

اعتباریابی نسخه فارسی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (فرم شش سؤالی) در بین دانشجویان ایرانی

علی صالحی^۱؛ سید علی شریفی فرد^۲؛ صفدر نبی زاده^۳؛ گلناز علی بابایی^۴

چکیده

هدف: با توجه به استفاده روزافزون از اینستاگرام که می تواند فرصتها و چالشهای بسیاری را به همراه داشته باشد، در پژوهش پیش رو به اعتباریابی نسخه فارسی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (فرم شش سؤالی) در بین دانشجویان ایرانی پرداخته شد. **روش:** روش این پژوهش، توصیفی - پیمایشی بود. جامعه آماری، تمامی دانشجویان دانشگاههای شهرستان مشهد بودند که از این جامعه و به روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای، ۶۸۱ آزمودنی انتخاب شدند و به دو مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (IAS-6 & IAS-15) و بهزیستی روان شناختی ریف (RPWS-18) پاسخ دادند. **یافته ها:** نتایج نشان داد که این مقیاس از روایی سازه و ملاک خوبی برخوردار است. پایایی نیز به دو روش آلفای کرونباخ و بازآزمایی به ترتیب ۰/۸۳ و ۰/۷۱ بود که بسیار مطلوب است. از لحاظ روایی ملاک نیز این مقیاس با بهزیستی، رابطه منفی و معنادار و با اعتیاد به اینستاگرام ۱۵ سؤالی، رابطه مثبت و معنادار داشت (۰/۰۱ < p). همچنین در اعتیاد به اینستاگرام بین خانمها و آقایان تفاوت معناداری وجود نداشت. **نتیجه گیری:** این ابزار می تواند در نمونه ایرانی استفاده شود. همچنین انجام مطالعات دانشگاهی با توجه به افزایش روزافزون استفاده از این پلتفرم و ظرفیتهای مثبت و منفی موجود در آن، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است.

واژگان کلیدی: پلتفرم های شبکه اجتماعی، اعتیاد به اینستاگرام، اعتباریابی، دانشجویان ایرانی.

دریافت مقاله: ۰۰/۰۸/۱۲؛ تصویب نهایی: ۰۰/۱۲/۰۵.

۱. کارشناس ارشد روان شناسی سلامت؛ دانشکده علوم رفتاری و سلامت روان، دانشگاه علوم پزشکی ایران. تهران، ایران.
۲. کارشناس ارشد روان شناسی بالینی؛ دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی. اردبیل، ایران (نویسنده مسئول) / نشانی: اردبیل؛ خیابان دانشگاه، دانشگاه محقق اردبیلی، دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی، گروه روان شناسی / نمابر: ۰۴۵۳۱۵۰۰۰۰
Email: sharififard68@gmail.com /
۳. دکترای روان شناسی تربیتی؛ دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا. همدان، ایران.
۴. کارشناس ارشد روان شناسی بالینی؛ دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی، دانشگاه محقق اردبیلی. اردبیل، ایران.

الف) مقدمه

پایگاههای شبکه اجتماعی^۱ نوعی از رسانه‌های اجتماعی‌اند که می‌توانند برای برقراری ارتباط با تعداد زیادی از افراد، استفاده شوند و سودمندی‌های زیادی را برای کاربران خود به ارمغان بیاورند (هوانگ و سو^۲، ۲۰۱۸؛ قلی‌زاده گیلو و فرقانی، ۱۴۰۰). برای مثال، کاربران این شبکه‌ها می‌توانند از پلتفرم‌ها برای اهداف حرفه‌ای/ شغلی، دوست‌یابی، اشتراک‌گذاری علایق مشترک و سرگرمی استفاده کنند (خلیلی، ۲۰۱۵؛ نعیمی و فریان، ۱۴۰۰). پایگاههای شبکه اجتماعی بسیاری، از جمله: فیس‌بوک، توئیتر، تامبلر، فلیکر، اسنپ‌چت و اینستاگرام وجود دارد (که اینستاگرام تمرکز مطالعه پیش رو است).

اینستاگرام یک شبکه اجتماعی مبتنی بر تصویر برای به اشتراک‌گذاری عکسها و فیلمهای شخصی است (امینکوز، ۲۰۲۰) و از همان ابتدا به کاربران امکان می‌دهد عکس بگیرند، روی آنها فیلتر اعمال کنند و با طرفدارانی که می‌توانند آن‌ها را لایک کنند و درباره آنها نظر دهند، گفتگو کرده و محتوای مجازی (مانند ویدئو و عکس) را به اشتراک بگذارند (کیم، سیلی و جونگ^۳، ۲۰۱۷). اینستاگرام یکی از سریع‌ترین و محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی، به ویژه در جامعه ایرانی است که بیش از ۵۹ درصد از کاربران آن بین ۱۸ تا ۲۹ سال قرار دارند (شریفی‌فرد همکاران، ۲۰۲۱؛ الحش و ما^۴، ۲۰۱۷؛ امینکوز، ۲۰۱۹؛ نعمتی‌پور و حاجی‌زاده طوسی، ۱۳۹۸). این محبوبیت برای برخی از کاربران، خطر اعتیاد را به همراه دارد (کوس و گریفیتس^۵، ۲۰۱۷). اگرچه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی (برای مثال اینستاگرام) به عنوان یک تشخیص به طور رسمی شناخته نشده است (مقل و کوک^۶، ۲۰۱۸)، اما می‌توان آن را به عنوان زیرمجموعه‌ای از اعتیادهای رفتاری دسته‌بندی کرد.

گریفیتس (۲۰۰۵) با استفاده از یک چارچوب زیستی، روانی، اجتماعی، شش مولفه هسته‌ای (بارز بودن، تحمل، کناره‌گیری، بازگشت، تغییر خلق و تعارض) را برای توصیف رفتارهای اعتیادگونه (از جمله اعتیاد به اینستاگرام) بیان کرده است که وجود شش مولفه، وجود رفتار اعتیادی را تأیید می‌کند. در همین زمینه، اندریسن و پالسن^۷ (۲۰۱۴) با مرور مطالعات مختلف به این نتیجه رسیدند که افراد وابسته به شبکه‌های اجتماعی نیاز به صرف زمان زیادی روی این شبکه‌ها دارند. در ادامه، استفاده از این شبکه‌ها به ابزاری برای کاهش احساسات منفی، مانند احساس گناه، اضطراب، بی‌قراری و افسردگی تبدیل می‌شود و در صورت عدم دسترسی، وابستگی دچار استرس، بی‌قراری و تحریک‌پذیری شده، موفق به کاهش مدت زمان استفاده از

