

The Effect of Personality Traits on Internet Addiction with the Intervention of Disposition to Using the Internet¹

Mohammadreza Salarifar¹, Milad Shamakhte²

¹ Associate Professor, University and Field Research Institute, Qom, Iran.
msalarifar@gmail.com

² The fourth level of the seminary, Qur'an and Psychology, Al-Mustafa International University, Qom, Iran (**Corresponding author**). Shamakhte1997@gmail.com

Abstract

The purpose of the present study is to review the relation between personality traits, internet addiction, and tendency to using the internet. The research method is descriptive (non-experimental) and survey type. Using the collected data, it deals with the likely relation between five personality traits as an independent variable, internet addiction as a dependent variable and tendency to use the internet as an intervention. The research population consists of all students in Semnan University and the sampling method was portion random sampling. To evaluate personality traits (extroversion, neuroticism, openness to experience, agreeableness, and conscientiousness), Neo Personality Inventory (60 items) was used; for measuring internet addiction, Young Questionnaire (1998) was applied; and to determine the level of disposition to the internet, the Slanby Questionnaire (2008) was used which all have high validity and reliability. The results of confirmatory factor analysis showed that five personality traits are confirmed to be suitable for personality evaluation. Besides, components of disposition to use the internet are confirmed to determine the tendency to use the internet. Internet addiction criteria are also confirmed in the sample under study. Analysis results showed that there is a significant relation between personality traits and internet addiction as well as internet addiction and disposition to use the internet. The significant correlation between personality traits and disposition to use the internet are also confirmed. Furthermore, according to religious documents, internet addiction is considered as an unethical act.

Keywords: Personality Type, Internet Addiction, Cyber Space, Students, Semnan University.

1. **Received:** 2022/06/02 ; **Revision:** 2022/07/11 ; **Accepted:** 2022/09/19 ; **Published online:** 2022/09/23

© the authors

Publisher: Teacher-Propagator Training Center of Seminaries



<http://tarbiatmotali.ismc.ir/>

تأثیر عامل شخصیتی بر اعتیاد اینترنتی با میانجیگری تمایل به استفاده از اینترنت^۱

محمد رضا سالاری فر^۱، میلاد شماخته^۲

^۱ دانشیار، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، ایران. msalarifar@gmail.com

^۲ سطح چهار حوزه، قرآن و روانشناسی، جامعه المصطفی العالمیه، قم، ایران (نویسنده مسئول).

Shamakhte1997@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین عامل شخصیتی، اعتیاد اینترنتی و تمایل به استفاده از اینترنت انجام شده است. روش تحقیق توصیفی (غیرآزمایشی) از نوع پیمایشی بوده و با استفاده از داده‌های به دست آمده، به بررسی روابط احتمالی بین ابعاد پنج گانه شخصیت به عنوان متغیر مستقل، اعتیاد اینترنتی به عنوان متغیر وابسته و تمایل به استفاده از اینترنت به عنوان متغیر میانجی پرداخته است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان دانشگاه سمنان بوده و روش نمونه‌گیری، تصادفی سهمیه‌ای است. برای ارزیابی عامل شخصیتی (برون‌گرایی، روان‌رنجوری، گشودگی نسبت به تجربه، سازگاری و وظیفه‌شناسی) از پرسشنامه پنج عاملی ویژگی‌های شخصیتی نئو (۶۰ ماده‌ای)، و به منظور سنجش اعتیاد اینترنتی از پرسشنامه یانگ (۱۹۹۸) و برای تعیین تمایل استفاده از اینترنت از پرسشنامه اسلان‌بای (۲۰۰۸) استفاده گردید که از روایی و پایایی بالایی برخوردارند. یافته‌های تحلیل عاملی تاییدی نشان داد که پنج عامل شخصیت برای مناسب بودن سنجش شخصیت تایید شدند. همچنین مولفه‌های تمایل استفاده از اینترنت در تعیین تمایل به اینترنت مورد تایید قرار گرفتند. شاخص‌های اعتیاد اینترنتی نیز در نمونه مورد مطالعه تایید شدند. نتایج تحلیل مسیر نشان داد که بین ویژگی‌های شخصیتی و اعتیاد اینترنتی و بین اعتیاد اینترنتی و تمایل به استفاده از اینترنت، رابطه معناداری وجود دارد؛ وجود رابطه معنادار بین ویژگی‌های شخصیتی و تمایل به استفاده از اینترنت نیز تایید شد. همچنین طبق مستندات دینی، اعتیاد اینترنتی یک عمل غیراخلاقی تلقی می‌گردد.

کلیدواژه‌ها: ویژگی‌های شخصیتی، اعتیاد اینترنتی، فضای مجازی، دانشجویان، دانشگاه سمنان.

