau.ir/article_601996.html

فضلی، حسن، عباس‌آبادی، صابر، منظری‌توکلی، رضا و ابراهیمی، حسین (۱۴۰۱). تعیین راهبردهای پلیس در استفاده مؤثر از شبکه‌های اجتماعی مجازی. فصلنامه انتظام اجتماعی، ۱۴ (۳)، صص ۱-۳۲.

http://sopra.jrl.police.ir/article_100256.html

مرادی، علی و محمدی‌فر، نجات (۱۳۹۹). نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری هراس اجتماعی و تغییر سبک زندگی ناشی از ویروس کرونا (مطالعه موردی شهر کرمانشاه). فصلنامه انتظام اجتماعی، ۱۲ (۲)، صص ۱۲۳-۱۴۸.

http://sopra.jrl.police.ir/article_94362.html

ملک‌احمدی، حکیمه و جعفریان، اعظم (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی اعتیاد به اینترنت (مطالعه موردی: شاهین‌شهر اصفهان). نشریه جامعه‌شناسی تاریخی، ۲ (۳)، صص ۹۳-۱۱۶.

<https://jhs.modares.ac.ir/article-25-903-fa.html>

نیری صفاری، مرجان (۱۳۹۵). کنکاشی در کاربردهای نظریه‌های ارتباطات در حوزه ورزش: تحلیل مضمون صفحه اینستاگرام با تمرکز بر نظریه استفاده و رضایت‌مندی. مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۳ (۴)، صص ۴۵-۵۸.

https://journals.pnu.ac.ir/article_2847_400.html

Arora, A., Chakraborty, P., Bhatia, M. P. S., & Mittal, P. (2021). Role of emotion in excessive use of Twitter during COVID-19 imposed lockdown in India. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 6(2), 370-377.

<https://link.springer.com/article/10.1007/s41347-020-00174-3>

Ballarotto, G., Volpi, B., & Tambelli, R. (2021). Adolescent attachment to parents and peers and the use of Instagram: The mediation role of psychopathological risk. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(8), 3965.

[DOI:10.3390/ijerph18083965](https://doi.org/10.3390/ijerph18083965)

Choi, S. B., & Lim, M. S. (2016). Effects of social and technology overload on psychological well-being in young South Korean adults: The mediatory role of social network service addiction. *Computers in Human Behavior*, 61, 245-254.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.032>

Dhir, A., & Tsai, C. C. (2017). Understanding the relationship between intensity and gratifications of Facebook use among adolescents and young adults. *Telematics and Informatics*, 34(4), 350-364.

<https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.08.017>

Ezeonwumelu, V. U., Nwiko, M. N., Okoro, C. C., & Ekanem, E. I. (2021). Social media addiction and time management skills of university students in Akwa Ibom State, Nigeria. *Global Journal of Social Sciences Studies*, 7(1), 24-34.

<https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.08.017>

Ghasemy M. Teeroovengadum V. Becker J. M. Ringle C. M. This fast car can move faster: a review of PLS-SEM application in higher education research. *Higher Education* 2020Apr;80(6):1121-1152.

[DOI:10.1007/s10734-020-00534-1](https://doi.org/10.1007/s10734-020-00534-1)

Huppert, F. A. (2009). Psychological well-being: Evidence regarding its causes and consequences. *Applied psychology: health and well-being*, 1(2), 137-164.

<https://doi.org/10.1111/j.1758-0854.2009.01008.x>

Huang, Y. T., & Su, S. F. (2018). Motives for Instagram use and topics of interest among young adults. *Future internet*, 10(8), 77.

<https://doi.org/10.3390/fi10080077>

Jowkar, B. (2012). Psychometric properties of the short form of the social and emotional loneliness scale for adults (SELSA-S). *International Journal of Behavioral Sciences*, 5(4), 311-317 .

https://www.behavsci.ir/article_67748.html

KORKMAZ, H., & DİLMAÇ, B. (2021). Predictive relations between psychological well-being, instagram addiction and values in university students. *Research on Education and Psychology*, 5(1), 71-82.

<http://dergipark.org.tr/rep>

Kim, J., Lee, S., Chun, S., Han, A., & Heo, J. (2017). The effects of leisure-time physical activity for optimism, life satisfaction, psychological well-being, and positive affect among older adults with loneliness. *Annals of Leisure Research*, 20(4), 406-415.

<https://doi.org/10.1080/11745398.2016.1238308>

Maier, C., Laumer, S., Eckhardt, A., & Weitzel, T. (2015). Giving too much social support: social overload on social networking sites. *European Journal of Information Systems*, 24(5), 447-464.

<https://doi.org/10.1057/ejis.2014.3>

Nowland, R., Necka, E. A., & Cacioppo, J. T. (2018). Loneliness and social internet use: pathways to reconnection in a digital world?. *Perspectives on Psychological Science*, 13(1), 70-87.

DOI: [10.1177/1745691617713052](https://doi.org/10.1177/1745691617713052)

Park, N., & Lee, S. (2014). College students' motivations for Facebook use and psychological outcomes. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(4), 601-620.

<https://doi.org/10.1080/08838151.2014.966355>

Pekpazar, A., Aydın, G. K., Aydın, U., Beyhan, H., & Arı, E. (2021). Role of Instagram addiction on academic performance among Turkish university students: mediating effect of procrastination. *Computers and Education Open*, 2, 100049.

<https://doi.org/10.1016/j.caeo.2021.100049>

Ponnusamy, S., Iranmanesh, M., Foroughi, B., & Hyun, S. S. (2020). Drivers and outcomes of Instagram Addiction: Psychological well-being as moderator. *Computers in Human Behavior*, 107, 106294.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106294>

Ryan, T., Chester, A., Reece, J., Xenos, S., CHESTER, A., REECE, J., & XENOS, S. (2016). A qualitative exploration of Facebook addiction: Working toward construct validity. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(1), 55-76.

<https://search.trdizin.gov.tr/tr/yayin/detay/215847/a-qualitative-exploration-of-facebook-addiction-working-toward-construct-validity>

Sanz-Blas, S., Buzova, D., & Miquel-Romero, M. J. (2019). From Instagram overuse to instastress and emotional fatigue: the mediation of addiction. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 23(2), 143-161.

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/SJME-12-2018-0059/full/html>

Sholeh, A., & Rusdi, A. (2019). A new measurement of Instagram addiction: psychometric properties of The Instagram Addiction Scale (TIAS). *Feedback*, 737, 499.

https://www.researchgate.net/publication/335947345_A_New_Measurement_of_Instagram_Addiction_Psychometric_Properties_of_The_Instagram_Addiction_Scale_TIAS

Turri, A. M., Smith, K. H., & Kemp, E. (2013). Developing affective brand commitment through social media. *Journal of Electronic Commerce Research*, 14(3), 201.

<https://www.proquest.com/docview/1445138864?sourcetype=Scholarly%20Journals>

Yesilyurt, F., & Solpuk Turhan, N. (2020). Prediction of the Time Spent on Instagram by Social Media Addiction and Life Satisfaction. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 15(2), 208-219.

[DOI:10.18844/cjes.v15i2.4592](https://doi.org/10.18844/cjes.v15i2.4592)