-
1. Social Networking Sites (SNSs)
 2. Huang & Su
 3. Omnicore
 4. Kim, Seely & Jung
 5. Alhabash & Ma
 6. Kuss & Griffiths
 7. Moqbel & Kock
 8. Andreassen & Pallesen

۲۹۷ \blacklozenge علی صالحی و همکاران

این شبکه‌ها نیستند. از سوی دیگر، استفاده اعتیادگونه با سایر فعالیتها مانند روابط بین فردی، وظایف شغلی و تحصیلی تداخل می‌یابد (پونوسامی و همکاران،^۱ ۲۰۲۰؛ سرینکو و تورل،^۲ ۲۰۱۵). در همین راستا، اکثر پژوهشها استفاده اعتیادآور از فیس‌بوک (برایلوسکایا و همکاران،^۳ ۲۰۱۹؛ ایران‌منش و همکاران،^۴ ۲۰۲۱؛ کانات-مایمون و همکاران،^۵ ۲۰۱۸) و توئیتر (دویر و فراسر،^۶ ۲۰۱۶؛ انداسوکا^۷ و همکاران، ۲۰۱۶) را بررسی کرده‌اند؛ اما با وجود محبوبیت و پیشرفت روزافزون، مطالعات دانشگاهی کمی درباره اعتیاد به اینستاگرام انجام شده است (کیم و کیم،^۸ ۲۰۱۹). در ایران نیز هیچ مطالعه‌ای در این زمینه یافت نشد و این در صورتی است که شریفی فرد و همکاران (۲۰۲۱)، اعتیاد متوسط و شدید به اینستاگرام را در بین دانشجویان ایرانی به ترتیب ۵۳ و ۲۱/۷ درصد گزارش کرده‌اند.

یکی از دلایل عدم انجام پژوهش درباره اینستاگرام در ایران، نبود ابزارهای روان‌سنجی معتبر برای ارزیابی خطر اعتیاد به اینستاگرام است. ابزارهای مختلفی برای سنجش اعتیاد به اینستاگرام و جنبه‌های مختلف آن ایجاد شده است؛ از جمله: مقیاس ۱۵ ماده‌ای اعتیاد به اینستاگرام (کیرکابورن^۹ و گریفیس،^{۱۰} ۲۰۱۹) که در اواخر سال ۲۰۲۱ در ایران توسط شریفی فرد و همکاران اعتباریابی شده است؛ مقیاس ۲۰ ماده‌ای اعتیاد به اینستاگرام (شله و روسدی،^{۱۱} ۲۰۱۹)؛ آزمون ۳۴ ماده‌ای اعتیاد به اینستاگرام (دی‌سوزا و همکاران،^{۱۲} ۲۰۱۸) و مقیاس شش سؤالی اعتیاد به اینستاگرام (اندرسن و همکاران،^{۱۳} ۲۰۱۲).

بنابر این، با توجه به افزایش روزافزون استفاده از اینستاگرام در جهان و ایران، خطر اعتیاد به آن، اهمیت بررسی همبسته‌های روان‌شناختی اعتیاد به اینستاگرام و انجام مطالعات دانشگاهی در این زمینه برای پیشگیری و حل این مسئله؛ همچنین با توجه به عدم وجود ابزاری کوتاه برای سنجش اعتیاد به اینستاگرام به منظور پاسخگویی سریع و دقیق آزمودنی‌ها، به ویژه با توجه به اینکه هر شش مؤلفه اعتیادی در آن سنجیده می‌شود (هر سؤال یک مؤلفه را پوشش می‌دهد)، در پژوهش پیش رو به اعتباریابی نسخه فارسی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (فرم شش سؤالی) در بین دانشجویان ایرانی پرداخته خواهد شد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

1. Ponnusamy & Hyun
2. Serenko & Turel
3. Brailovskaia, Margraf & Köllner
4. Kanat-Maymon, Almog, Cohen & Amichai-Hamburger
5. Dwyer & Fraser
6. Ndasauka
7. Kırçaburun
8. Sholeh & Rusdi
9. D'Souza, Samyukta & Bivera
10. Torsheim & Brunborg

ب) روش

روش پژوهش پیش رو، توصیفی- پیمایشی است. جامعه آماری آن تمامی دانشجویان شهرستان مشهد بودند. روش نمونه‌گیری، احتمالی و از نوع خوشه‌ای چند مرحله‌ای، شامل چهار مرحله بود. نمونه ابتدایی شامل ۶۸۱ دانشجو بود که پس از حذف تعداد آزمودنی‌هایی که داده‌های گمشده داشتند ($n=20$)، حجم نمونه نهایی ۶۶۱ نفر بود. چهار مرحله به این صورت بود که ابتدا دو دانشگاه، سپس از هر دانشگاه یک دانشکده، از هر دانشکده دو گروه آموزشی و از هر گروه، چهار کلاس در سه مقطع (کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری) انتخاب شدند (تمامی مراحل نمونه‌گیری تصادفی در هر مرحله با استفاده از قرعه‌کشی انجام شد). نظرسنجی نیز به صورت برخط تکمیل شد.

۱. مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی)

این مقیاس همان مقیاس اعتیاد به فیس‌بوک تک‌بعدی است که در آن به جای واژه اینستاگرام، از فیس‌بوک استفاده شده است (اندریس و همکاران، ۲۰۱۲). این مقیاس مبتنی بر مدل اعتیاد رفتاری، دارای شش مؤلفه بارز بودن، تحمل، کناره‌گیری، بازگشت، تغییر خلق و تعارض است (گریفیس، ۲۰۰۵). سؤالات روی طیف لیکرت پنج درجه‌ای از تقریباً هیچ‌گاه (۱) تا تقریباً همیشه (۵) نمره‌گذاری می‌شود. بنابر این، دامنه نمرات از ۶ تا ۳۰ می‌باشد که نمرات بالاتر نشان‌دهنده خطر اعتیاد به اینستاگرام بیشتر است. این مقیاس به صورت گسترده برای سنجش استفاده اعتیادگونه از پلتفرم‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی مورد انطباق و کاربرد قرار گرفته و ویژگی‌های روان‌سنجی آن در مطالعات مختلف، مطلوب گزارش شده است (اندریس و همکاران، ۲۰۱۶؛ باردھوشی و ارفورد، ۲۰۱۷؛ آتروزکو و همکاران، ۲۰۱۸). آلفای کرونباخ این مقیاس در مطالعه پیش رو (۰/۸۳) نیز بسیار مطلوب بود.