۱. مقدمه

انجمن روان‌پزشکی آمریکا، الگوهایی برای استفاده از اینترنت معرفی کرده است و در ضمن آن، اعتیاد به فضای مجازی، به ویژه اینترنت را از اسباب اختلال عملکردی می‌شمارد. از نگاه این انجمن، اگر این مسئله، حالت‌های ناخوشایندی را در یک دوره دو ماهه به صورت پیاپی همراه داشته باشد، آن را اختلال تعریف کرده و برای تشخیص آن، بین پنج تا هفت نشانه تبیین نموده است. لازم به ذکر است برای تشخیص، وجود حداقل سه نشانه زیر، طی دو ماه پیاپی ضروری است: تداوم فعالیت اینترنتی با وجود ابتلاء به آثار منفی آن؛ کاهش کنش‌وری در عرصه‌های اجتماعی، تفریحی و شغلی فرد در اثر بهره‌وری افراطی از اینترنت؛ اختصاص وقت افراطی به اینترنت؛ تمایل به کنترل رفتار در اینترنت؛ بیشتر شدن زمان استفاده از اینترنت، از آنچه که شخص ابتدا نیت کرده است؛ علائم ترک؛ تحمل (پاتریک و جویس^۱، ۲۰۰۸). بعد از تعریف مفهومی، نوبت به تعریف عملیاتی «اعتیاد به اینترنت» می‌رسد که در پژوهش حاضر، نمره‌ای است که آزمودنی در پرسش‌نامه اعتیاد به اینترنت به دست می‌آورد.

شخصیت از واژه لاتین پرسونا^۲ گرفته شده است و به نقابی اشاره دارد، که هنرپیشه‌ها در نمایش به صورت خود می‌زنند (شولتز، ۱۳۸۶). شخصیت را می‌توان به صورت مجموعه با دوام و بی‌نظیر ویژگی‌هایی تعریف کرد، که ممکن است، در موقعیت‌های مختلف تغییر کند (حق‌شناس، ۱۳۸۵). در تعریفی دیگر، شخصیت را به عنوان الگوی منحصر به فرد و نسبتاً پایدار با افکار، احساس‌ها و اعمال تعریف می‌کنند (هافمن و همکاران، ۱۳۸۱). انسان‌ها بر اساس ویژگی‌های شخصیت خود، کنش‌ها و واکنش‌های متفاوتی را در زندگی تجربه می‌کنند؛ از جمله این تجربیات، فعالیت‌های اینترنتی و مجازی است.

در این تحقیق منظور از ویژگی شخصیتی، سنجیدن پنج ویژگی شخصیتی «برون‌گرایی»، «روان‌رنجوری»، «گشودگی نسبت به تجربه»، «سازگاری» و «وظیفه‌شناسی» است که به‌دست آوردن نمره بالا در هر کدام از این ویژگی‌ها، نشان‌دهنده گرایش بیشتر به آن ویژگی شخصیتی در فرد است؛ که در زیر به صورت جداگانه اشاره می‌شود.

منظور از تمایل استفاده از اینترنت، انگیزه‌هایی است که افراد با آن، جذب اینترنت می‌شوند. شاتون^۳ در سال ۱۹۹۱ به تحقیق درباره اعتیاد به تکنولوژی یا وابستگی به رایانه پرداخت؛ فانگ و

1. Patrick & Joyce

2. Persona

3. Shotton

ژاو^۱ (۲۰۱۰)، یانگ^۲ (۱۹۹۶)، اصطلاح اعتیاد به اینترنت^۳ را ارائه کردند (لیبرت^۴، ۲۰۰۵). انجمن روان‌پزشکی آمریکا در نسخه‌های جدید، اعتیاد به اینترنت را با خصوصیات معرفی می‌کند که عمده آن عبارت است از: «اختلالی که کنش‌وری فرد را پایین می‌آورد، زندگی فردی و اجتماعی او را مختل می‌سازد، به شکلی که صفحه رایانه را جذاب‌تر از واقعیت زندگی روزمره می‌بیند». قطعاً هرکسی که با رایانه سروکار دارد، در معرض ابتلا به این اختلال است؛ لکن افراد منزوی و تنها، آسیب‌پذیری بیشتری را در این زمینه تجربه خواهند کرد (اورزاک^۵، ۱۹۹۹).

یانگ (۲۰۱۵)، در تحقیق خود، انگیزه‌های افراد را در خصوص وابستگی به فضای مجازی، خصوصاً اینترنت، به طور جامع و سامان‌یافته ارزیابی کرده است. یافته‌های پژوهش یانگ نشان از آن دارد که انگیزه اصلی وابستگی و اعتیاد به اینترنت، کسب حمایت‌های اجتماعی از اطرافیان است (به نقل از: امیدوار و صارمی، ۱۳۸۱).^۶

نتایج برخی مطالعات نشان داده است که استفاده بی‌رویه از اینترنت ممکن است، با علایم و پیامدهای روانی و اجتماعی توأم باشد. پژوهشی که احمدی مقدم (۱۳۷۷) بر روی دانش‌آموزان پسر مقطع راهنمایی انجام داد، نشان می‌دهد که بین انجام بازی‌های رایانه‌ای و افت تحصیلی رابطه معناداری وجود ندارد. یافته‌های تحقیق نادمی و رضوانی (۱۳۸۵) نشان از آن داشت، که ۷۷ درصد افراد در معرض وابستگی اینترنتی و اعتیاد، با نشانه‌هایی چون اضطراب، افسردگی، کژخلقی، احساس تنهایی، ضعف شخصیت و ناکارایی خودپنداره قرار دارند و ۱۴ درصد خطر جدی و هشدار وابستگی به اینترنت صادر شد. در پژوهشی که سجادیان و نادری (۱۳۸۵) بر روی ۱۱۸ نفر از کاربران کافی‌نت انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبتی بین افسردگی و انزوای اجتماعی، با مدت زمان معمول استفاده از اینترنت در کاربران نوجوان، وجود دارد ($P < 0/01$).

نتایج تحقیقی که توسط کونیمورا^۷ و همکاران (۲۰۰۰) در این رابطه بر روی ۱۱۳ دانشجوی دانشگاه

1. Fang & Zhao

2. Young

3. IAD

4. Liberty

5. Avrzak

6. Hope & Saremi

7. Kunimura

لویولا ماری مونت^۱ انجام شد، حاکی از آن است، که ارتباط مثبت و معنی داری میان روان رنجور خویی و اعتیاد به اینترنت و همچنین ارتباط منفی و معناداری میان برون گرایی و اعتیاد به اینترنت وجود دارد. بنابراین، هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه ویژگی های شخصیتی با عواملی همچون: «برون گرایی»، «روان رنجوری»، «گشودگی نسبت به تجربه»، «سازگاری» و «وظیفه شناسی»، با اعتیاد اینترنتی، با تأکید بر تمایل استفاده از اینترنت با مؤلفه هایی همچون: سرگرمی و بازی، اطلاعات از جوامع مجازی، جبران خدمات مالی، ارتباطات مجازی، و بهبود شخصی در بین دانشجویان دانشگاه سمنان است.

۲. روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی^۲ می باشد؛ چرا که تحقیق کاربردی، تحقیقی است که هدف آن، توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص بوده است و به سمت کاربرد علمی با مطالعه میدانی حرکت می کند (سرمد، بازگان و حجازی، ۱۳۸۷). با توجه به این موضوع که تحقیق توصیفی، شامل مجموعه روش هایی است که هدف آن ها توصیف شرایط یا پدیده های مورد بررسی می باشد، روش تحقیق مورد استفاده از نوع توصیفی^۳ است و از لحاظ متغیر، کمی بوده و از لحاظ ابزار جمع آوری داده ها، توصیفی است که به صورت همبستگی - علی انجام شده است. علاوه بر آن، این تحقیق از نوع همبستگی رابطه میان متغیرها براساس هدف تحقیق را تحلیل می کند (همان). در تحقیق همبستگی هدف اصلی آن است که مشخص شود، آیا رابطه ای بین دو یا چند متغیر وجود دارد؟ و اگر وجود دارد اندازه آن چقدر است.

برای انجام این پژوهش از سه پرسش نامه استاندارد استفاده شده است. برای ارزیابی پنج عامل شخصیت «برون گرایی»، «روان رنجوری»، «گشودگی نسبت به تجربه»، «سازگاری» و «وظیفه شناسی» از پرسش نامه پنج عاملی ویژگی های شخصیتی نئو (۶۰ ماده ای) که توسط کاستا و مک کری^۴ مطرح شده (۱۹۸۵) بهره برده شد. به منظور سنجش اعتیاد اینترنتی و تعیین تمایل استفاده از اینترنت از پرسش نامه بیست سؤالی یانگ (۱۹۹۸) و از پرسش نامه اسلانبی و همکاران^۵ (۲۰۰۸) برای سنجش خرده مقیاس های «اهداف و نیات»، «بهبود شخصی»، «ارتباطات مجازی»، «جبران خدمات مالی» و

1. Loyola Marymount University

2. Applied research

3. Descriptive research

4. Casta & Gree

5. Slanby

«جوامع مجازی» استفاده گردید.

یکی از روش‌های بررسی پایایی تحقیق و معروف‌ترین آن، محاسبه آلفای کرونباخ است که اگر بالاتر از ۰.۷ باشد پایایی پرسش‌نامه مورد تأیید است. بنابراین، به منظور اندازه‌گیری قابلیت اعتماد، از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید و داده‌های جمع‌آوری شده بر اساس پرسش‌نامه، با استفاده از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس.، تحلیل شد. در نهایت، ضریب آلفای کرونباخ کل سؤالات پرسش‌نامه محاسبه شد و برای هر یک از ابعاد متغیرها، مورد بررسی قرار گرفت.

جامعه آماری این تحقیق دانشجویان دانشگاه سمنان در سه مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری در چهار گروه رشته تحصیلی علوم انسانی، علوم پایه، فنی - مهندسی و هنر، و شامل ۱۴۲۶۰ نفر بودند؛ که ۴۰٪ آنها را دانشجویان گروه فنی و مهندسی، ۳۶٪ را دانشجویان علوم انسانی، ۱۸٪ را دانشجویان علوم پایه و ۶٪ را دانشجویان گروه هنر تشکیل می‌دادند. نتایج جامعه آماری در جدول شماره (۱) نشان داده شده است.