۲. مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (۱۵ سؤالی)

این مقیاس شامل ۱۵ سؤال است که توسط کیرکابورن و گریفیس (۲۰۱۹) با استفاده از اصلاح مقیاس اعتیاد به اینترنت یانگ ساخته شده است (یانگ، ۱۹۹۸). سؤالات این مقیاس دارای طیف لیکرت شش درجه‌ای از هرگز (۱) تا همیشه (۶) است و بازه نمرات بین ۱۵ تا ۹۰ می‌باشد. نقاط برش نیز به شرح ذیل تعیین شده‌اند: عدم اعتیاد (۱۵-۳۷)، اعتیاد خفیف (۳۸-۵۸)، اعتیاد متوسط (۵۹-۷۳) و اعتیاد شدید (بیش از ۷۳). همچنین این مقیاس از دو خرده‌مقیاس با عنوان اثر اجتماعی و اجبار تشکیل شده است. ویژگی‌های روان‌سنجی مقیاس اصلی، مطلوب گزارش شد. این مقیاس در ایران نیز توسط شریفی‌فرد و همکاران (۲۰۲۱) اعتباریابی

شده است. پایایی آن به روش آلفای کرونباخ و آزمون- باز آزمون برای اثر اجتماعی ۰/۷۴ و ۰/۷۶، برای اجبار ۰/۸۴ و ۰/۸۱ و برای کل مقیاس ۰/۸۷ و ۰/۷۱ بود که همه در سطح ۰/۰۱ معنادار بودند. بنابراین، ویژگی‌های روان‌سنجی آن بسیار مطلوب گزارش شد.

۳. مقیاس بهزیستی روان‌شناختی ریف (۱۸ سؤال)

این مقیاس توسط ریف^۱ سال ۱۹۸۹ ساخته شد و سال ۲۰۰۲ مورد تجدید نظر قرار گرفت. این مقیاس دارای شش عامل استقلال، تسلط بر محیط، رشد شخصی، ارتباط مثبت با دیگران، هدفمندی در زندگی و پذیرش خود است. همچنین مجموع نمرات این شش عامل به عنوان نمره کلی بهزیستی روان‌شناختی محاسبه می‌شود. این آزمون در یک پیوستار شش درجه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۶) پاسخ داده می‌شود. ویژگی‌های روان‌سنجی نسخه اصلی، مطلوب گزارش شده است (ریف و سینگر، ۲۰۰۲). همچنین این نسخه توسط خانجانی و همکاران (۲۰۱۴) در ایران روی نمونه دانشجویی، هنجار شده و همسانی درونی مطلوبی با توجه به آلفای کرونباخ برای آن به دست آمده است. ضرایب به دست آمده برای شش عامل استقلال، «۰/۷۲»؛ تسلط بر محیط، «۰/۷۶»؛ رشد شخصی، «۰/۷۳»؛ ارتباط مثبت با دیگران، «۰/۷۵»؛ هدفمندی در زندگی، «۰/۵۲»؛ پذیرش خود، «۰/۵۱» و برای کل مقیاس، ۰/۷۱ است.

(ج) یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه در جدول ۱ ارائه شده است.

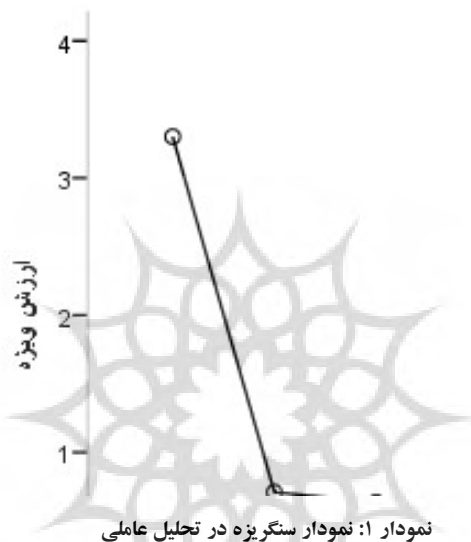
جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه

متغیر	فراوانی	درصد	میانگین سنی	انحراف معیار سنی
زن	۴۷۷	۷۲	۲۲/۱۱	۲/۸۴
مرد	۱۸۴	۲۸	۲۳/۷۲	۳/۳۲
کل	۶۶۱	۱۰۰	۲۲/۹۱	۳/۰۸

بر اساس نتایج جدول ۱، نمونه نهایی شامل ۶۶۱ نفر (۴۷۷ زن/ ۷۲ درصد و ۱۸۴ مرد/ ۲۸ درصد) بود. میانگین سنی زنان ۲۲/۱۱ و میانگین سنی مردان ۲۳/۷۲ بود. میانگین و انحراف معیار سن کل نمونه نیز به ترتیب برابر ۲۲/۹۱ و ۳/۰۸ بود. ویژگی‌های روان‌سنجی مقیاس شش گویه‌ای اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤال) بررسی شد که نتایج پایایی و روایی آن در ادامه ارائه شده است.

۳۰۰ ♦ اعتباریابی نسخه فارسی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام ...

بررسی روایی سازه (تحلیل عامل اکتشافی و تأییدی): تحلیل عاملی اکتشافی با شش گویه انجام شد. نتایج اولیه تحلیل مؤلفه‌های اصلی ابزار پژوهش نشان داد که همه گویه‌ها دارای بار عاملی مناسب‌اند و هیچ گویه‌ای از پرسشنامه حذف نشد. بر این اساس، مقدار کفایت نمونه‌گیری کاپسیر-میر-الکین^۱ ($KMO=0/86$) و آزمون کرویت بارتلت^۲ ($1327/32$) در سطح $0/001$ معنادار به دست آمد. در ادامه، نمودار سنگریزه مربوط به تحلیل عاملی و داده‌های مربوط به واریانس و مقادیر ویژه ارائه شده است.



همان‌طور که در نمودار ۱ مشاهده می‌شود، بارهای عاملی روی یک عامل، بار بیشتری دارد و از عامل دوم، افت در نمودار قابل توجه نیست.

جدول ۲: جدول تبیین واریانس کلی برای مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤال)

عاملها	ارزش ویژه	واریانس	واریانس تراکمی
تک عامل	۳/۳۰	۵۵/۰۳	۵۵/۰۳

تحلیل عامل اکتشافی به صورت تحلیل مؤلفه‌های اصلی با روش واریماکس روی شش گویه مقیاس انجام شد. برای تعیین تعداد عاملها، از ملاک ارزشهای ویژه بالاتر از یک استفاده شد. با توجه به داده‌های جدول ۱، نتایج نشان داد که در این مقیاس، یک عامل قابل تعریف وجود دارد که به طور کلی حدود ۵۵ درصد از واریانس اعتیاد به اینستاگرام شش سؤال مد نظر را تبیین می‌کند.