جدول ۱- جامعه آماری

دانشکده‌ها	تعداد دانشجویان	درصد	تعداد پرسش‌نامه‌ها
فنی - مهندسی	۵۷۰۴	۴۰٪	۱۲۰
علوم انسانی	۵۱۳۴	۳۶٪	۱۱۰
علوم پایه	۲۵۶۶	۱۸٪	۵۵
هنر	۸۵۶	۶٪	۱۸

روش نمونه‌گیری مورد استفاده در این تحقیق، روش سهمیه‌ای بود، به گونه‌ای که حجم نمونه برحسب تعداد کل دانشجویان هر گروه رشته تحصیلی معین و به صورت سهمیه‌ای نمونه‌گیری انجام گرفت. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد که بر اساس آن، تعداد نمونه مناسب برای یک جامعه ۱۴۲۶۰ نفری، ۳۷۵ نفر تعیین گردید؛ اما در نهایت، پرسش‌نامه‌های جمع‌آوری شده و قابل قبول، به تعداد ۳۰۳ عدد رسید.

۳. یافته‌های پژوهش

جدول ۲- آزمون KMO و بارتلت برای سؤالات اعتیاد اینترنتی

اندازه‌گیری کفایت نمونه	۰/۷۸۶
آزمون بارتلت	۲۶۸۹/۸۲۵
df	۱۹۰
sig	۰/۰۰۰

جدول ۳- آزمون KMO و بارتلت برای سؤالات ویژگی‌های شخصیتی

۰/۶۳۰	اندازه‌گیری کفایت نمونه
۱۱۱۷۶/۹۴۱	آزمون بارتلت
۱۷۷۰	df
۰/۰۰۰	sig

جدول ۴- آزمون KMO و بارتلت برای سؤالات تمایل استفاده از اینترنت

۰/۱۵/۷۴۰	اندازه‌گیری کفایت نمونه
۳۹۴۲/۹۳۶	آزمون بارتلت
۳۰۰	df
۰/۰۰۰	sig

نتایج آزمون مناسب بودن تعداد نمونه برای تحلیل عاملی (kmo) برای هر سه گروه سؤالات محاسبه گردیده است. براساس جدول‌های شماره ۲-۴، میزان Kmo برای سؤالات اعتیاد اینترنتی ۰/۷۸۶، برای سؤالات ویژگی‌های شخصیتی ۰/۶۳۰، و برای سؤالات تمایل استفاده از اینترنت ۰/۷۴۰ به دست آمده، که تقریباً میزان مناسبی است.

۳-۱. آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرض‌ها لازم است، تا از وضعیت نرمال بودن داده‌ها اطلاع حاصل شود؛ تا بر اساس نرمال بودن یا نبودن آنها، آزمون‌ها استفاده گردد. برای این منظور می‌توان از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده نمود. در این پژوهش داده‌های مربوط به آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (جدول شماره ۴-۵) نشان می‌دهد، که پاسخ‌های شرکت‌کنندگان به دو پرسش‌نامه ویژگی‌های شخصیتی و تمایل استفاده از اینترنت، دارای ویژگی توزیع نرمال بوده است؛ لذا می‌توان از آزمون‌های پارامتریک و به طور اخص، آزمون میانگین یک جامعه (آزمون T تک نمونه‌ای) استفاده نمود؛ اما پاسخ شرکت‌کنندگان به پرسش‌نامه اعتیاد اینترنتی، دارای ویژگی توزیع نرمال نبوده است و نمی‌توان برای آن از آزمون میانگین یک جامعه استفاده کرد، چون یکی از شرایط استفاده از این آزمون نرمال بودن داده‌ها است.

جدول ۵- آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

متغیر	z	سطح معناداری (sig)
ویژگی‌های شخصیتی	۱۱/۱۳۳	۰/۵۳
تمایل استفاده از اینترنت	۱/۲۳۴	۰/۰۶۵
اعتیاد اینترنتی	۱/۵۵۵	۰/۰۱۶

هرگاه سطح معناداری متغیرها بیشتر و بزرگ‌تر از سطح (۰/۰۵) باشد، می‌توان گفت داده‌ها دارای توزیع نرمال هستند؛ لذا همان‌طور که در جدول شماره (۵) آمده، سطح معناداری متغیرهای ویژگی‌های شخصیتی و تمایل استفاده از اینترنت، بزرگ‌تر از (۰/۰۵) است.

۲-۳. وضعیت متغیرهای پژوهش

در جدول شماره (۶)، وضعیت هر یک از متغیرهای پژوهش با استفاده از آزمون میانگین یک جامعه بررسی شده است. در این جدول چون متغیر ویژگی‌های شخصیتی و تمایل استفاده از اینترنت براساس طیف ۵ تایی لیکرت بوده، مقدار آزمون ۳ در نظر گرفته شده و سپس تحلیل شده است.

جدول ۶- نتایج آزمون میانگین یک جامعه برای متغیرهای پژوهش

مقدار آزمون-۳						
نام متغیر	میانگین	انحراف معیار	عدد معناداری	t	درجه اطمینان ۹۵٪	
					حد پایین	حد بالا
روان رنجوری	۳/۱۱۳	۰/۳۶۵۹	۰۰۰	۵/۲۹	۰/۰۶۹۹	۰/۱۵۲۶
برون‌گرایی	۳/۲۳۹۶	۰/۲۴۸۳	۰۰۰	۱۶/۷۹	۰/۲۱۱۵	۰/۲۶۷۷
باز بودن نسبت به تجربه	۳/۲۲۴۴	۰/۴۰۸۳	۰۰۰	۹/۵۶	۰/۱۷۸۳	۰/۲۷۰۶
سازگاری	۲/۹۵۳۸	۰/۳۳۵۰	۰/۰۱۴	-۲/۴۷	-۰/۰۸۳۰	-۰/۰۰۹۵
با وجدان بودن	۳/۰۵۷	۰/۳۲۸۹	۰/۰۰۲	۳/۰۵	۰/۰۲۰۶	۰/۰۹۴۹
ویژگی‌های شخصیتی	۳/۱۳۶۴	۰/۱۶۸۹	۰۰۰	۱۴/۳۰۷	۰/۱۱۷۶	۰/۱۵۵۱
تمایل استفاده از اینترنت	۲/۸۸۰۴	۰/۴۸۲۲	۰۰۰	-۴/۳۱۸	-۰/۱۷۴۲	-۰/۰۶۵۱

چنانکه در جدول شماره (۶) مشاهده می‌شود؛ تمام ابعاد ویژگی‌های شخصیتی به جز بُعد سازگاری که میانگین آن از میانگین فرضی (۳) کوچک‌تر است، بقیه ویژگی‌ها در وضعیت مطلوبی قرار دارند. به طور کلی میانگین نمرات ویژگی‌های شخصیتی ۳/۱۳ است؛ که مقدار به دست آمده برای این ویژگی‌ها از میانگین فرضی (۳) بزرگ‌تر است. در نتیجه می‌توان استنباط کرد، که این متغیر بالاتر از حد متوسط بوده است. اما این امر در مورد تمایل استفاده از اینترنت صادق نیست؛ همچنان که در جدول بالا مشاهده می‌شود، میانگین تمایل استفاده از اینترنت برابر با ۲/۸۸ است که از میانگین فرضی (۳)، کوچک‌تر است؛ لذا این متغیر در وضعیت چندان مناسبی قرار ندارد.

۳-۳. بررسی مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیات و مدل‌های مفهومی پژوهش لازم است تا از صحت

مدل‌های اندازه‌گیری متغیر مستقل (ویژگی‌های شخصیتی)، متغیر میانجی (تمایل استفاده از اینترنت) و متغیر وابسته (اعتیاد اینترنتی)، اطمینان حاصل شود. لذا در ادامه مدل‌های اندازه‌گیری این سه متغیر آورده می‌شود، که این کار توسط تحلیل عاملی تأییدی^۱ مرتبه اول و دوم صورت گرفته است. تحلیل عاملی تأییدی یکی از قدیمی‌ترین روش‌های آماری است که برای بررسی ارتباط بین متغیرهای مکنون (عامل‌ها) و متغیرهای مشاهده شده (سؤالات) به کار برده می‌شود و بیانگر مدل اندازه‌گیری است (بایرن، ۱۹۹۴). علائم اختصاری به کار رفته در نمودار تحلیل عاملی و مدل‌سازی معادلات ساختاری در جدول شماره (۷) آمده است.

جدول ۷- علائم اختصاری به کار رفته در تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌سازی معادلات ساختاری

نام متغیر	نام اختصاری	نام متغیر	نام اختصاری
روان‌رنجوری	Neurotic	اهداف و نیات	Goals
برون‌گرایی	Extraver	بهبود شخصی	Improvem
باز بودن نسبت به تجربه	Experien	ارتباطات مجازی	Virtual
سازگاری	Compatib	جبران خدمات مالی	Financia
با وجدان بودن	Conscien	جوامع مجازی	Communit
ویژگی‌های شخصیتی	Personal	تمایل استفاده از اینترنت	Tend
اعتیاد اینترنتی	Addictio		

۴-۳. تحلیل عاملی تأییدی

در این قسمت به منظور بررسی روایی سؤالات و همچنین مؤلفه‌های پژوهش، از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم استفاده خواهد شد؛ به این مفهوم که ابتدا در تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول به سنجش این نکته پرداخته می‌شود که آیا سؤالات توانایی و قابلیت لازم جهت سنجش ابعاد تحقیق را دارا هستند یا خیر؟ به زعم بسیاری از کارشناسان، چنانچه ضریب استاندارد یک سؤال از ۳/۰ بیشتر باشد، آن سؤال از روایی لازم برخوردار است (دلاور، ۱۳۸۸)؛ البته در بعضی از نوشته‌ها به عدد ۵/۰ نیز اشاره می‌شود. سپس در تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم به بررسی سنجش روایی ابعاد تحقیق پرداخته خواهد شد، که آیا از قابلیت لازم جهت سنجش متغیر مورد نظر برخوردارند یا خیر؟ در ادامه،

مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش در دو حالت ضرایب استاندارد و اعداد معناداری نشان داده می‌شوند.

۳-۴-۱. تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول متغیر تمایل استفاده از اینترنت

نتایج تحلیل عاملی نشان می‌دهد که سوالات ۶، ۸، ۱۱، ۱۹، ۲۱ دارای بار عاملی کم‌تر از ۰/۳ هستند؛ بنابراین، این سوالات باید از مدل حذف گردند. تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول اصلاحی پس از حذف این شاخص‌ها تکمیل و تأیید شد.