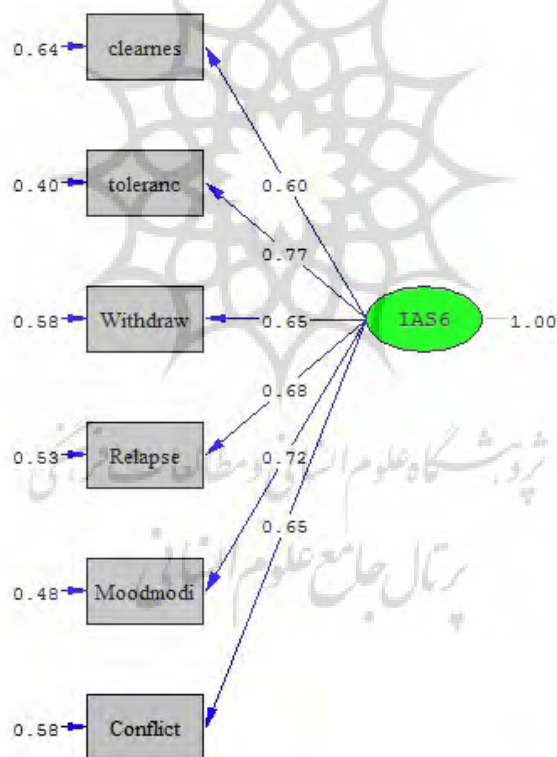
1 -Kaiser-Meyer-Okin
2 -Bartlett's test of sphericity

۳۰۱ ♦ علی صالحی و همکاران

جدول ۳: ساختار عاملها و بارگذاری موارد مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی)

بارهای عاملی	سؤالات
۰/۶۷	۱. آیا زمان زیادی به اینستاگرام می‌اندیشید یا برای استفاده از آن، برنامه‌ریزی می‌کنید؟ (بارز بودن)
۰/۸۲	۲. آیا برای استفاده هر چه بیشتر از اینستاگرام، احساس نیاز و فشار می‌کنید؟ (تحمل)
۰/۷۲	۳. آیا از اینستاگرام برای فراموشی مشکلات شخصی‌تان استفاده می‌کنید؟ (کناره‌گیری)
۰/۷۴	۴. آیا برای متوقف ساختن استفاده از اینستاگرام، با شکست روبه‌رو شده‌اید؟ (بازگشت)
۰/۷۶	۵. اگر شما از استفاده اینستاگرام منع شوید، آیا بی‌قرار یا رنجیده می‌شوید؟ (تغییر خلق)
۰/۷۳	۶. آیا به قدری از اینستاگرام استفاده کرده‌اید که تأثیر منفی روی تحصیلات یا شغل‌تان داشته است؟ (تعارض)

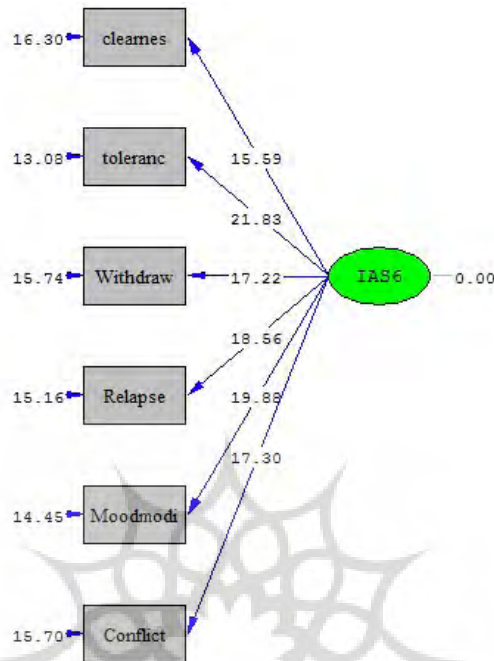
بر اساس داده‌های جدول ۳، هر شش گویه روی یک عامل یا همان سازه اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی) بارگذاری شدند. برای تأیید شدن ارتباط سؤالات با سازه اصلی، از تحلیل عاملی تأییدی نیز استفاده شد که نتایج آن در نمودارهای ۲ و ۳ ارائه شده است.



Chi-Square=47.77, df=21, P-value=0.00018, RMSEA=0.071

نمودار ۲: تحلیل عاملی تأییدی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی) در حالت استاندارد

۳۰۲ ♦ اعتباریابی نسخه فارسی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام ...



Chi-Square=47.77, df=21, P-value=0.00018, RMSEA=0.071

نمودار ۳: تحلیل عاملی تأییدی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤال) در حالت معناداری

یافته‌های تحلیل عاملی تأییدی، نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی مقیاس مبنی بر تک‌عاملی بودن مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤال) را تأیید می‌کند و مدل به دست آمده با داده‌های پژوهش برازش مناسبی دارد؛ زیرا همان‌طور که مشاهده می‌شود، تک‌عامل تشکیل دهنده با سؤالات (سؤال ۱: بارز بودن؛ سؤال ۲: تحمل؛ سؤال ۳: کناره‌گیری؛ سؤال ۴: بازگشت؛ سؤال ۵: تغییر خلق؛ سؤال ۶: تعارض) بار عاملی مناسب دارند. علاوه بر این، مقدار شاخص RMSEA به دست آمده نشان‌دهنده برازش مناسب مدل است. چون این شاخص پایین‌تر از ۰/۰۸ بوده و مقدار p-value در سطح ۰/۰۵ معنادار است، برازش مدل مورد تأیید است. سایر شاخصهای برازش مدل نیز محاسبه شدند که در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: مشخصه‌های نیکویی برازندگی مدل تحلیل عاملی تأییدی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤال)

RMSEA	IFI	CFI	GFI	χ^2/df
۰/۰۷۱	۰/۹۴	۰/۹۳	۰/۹۱	۲/۲۷

با توجه به مشخصه‌های نیکویی برازندگی گزارش شده در جدول ۴، مشاهده می‌شود مقادیر مربوط به سایر شاخصهای برازندگی نیز برازش مدل را تأیید می‌کنند. برای بررسی روایی و اگرآ، از رابطه میان نمره

۳۰۳ ♦ علی صالحی وهمکاران

مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی) با نمره مقیاس بهزیستی روان‌شناختی و برای بررسی روایی همگرا با نمرات مؤلفه‌های اجتناب و اجبار و نمره کل مقیاس اعتیاد به اینستاگرام ۱۵ سؤالی استفاده شد که نتایج آن در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵: ضریب همبستگی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی) با بهزیستی روان‌شناختی و مقیاس اعتیاد به اینستاگرام ۱۵ سؤالی