۳-۵. همبستگی متغیرهای پژوهش

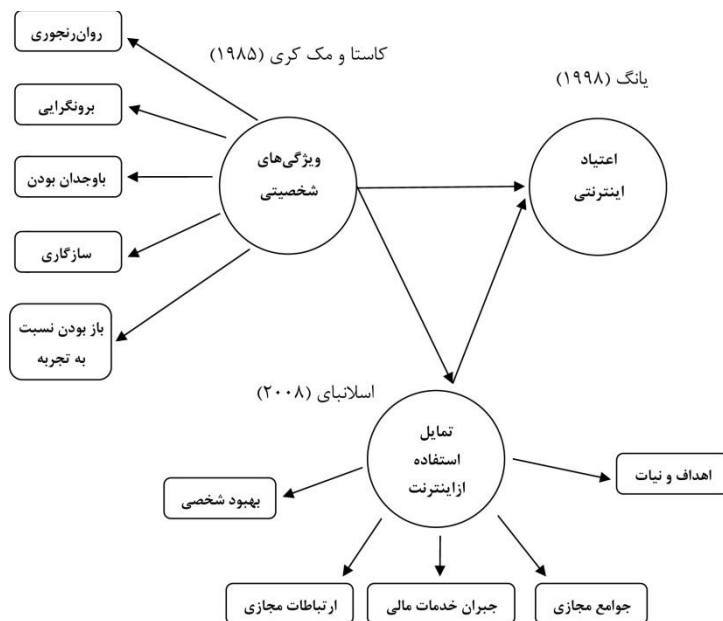
بعد از انجام تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم و اطمینان از صحت تناسب شاخص‌ها با ابعاد و ابعاد با متغیرهای پژوهش، تعیین همبستگی بین متغیرهای پژوهش صورت می‌گیرد. تحلیل همبستگی برای تعیین نوع و درجه رابطه یک متغیر کمی با متغیر کمی دیگر است. لازم به ذکر است که در پژوهش حاضر، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردیده است.

جدول ۸- ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

ضریب همبستگی	ویژگی‌های شخصیتی	تمایل استفاده از اینترنت	اعتیاد اینترنتی
ویژگی شخصیتی معنی‌داری تعداد	۱ ۳۰۳		
تمایل استفاده از اینترنت معنی‌داری تعداد	۰/۰۸۱ ۰/۱۶۱ ۳۰۳	۱ ۳۰۳	
اعتیاد اینترنتی معنی‌داری تعداد	۰/۱۱۵* ۰/۰۴۶ ۳۰۳	۰/۶۶۰ ** ۰/۰۰۰ ۳۰۳	۱ ۳۰۳

نتایج جدول شماره (۸) نشان می‌دهد، که هیچ رابطه معناداری بین ویژگی‌های شخصیتی و تمایل استفاده از اینترنت وجود ندارد؛ اما بین ویژگی‌های شخصیتی و اعتیاد اینترنتی رابطه معناداری مشاهده می‌شود. همچنین با توجه به یافته‌های جدول شماره (۸)، رابطه بین تمایل استفاده از اینترنت و اعتیاد اینترنتی ($p < ۰/۰۱$ و $r = ۰/۶۶۰$) معنادار است؛ که نشان‌دهنده این است که با افزایش تمایل استفاده از اینترنت دانشجویان، اعتیاد اینترنتی آنها افزایش می‌یابد.

با توجه به مرور مطالب، می‌توان مدل مفهومی این تحقیق را به صورت زیر معرفی نمود:



۴. نتیجه‌گیری

فرضیه اصلی اول تحقیق: ویژگی‌های شخصیتی بر اعتیاد اینترنتی، تأثیر معناداری دارد. برای آزمودن این فرضیه از تحلیل مسیر استفاده شد. مدل ساختاری نشان‌دهنده رابطه مثبت و معنادار میان ویژگی‌های شخصیتی و اعتیاد اینترنتی است. ضریب مسیر ویژگی‌های شخصیتی و اعتیاد اینترنتی ۰/۲۲ به دست آمد و با توجه به اینکه معناداری آن ۴/۲۲ و بالای ۱/۹۶ است، می‌توان گفت، فرضیه اول تحقیق مورد تأیید قرار می‌گیرد.

فرضیه اصلی دوم تحقیق: ویژگی‌های شخصیتی بر تمایل استفاده از اینترنت، تأثیر معناداری دارد. برای آزمودن این فرضیه نیز، از تحلیل مسیر استفاده شد. مدل ساختاری نشان‌دهنده رابطه مثبت و معنادار میان ویژگی‌های شخصیتی و اعتیاد اینترنتی است. ضریب مسیر ویژگی‌های شخصیتی و اعتیاد اینترنتی ۰/۲۲ به دست آمد و با توجه به اینکه معناداری آن ۴/۲۲ و بالای ۱/۹۶ است، می‌توان گفت، فرضیه دوم تحقیق نیز، مورد تأیید قرار می‌گیرد.

فرضیه اصلی سوم تحقیق: تمایل استفاده از اینترنت بر اعتیاد اینترنتی، تأثیر معناداری دارد. برای آزمودن این فرضیه از تحلیل مسیر استفاده شد. مدل ساختاری نشان‌دهنده رابطه مثبت و معناداری میان

ویژگی‌های شخصیتی و اعتیاد اینترنتی است. ضریب مسیر ویژگی‌های شخصیتی و اعتیاد اینترنتی ۰/۲۲ به دست آمد و با توجه به اینکه معناداری آن ۴/۲۲ و بالای ۱/۹۶ است، می‌توان گفت، فرضیه سوم تحقیق نیز، مورد تایید قرار می‌گیرد.