متغیرها	بهزیستی	مؤلفه اثر اجتماعی	مؤلفه اجبار	نمره کلی اعتیاد به اینستاگرام ۱۵ سؤالی
مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی)	-۰/۴۱**	۰/۳۵**	۰/۳۹**	۰/۴۵**

**P<۰/۰۱، *P<۰/۰۵

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین نمره کلی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی) و بهزیستی، منفی و معنادار است ($r = -0.41$ ، $p < 0.01$). بدین ترتیب، نشان می‌دهد مقیاس حاضر از روایی و اگرایی مناسبی برخوردار است. همچنین نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین نمره کلی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی) با مؤلفه‌های اثر اجتماعی ($r = 0.35$ ، $p < 0.01$)، اجبار ($r = 0.39$ ، $p < 0.01$) و نمره کلی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام ۱۵ سؤالی ($r = 0.45$ ، $p < 0.01$) مثبت و معنادار است و این نتایج نشان از روایی همگرایی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی) دارد. پایایی مقیاس به شیوه همسانی درونی (آلفای کرونباخ) و بازآزمایی محاسبه شد که نتایج آن در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶: پایایی کل مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی) به روش آلفای کرونباخ و بازآزمایی

ابعاد	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ	بازآزمایی
مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی)	۶	۰/۸۳	۰/۷۱**

**P<۰/۰۱

نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد که ضرایب آلفای کرونباخ برای کل مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی) ۰/۸۳ به دست آمده است. ضریب همبستگی به روش بازآزمایی نیز برای کل مقیاس، ۰/۷۱ به دست آمد که نشان می‌دهد مقیاس حاضر از پایایی مناسبی برخوردار است. در ادامه، میانگین و انحراف معیار برای هر یک از ابعاد و کل آزمون در زنان و مردان به صورت جداگانه محاسبه شد که در جدول ۷ ارائه شده است.

جدول ۷: میانگین، انحراف معیار، مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی) در زنان و مردان

شاخصها	جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف معیار	t	p
	مرد	۱۸۴	۱۴/۴۲	۷/۰۵		
مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی)	زن	۴۷۷	۱۴/۵۷	۶/۴۴	۰/۲۶	۰/۷۸۸
	کل	۶۶۱	۱۴/۵۳	۶/۶۱		

۳۰۴ ♦ اعتباریابی نسخه فارسی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام ...

نتایج جدول ۷ میانگین و انحراف معیار مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی) را در زنان و مردان نشان می‌دهد. طبق نتایج، تفاوت معناداری در نمره کلی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی) در زنان و مردان وجود ندارد. بدین ترتیب، نتایج کلی تحلیل نشان داد که مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی) از روایی و پایایی مناسبی برخوردار است. نمرات هنجار مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی) در نمونه حاضر نیز مشخص شد که نتایج آن در جدول ۸ ارائه شده است.

جدول ۸: نمرات خام و هنجاریابی شده مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (شش سؤالی) در نمونه حاضر

نمره خام	نمره زد	نمره تی	نمره خام	نمره زد	نمره تی
۶	-۱/۲۹	۳۷/۰۹	۱۸	۰/۵۲	۵۵/۲۴
۷	-۱/۱۳	۳۸/۶۱	۱۹	۰/۶۷	۵۶/۷۵
۸	-۰/۹۸	۴۰/۱۲	۲۰	۰/۸۲	۵۸/۲۶
۹	-۰/۸۳	۴۱/۶۳	۲۱	۰/۹۷	۵۹/۷۷
۱۰	-۰/۶۸	۴۳/۱۴	۲۲	۱/۱۲	۶۱/۲۹
۱۱	-۰/۵۳	۴۴/۶۵	۲۳	۱/۲۷	۶۲/۸۰
۱۲	-۰/۳۸	۴۶/۱۷	۲۴	۱/۴۳	۶۴/۳۱
۱۳	-۰/۲۳	۴۷/۶۸	۲۵	۱/۵۸	۶۵/۸۲
۱۴	-۰/۰۸	۴۹/۱۹	۲۷	۱/۸۸	۶۸/۸۵
۱۵	۰/۰۷	۵۰/۷۰	۲۸	۲/۰۳	۷۰/۳۶
۱۶	۰/۲۲	۵۲/۲۱	۲۹	۲/۱۸	۷۱/۸۷
۱۷	۰/۳۷	۵۳/۷۳	۳۰	۲/۳۳	۷۳/۳۸

با توجه به نتایج هنجاریابی نمره ۹ یک انحراف معیار از میانگین پایین تر است و به عنوان نقطه ۲۵ درصدی، نمره ۱۵ نقطه ۵۰ درصدی و نمره ۲۲ یک انحراف بالاتر از میانگین است و به عنوان نقطه ۷۵ درصدی در نظر گرفته می‌شود. با توجه به دامنه نمرات، میزان اعتیاد به اینستاگرام در این مقیاس از ۱ تا ۹ خفیف، ۹ تا ۱۵ متوسط، ۱۵ تا ۲۲ زیاد و بالاتر از ۲۲ شدید محسوب می‌شود.

(د) بحث و نتیجه گیری

در دهه گذشته، پیامدهای مرتبط با استفاده آسیب‌زا از شبکه‌های اجتماعی، مطالعات تجربی در این حوزه را افزایش داده است (کوس و گریفیس، ۲۰۱۷). برخی از این مطالعات به طور کلی بر استفاده از رسانه‌های اجتماعی (ویگمن، استود و برند، ۲۰۱۵؛ کیرکابورن و همکاران، ۲۰۱۸؛ بنای^۱ و همکاران، ۲۰۱۷) و برخی دیگر بر شبکه‌های

1. Wegmann, Stodt & Brand
2. Bányai

۳۰۵ \diamond علی صالحی و همکاران

اجتماعی خاصی مانند فیس بوک و توییتر (سیاسی، ۲۰۱۹؛ کیرکابورن، ۲۰۱۶؛ اندریسن و پالسن، ۲۰۱۴؛ هادی و سماها، ۲۰۱۷) و اینستاگرام (فرین و اگرمانت، ۲۰۱۷؛ هوانگ و سو، ۲۰۱۸؛ فیرواوانتی و همکاران، ۲۰۱۹) تمرکز داشته‌اند. با توجه این واقعیت که بستر رسانه‌های اجتماعی با استفاده از ویژگی‌های مشابه، به طور فزاینده‌ای شبیه به هم‌اند؛ اما هر پلتفرم دارای ویژگی‌های منحصر به فرد، ساختار مشخص و جذایتهای متفاوتی است که زمینه استفاده‌های گوناگون آنها را فراهم می‌سازد (الحش و ما، ۲۰۱۷). از این رو، پژوهش پیش رو با هدف اعتباریابی نسخه فارسی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام (فرم شش سؤالی) در بین دانشجویان ایرانی صورت گرفت.