همانطور که گفته شد، در این پژوهش، ویژگی‌های شخصیتی، متغیر پیش بین (مستقل) و اعتیاد اینترنتی، متغیر ملاک (وابسته) و تمایل استفاده از اینترنت، متغیر میانجی در نظر گرفته شده است. طبق نتایج به دست آمده از آزمون فرضیات تحقیق، ویژگی‌های شخصیتی بر اعتیاد اینترنتی، تأثیر مثبت و معناداری دارد؛ به این مفهوم که اعتیاد اینترنتی می‌تواند اثر مثبت یا منفی بر هر کدام از ویژگی‌های پنج‌گانه شخصیت بگذارد. پس می‌توان گفت یکی از عوامل تأثیرگذار بر مبتلا شدن یا نشدن به اعتیاد اینترنتی، عامل ویژگی‌های شخصیتی است و میان این دو متغیر، رابطه برقرار است. در نتیجه نیاز به توجه اساسی نسبت به ویژگی‌های شخصیتی، احساس می‌شود.

طبق نتایج به دست آمده از تحلیل مسیر در حالت استاندارد می‌توان گفت، عامل «روان رنجوری»، با بار معنایی ۰/۶۴، بیشترین نقش را در اعتیاد اینترنتی در میان دانشجویان دانشگاه سمنان داشته است. به این معنی که افرادی که روان رنجوری در آن‌ها شدیدتر بوده، اعتیاد اینترنتی آن‌ها بیشتر بوده است و پس از آن، بُعد «سازگاری» و «برون‌گرایی»، هر کدام به ترتیب با بار معنایی ۰/۳۷ و ۰/۳۶، بیشترین تأثیر را داشته‌اند. در نتیجه می‌توان گفت، این سه عامل اعتیاد اینترنتی را پیش‌بینی می‌کنند و بیشترین رابطه را با اعتیاد اینترنتی دارند. پس از آن عامل «با وجدان بودن»، با بار معنایی ۰/۲۷ و در نهایت «باز بودن نسبت به تجربه»، کم‌ترین نقش را در اعتیاد اینترنتی دانشجویان داشته‌اند. بنابراین، این دو عامل تأثیر بازدارنده بر اعتیاد اینترنتی دارند.

طبق نتایج فرضیه دوم تحقیق، ویژگی‌های شخصیتی بر تمایل استفاده از اینترنت، تأثیر مثبت و معناداری دارد؛ به این معنی که ویژگی‌های شخصیتی بررسی شده در این تحقیق، نمی‌توانند تأثیری بر تمایل استفاده از اینترنت در میان دانشجویان داشته باشند. پس، می‌توان گفت، رابطه میانجی بودن متغیر تمایل استفاده از اینترنت برای متغیر ویژگی‌های شخصیتی برقرار نیست و این متغیر نمی‌تواند در این فرضیه نقش میانجی داشته باشد.

نتایج به دست آمده از سومین فرضیه تحقیق نشان می‌دهد، که متغیر تمایل استفاده از اینترنت بر اعتیاد اینترنتی تأثیر مثبت و معناداری دارد. به این مفهوم که عامل و هدفی که افراد را متمایل به استفاده از اینترنت می‌کند، نقش زیادی در ابتلا به اعتیاد اینترنتی دارد. با توجه به نتایج مدل معادلات ساختاری، در بین مؤلفه‌های پنج‌گانه تمایل استفاده از اینترنت می‌توان گفت، «اهداف و نیات» با بار

معنایی ۰/۸۹، بیشترین نقش را در ابتلا به اعتیاد اینترنتی داشته است؛ به این معنی که دانشجویانی که اعتیاد اینترنتی داشته‌اند، بیشتر با هدف بازی یا سرگرمی یا داشتن هیجان و آرامش، جذب اینترنت شده‌اند و پس از آن، عامل «ارتباطات مجازی» و «جوامع مجازی»، به ترتیب با بار معنایی ۰/۸۵ و ۰/۸۳، بیشترین نقش را در اعتیاد اینترنتی داشته‌اند. عامل «جبران خدمات مالی» نیز، با بار معنایی ۰/۵۳ در مرتبه بعدی و در نهایت عامل «بهبود شخصی»، با بار معنایی ۰/۱۴، کم‌ترین نقش را در مبتلا شدن به اعتیاد اینترنتی داشته است؛ به این معنی که افرادی که با هدف بهبود شخصی جذب استفاده از اینترنت شده‌اند، کم‌تر دچار اعتیاد اینترنتی گشته‌اند.