نتایج به دست آمده از بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام نشان داد که این مقیاس در ارزیابی میزان اعتیاد دانشجویان به اینستاگرام، معتبر و قابل انطباق است. پایایی مقیاس با استفاده از دو روش آلفای کرونباخ و آزمون-بازآزمون، به ترتیب $0/83$ و $0/71$ بود که هر دو در سطح $0/01$ معنادار بودند. همچنین، نتایج به دست آمده از بررسی شاخصهای برازش، نشان‌دهنده برازش مدل قابل قبول از این مقیاس است. از سوی دیگر، همبستگی مقیاس با مقیاس ۱۵ سؤالی اعتیاد به اینستاگرام (روایی همگرا) و بهزیستی روان‌شناختی (روایی واگرا) نیز مطلوب و معنادار بود. بنابر این، این ابزار در جامعه دانشجویان ایرانی روا و پایا است و با مطالعات دیگران نیز همسوست. (اندریسن و همکاران، ۲۰۱۶؛ باردهوشی و ارفورد، ۲۰۱۷؛ آتروزکو و همکاران، ۲۰۱۸)

در تبیین همبستگی منفی بین اعتیاد به اینستاگرام و بهزیستی روان‌شناختی می‌توان گفت که تفاوت‌های مهمی بین انواع پلتفرم‌های شبکه اجتماعی وجود دارد که موجب تفاوت در استفاده از این پلتفرم‌ها و در نتیجه، تأثیرات متفاوت هر کدام از آنها می‌شود. در بین پلتفرم‌های موجود، اینستاگرام به علت اینکه امکان بیشتری را برای به اشتراک گذاری تصاویر و ویدئوها و استفاده از فیلترهای مختلف برای ایجاد تغییرات در تصاویر کاربران فراهم می‌سازد، می‌تواند جذابیت و وابستگی بیشتری نسبت به سایر پلتفرم‌ها ایجاد کند. بنابر این، استفاده از اینستاگرام بیشتر به معرفی و تبلیغ خود متمرکز است تا ایجاد و حفظ روابط (دیوس و همکاران، ۲۰۱۷). در همین راستا، برای مثال افراد وابسته به اینستاگرام با صرف زمان زیاد روی لایوها، ویدئوها و عکسها و نیز مرور کامنتها نمی‌توانند روابط مطلوب در دنیای واقعی را ایجاد یا حفظ کنند. دیگران مهم، مانند همسر یا والدین، نگاهی انتقادی و شکایت‌جویانه نسبت به آنها پیدا می‌کنند و این می‌تواند منجر به ایجاد مشکلات بین فردی شده یا آن را تشدید کند.

-
1. Satici
 2. Hawi & Samaha
 3. Frison & Eggermont
 4. Fioravanti, Probst & Casale

۳۰۶ ♦ اعتباریابی نسخه فارسی مقیاس اعتیاد به اینستاگرام ...

از سوی دیگر، صرف زمان افراطی روی اینستاگرام، فرصت پرداختن به اهداف و برنامه‌های رشد شخصی را به عنوان دیگر مؤلفه بهزیستی، محدود می‌کند؛ زیرا محتوای موجود در اینستاگرام علاوه بر تنوع و گستردگی زیاد، به صورت لحظه‌ای در حال افزایش است که می‌تواند علاوه بر خستگی سیستم مغزی و چشم، تأثیر منفی قابل توجهی در مدیریت زمان افراد داشته باشد. مسئله دیگر درباره نقش مقایسه اجتماعی و پیامدهای آن است. افراد در شبکه‌های اجتماعی در معرض مداوم ویژگی‌های مثبت دیگران و شرایط و امکانات زندگی تجمل‌گرایانه افراد مشهور و غیر آن قرار دارند. البته این نکته دارای اهمیت است که افراد در محیط غیر خصوصی، به ویژه شبکه‌های اجتماعی، معمولاً بهترین چهره را از خود به نمایش می‌گذارند؛ طوری که بیننده‌ها چنان جذب ابعاد مثبت آنان می‌شوند که احتمال وجود ضعف یا مشکلات در زندگی شخصی فرد را در نظر نمی‌گیرند. این جذب شدن و نادیده گرفتن وجود ضعفهای احتمالی، موجب برانگیختن تمایلات مقایسه اجتماعی و حتی حسادت در برخی افراد دارای گرایش مقایسه اجتماعی می‌شود و با استفاده اعتیادگونه از این پلتفرم‌ها، این مقایسه و پیامدهای منفی‌اش، مانند حسرت، حسادت، خشم و غم از وضعیت خود و نشخوار فکری نیز افزایش می‌یابد. در نهایت، مقایسه اجتماعی و پیامدهایش، علاوه بر آسیبهای مستقیم روان‌شناختی، می‌تواند در روابط خانوادگی و زناشویی تعارض ایجاد کند و تجارب عاطفی مثبت را نیز کاهش دهد. (جویو و ادج، ۲۰۱۲؛ فاکس و مورلند، ۲۰۱۵؛ دumas و همکاران، ۲۰۱۷؛ دی‌ورایس و همکاران، ۲۰۱۷؛ وردوین، و همکاران، ۲۰۱۷)

بنابر این، به نظر می‌رسد هسته اصلی کاهش بهزیستی از طریق اعتیاد به اینستاگرام، از سویی جابه‌جایی زمان و انرژی از دنیای واقعی به فضای اینستاگرام و از سوی دیگر، بر هم زدن تعادل شناختی و هیجانی با ارائه محتوای بسیار زیاد و متنوع است.

در تبیین عدم تفاوت معنادار بین زنان و مردان در اعتیاد به اینستاگرام نیز باید گفت از سویی این پلتفرم‌ها به یک اندازه در اختیار زنان و مردان قرار دارد و محدودیت استفاده جنسیتی از لحاظ فرهنگی-اجتماعی وجود ندارد. از سوی دیگر، محدودیتهای جنسیتی در ایفای نقشها و فعالیت‌های اجتماعی در دو دهه اخیر در ایران کاهش قابل توجهی داشته است که این مورد در شبکه‌های اجتماعی، از جمله اینستاگرام هم نمود یافته است. در نهایت نیز اینستاگرام فرصتهای جنسیتی جداگانه‌ای (برای مثال ورزش برای آقایان و آشپزی برای خانم‌ها) نیز برای هر دو جنس فراهم می‌سازد.

-
1. Chou & Edge
 2. Fox & Moreland
 3. Dumas, Maxwell-Smith, Davis & Giuliatti
 4. De Vries, Möller, Wieringa, Eigenraam & Hamelink
 5. Verduyn, Ybarra, Résibois, Jonides & Kross

محدودیتها و پیشنهادها

مطالعه پیش رو دارای تعدادی محدودیت است. نمونه جوان و صرفاً دانشجوی، از تعداد محدودی از دانشگاهها بود؛ بنابر این، معرف تمامی دانشگاههای ایران یا به طور کلی جمعیت ایرانی نبود. پژوهشهای آینده باید با نمونه‌های غیر دانشجوی و سایر گروههای سنی انجام شود.

داده‌های خودگزارشی و حجم نمونه متوسط، از دیگر محدودیتهای این مطالعه است؛ بنابر این، انجام پژوهش با روشهای دیگر، مانند مشاهده و دارای حجم نمونه بزرگ در سنین و خرده‌فرهنگهای مختلف توصیه می‌شود.

با توجه به پیامدهای منفی اعتیاد به اینستاگرام، از جمله کاهش بهزیستی روان‌شناختی، از لحاظ کاربردی پیشنهاد می‌شود تمهیدات لازم برای کاهش این آسیب اجتماعی اندیشیده شود. ارائه اطلاعات درباره پیامدهای منفی اعتیاد به اینستاگرام در قالب برگزاری کارگاهها و پخش بروشورهای جذاب می‌تواند از جمله این تمهیدات باشد. همچنین ایجاد امکانات و شرایط سرگرم‌کننده مانند باشگاههای ورزشی یا بازی‌های گروهی و تشویق جوانان در این مسیر می‌تواند فعالیت و روابط دنیای واقعی را افزایش دهد، که علاوه بر کاهش آسیبها، سودمندی‌های قابل توجهی را در سطح فردی، خانوادگی و اجتماعی به دنبال دارد.



منابع

- قلی‌زاده گللو، شهریار و محمدمهدی فرقانی (۱۴۰۰). «رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در ابعاد سرمایه اجتماعی دانشجویان؛ مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی». *مطالعات رسانه‌های نوین*، ش ۷(۲۶): ۲۹۴-۲۷۶. / doi: 10.22054 / nms.2021.18846.697
- نعمتی‌پور، مرضیه و رقیه حاجی‌زاده طوسی (۱۳۹۸). «نقش شبکه‌های اجتماعی در توسعه تجارت اجتماعی با تأکید بر نقش اینستاگرام». *چهارمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم و مهندسی*.
<https://civilica.com/doc/936284>
- نیمعی، طاهره‌سادات و اصغر فرنیان (۱۴۰۰). «نقش و جایگاه شبکه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به افکار عمومی». *دانش تفسیر سیاسی*، ش ۳(۷): ۱-۲۶. <https://polir.ir/dp-9-192>
- Alhabash, S. & M. Ma (2017). "A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students?". *Social Media+ Society*, 3(1): 1-13. 2056305117691544. <https://doi.org/10.1177%2F2056305117691544>
- Andreassen, C.S., J. Billieux, M.D. Griffiths, D.J. Kuss, Z. Demetrovics, E. Mazzoni & S. Pallesen (2016). "The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study". *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2): 252-262. <https://doi.org/10.1037/adb0000160>
- Andreassen, C.S.; T. Torsheim, G.S. Brunborg & S. Pallesen (2012). "Development of a Facebook addiction scale". *Psychological Reports*, 110(2): 501-517. <http://dx.doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Andreassen, S.C. & S. Pallesen (2014). "Social network site addiction-an overview". *Current pharmaceutical design*, 20(25): 4053-4061. <http://dx.doi.org/10.2174/13816128113199990616>
- Atroszko, P.A.; J.M. Balcerowska, P. Bereznowski, A. Biernatowska, S. Pallesen & C.S. Andreassen (2018). "Facebook addiction among Polish undergraduate students: Validity of measurement and relationship with personality and well-being". *Computers in Human Behavior*, 85: 329-338. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.001>
- Bányai, F.; A. Zsila, O. Király, A. Maraz, Z. Elekes, M.D. Griffiths, Z. Demetrovics (2017). "Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample". *PloS One*, 12(1): e0169839. doi:10.1371/journal.pone.0169839.
- Bardhoshi, G. & B.T. Erford (2017). "Processes and Procedures for Estimating Score Reliability and Precision". *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 50: 256-263. <https://doi.org/10.1080/07481756.2017.1388680>

- Brailovskaia, J.; J. Margraf & V. Köllner (2019). **“Addicted to Facebook? Relationship between Facebook Addiction Disorder, duration of Facebook use and narcissism in an inpatient sample”**. *Psychiatry Research*, 273: 52-57. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2019.01.016>
- Chou, H.T.G. & N. Edge (2012). **“They are happier and having better lives than I am: The impact of using Facebook on perceptions of others’ lives”**. *Cyber psychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2): 117-121. doi:10.1089/cyber.2011.0324.
- D’Souza, L.; A. Samyukta & T.J. Bivera (2018). **“Development and validation of test for Internet addiction (TIA)”**. *International Journal of Indian Psychology*, 6(3): 4-14. doi:10.25215/0603.81
- De Vries, D.A.; A.M. Möller, M.S. Wieringa, A.W. Eigenraam & K. Hamelink (2017). **“Social comparison as the thief of joy: Emotional consequences of viewing strangers’ Instagram posts”**. *Media Psychology*, 21(2): 222-245. doi:10.1080/15213269.2016.1267647.
- Dumas, T.M.; M. Maxwell-Smith, J.P. Davis & P.A. Giuliotti (2017). **“Lying or longing for likes? Narcissism, peer belonging, loneliness and normative versus deceptive like-seeking on Instagram in emerging adulthood”**. *Computers in Human Behavior*, 71: 1-10.
- Dwyer, R. & S. Fraser (2016). **“Addicting via hashtags: How is Twitter making addiction?”**. *Contemporary Drug Problems*, 43(1): 79-97. <https://doi.org/10.1177%2F0091450916637468>
- Fioravanti, G.; a. Prostamo & S. Casale (2019). **“Taking a short break from Instagram: The effects on subjective well-being”**. *Cyber psychology, Behavior, and Social Networking*, 23(2): 107-112. doi:10.1089/cyber.2019.0400
- Fox, J. & J.J. Moreland (2015). **“The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances”**. *Computers in Human Behavior*, 45: 168-176. doi:10.1016/j.chb.2014.11.083
- Frison, E. & S. Eggermont (2017). **“Browsing, posting, and liking on Instagram: the reciprocal relationships between different types of Instagram use and adolescents’ depressed mood”**. *Cyber psychology, Behavior, and Social Networking*, 20(10): 603-609. doi:10.1089/cyber.2017.0156.
- Gholizadeh Golloo, Sh. & M.M. Forghani (2021). **“Relationship between the use of virtual social networks and changes in the dimensions of social capital of students: Students of Mohagheh Ardabili University”**. *New Media Studies*, 7(26): 294-276. doi: 10.22054/nms.2021.18846.697
- Griffiths, M. (2005). **“A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework”**. *Journal of Substance Use*, 10(4): 191-197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>

- Hawi, N.S. & M. Samaha (2017). "The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students". *Social Science Computer Review*, 35(5). doi:10.1177/0894439316660340.
- Huang, Y.T. & S.F. Su (2018). "Motives for Instagram use and topics of interest among young adults". *Future Internet*, 10(8): 1-12. doi:10.3390/fi10080077
- Iranmanesh, M.; B. Foroughi, D. Nikbin & S.S. Hyun (2021). "Shyness, self-esteem, and loneliness as causes of FA: The moderating effect of low self-control". *Current Psychology*, 40(11): 5358-5369. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00465-w>
- Kanat-Maymon, Y.; L. Almog, R. Cohen & Y. Amichai-Hamburger (2018). "Contingent self-worth and Facebook addiction". *Computers in Human Behavior*, 88: 227-235. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.chb.2018.07.011>
- Khalili, L. (2015). "Students use social networks". *Journal of Human Interaction and Information*, 2(1): 59-73. <http://hii.khu.ac.ir/article-1-2467-fa.html>
- Khanjani, M.; S. Shahidi, J. Fathabadi, M. Mazaheri & O. Shukri (2014). "Factor structure and psychometric properties of the Ryff's scale of psychological well-being, short form (18-item) among male and female students". *Thoughts and Behavior in Clinical Psychology*, 9(32): 27-36.
- Kim, B. & Y. Kim (2019). "Facebook versus Instagram: How perceived gratifications and technological attributes are related to the change in social media usage". *The Social Science Journal*, 56(2): 156-167. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2018.10.002>
- Kim, D.H.; N.K. Seely & J.H. Jung (2017). "Do you prefer, Pinterest or Instagram? The role of image-sharing SNSs and self-monitoring in enhancing ad effectiveness". *Computers in Human Behavior*, 70: 535-543. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.022>
- Kircaburun, K. & M.D. Griffiths (2019). "Problematic Instagram use: The role of perceived feeling of presence and escapism". *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(4): 909-921. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11469-018-9895-7>
- Kircaburun, K. (2016). "Effects of gender and personality differences on Twitter addiction among Turkish undergraduates". *Journal of Education and Practice*, 7(24): 33-42.
- Kircaburun, K.; C.M. Kokkinos, Z. Demetrovics, O. Király, M.D. Griffiths & T.S. Çolak (2018). "Problematic online behaviors among adolescents and emerging adults: Associations between cyberbullying perpetration, problematic social media use and psychosocial factors". *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17: 891-908. doi.org/10.1007/s11469-018-9894-8

- Kuss, D.J. & M.d. Griffiths (2017). “**Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned**”. *International journal of environmental research and public health*, 14(3): 311. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Moqbel, M. & N. Kock (2018). “**Unveiling the dark side of social networking sites: Personal and work-related consequences of social networking site addiction**”. *Information & Management*, 55(1): 109-119. <https://doi.org/10.1016/j.im.2017.05.001>
- Naimi, T.S. & A. Farnian (2021). “**The role and position of social networks in shaping public opinion**”. *Knowledge of political interpretation*, 3(7): 1-26. <https://polir.ir/dp-9-192>
- Ndasauka, Y.; J. Hou, Y. Wang, L. Yang, Z. Yang, Z. Ye, Y. Hao, A.J. Fallgatter, Y. Kong & X. Zhang (2016). “**Excessive use of Twitter among college students in the UK: Validation of the Microblog Excessive Use Scale and relationship to social interaction and loneliness**”. *Computers in Human Behavior*, 55(Part B): 963-971. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.020>
- Nematipour, M. & R. Hajizadeh Tusi (2019). “**The role of social networks in the development of social business with emphasis on the role of Instagram**”. *The 4th International Conference on Research in Science and Engineering*. <https://civilica.com/doc/936284>
- Omnicore (2019). “**Instagram by the Numbers: Stats, demographics & fun facts**”. Retrieved April 3. from: <https://www.omnicoreagency.com/instagramstatistics/>
- Omnicore (2020). “**Instagram by the numbers: Stats, demographics & fun facts**”. Retrieved February 10. from: <https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>
- Ponnusamy, S.; M. Iranmanesh, B. Foroughi & S.S. Hyun (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>
- Ryff, C.D. & B. Singer (2002). “**From social structure to biology: Integrative science in pursuit of human health and well-being**”. In: C.R. Snyder & S.J. Lopez (Eds.). *Handbook of positive psychology* (P. 541-554). Oxford University Press.
- Ryff, C.D. (1989). “**Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being**”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6): 1069-1081. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1069>
- Satici, S.A. (2019). “**Facebook addiction and subjective well-being: A study of the mediating role of shyness and loneliness**”. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(1): 41-55. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11469-017-9862-8>

- Serenko, A. & O. Turel (2015). “Integrating technology addiction and use: An empirical investigation of Facebook users”. *AIS Transactions on Replication Research*, 1(2): 1-18. <https://doi.org/10.2307/41409972>
- Sharifi Fard, S.A.; M.D. Griffiths, G. Ali Babaei, S. Nabi Zadeh & A.H. Majidi (2021). “Validation of the Persian version of the Instagram Addiction Scale among Iranian students”. *Journal of Concurrent Disorders*. <https://b2n.ir/InstagramAddiction>
- Sholeh, A. & A. Rusdi (2019). “A new measurement of Instagram addiction: Psychometric properties of the Instagram Addiction Scale (TIAS)”. In: *Proceedings of the Conference of the 11th Indonesian Student Association in Korea* (P. 91-97). CISAK.
- Verduyn, P.; O. Ybarra, M. Résibois, J. Jonides & E. Kross (2017). “Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review”. *Social Issues and Policy Review*, 11(1): 274-302. <http://dx.doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Wegmann, E.; B. Stodt & M. Brand (2015). “Addictive use of social networking sites can be explained by the interaction of Internet use expectancies, Internet literacy, and psychopathological symptoms”. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(3): 155-162. doi:10.1556/2006.4.2015.021
- Young, K.S. (1998). “Caught in the net: How to recognize the signs of internet addiction and a winning strategy for recovery”. *John Wiley & Sons*. <https://eric.ed.gov/?q=Dark+AND+net&id=ED444112>