با توجه به این نتایج می‌توان گفت، میان متغیر تمایل استفاده از اینترنت و اعتیاد اینترنتی رابطه برقرار است و تمایل استفاده از اینترنت می‌تواند به عنوان متغیر میانجی بر اعتیاد اینترنتی اثر بگذارد. در نتیجه در این پژوهش متغیر مستقل (ویژگی شخصیتی) بر متغیر وابسته (اعتیاد اینترنتی)، تأثیر مثبت و متغیر مستقل (ویژگی شخصیتی) بر متغیر میانجی (تمایل استفاده از اینترنت)، تأثیر منفی دارد؛ ولی متغیر میانجی (تمایل استفاده از اینترنت) بر متغیر وابسته (اعتیاد اینترنتی)، تأثیر مثبت دارد. با توجه به یافته‌های پژوهش محققانی مانند ریچار، لندرز، جان دبلیو، لایونسبوری^۱ (۲۰۰۶) که نشان دادند، دو عامل «روان رنجوری» و «سازگاری»، پیش‌بینی‌کننده اعتیاد به اینترنت هستند و همچنین، نتایج تحقیقات کونیمورا و کانگ^۲ که حاکی از وجود ارتباط مثبت و معنی‌دار میان «روان رنجوری» و اعتیاد به اینترنت و همچنین وجود ارتباط منفی و معنادار میان «برون‌گرایی» و اعتیاد به اینترنت است؛ پس نتایج پژوهش حاضر با یافته‌های ریچار و همکاران (۲۰۰۴) و کونیمورا و کانگ و هری (۲۰۰۰) در یک راستا قرار می‌گیرد.

در نگاه منابع اسلامی، عادت کردن به خودی خود مذموم نیست، بلکه خوبی یا بدی عادت، به متعلق آن بر می‌گردد. اخلاق نیز به دنبال عادت دادن افراد به اصول اخلاقی است که از این عادت دادن به ملکه شدن تعبیر می‌شود؛ برای مثال در اخلاق به کسی سخاوتمند گفته می‌شود که این صفت برای او عادت و ملکه شده باشد و بدون تأمل از او صادر می‌گردد. عادت‌ی که وظایف شخص را تحت‌الشعاع قرار دهد، مذموم است. پس، حتی اگر فرد به مطالعه زیاد بپردازد، به‌طوری که وظایف شرعی، اخلاقی، فردی و اجتماعی‌اش مختل شود، این مطالعه مذموم است.

1. Layonsbory

2. Conimora & Kang

نکته دوم آنکه، فضیلت در علم اخلاق به معنای عدالت و میانه‌روی در صفات است (ارسطو، ۱۳۸۱، ص ۶۴) و زندگی مطابق با فضیلت‌ها در مقابل رذائل، ابزار سعادت‌مندی بشر است (همان، ص ۹۷)؛ حتی به عقل نیز از این جهت عقل گویند که جلوی غرایز و میل‌های سرکش را می‌گیرد (جوادی آملی، ۱۳۸۷، ص ۷۰). بنابراین، سعادت حقیقی انسان در تعقل‌ورزی است که در هر موردی می‌تواند چراغ راه هدایت فرد باشد. با این توضیح، اعتیاد اینترنتی یک رذیله اخلاقی حساب می‌شود؛ بدین معنا که فرد در استفاده از اینترنت از دایره اعتدال خارج شده و وظایف فردی و اجتماعی‌اش را ضایع کرده است. خروج از اعتدال یکی از مصادیق اسراف معرفی شده است (جوادی آملی، ۱۳۹۴، ص ۶۳۳). اسراف کاری غیر اخلاقی است تا جایی که خداوند یکی از علت‌های خروج انسان از محبت الهی را اسراف دانسته‌اند و می‌فرمایند: «لَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ» اسراف نکنید که خداوند مسرفان را دوست نمی‌دارد» (اعراف، ۳۱) و نیز اسراف کاران را برادران شیطان می‌نامد (اسراء، ۲۷).

از سوی دیگر، از جمله پیامدهای اعتیاد اینترنتی، انزوا، دوری از اجتماع، قطع صله رحم و ارتباطات اجتماعی است، به گونه‌ای که فرد به طور افراط‌گونه، با کسی ارتباط نداشته باشد. در این خصوص، اندیشمندان دینی آفت‌های انزوا طلبی را در منابع دینی اینگونه توصیف می‌کنند: ۱. بازماندن از علم و تعلیم دادن که جز با ورود اجتماع شکل نمی‌گیرد؛ ۲. منفعت دیدن و منفعت رساندن به خلق خدا میسر نمی‌گردد؛ ۳. دور ماندن از رضایتی و مجاهدت‌هایی که به سبب صبر بر آزار مردمان و دیگران حاصل می‌گردد؛ ۴. غلبه وسواس به معنای وسوسه‌های شیطانی و نفرت بر وجود آدمی؛ ۵. جا ماندن از ثواب‌های اجتماعی مورد تأکید دینف مثل نماز جماعت، تشییع جنازه، صله رحم و...؛ ۶. تکبر و احساس خود برتر بینی (غزالی، ۱۳۶۱، ص ۲۳۹-۲۳۲). از جانب دیگر، آسیب‌های جسمانی که انسان را به نابودی می‌کشاند با مفاد آیه ۱۹۵ سوره بقره سازگار نیست: «وَلَا تَلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ؛ خویشتن را به دست خویش به هلاکت میندازید» (بقره، ۱۹۵)؛ این آیه اذعان دارد که هیچ فردی حق ندارد کاری را که موجب آسیب رسیدن به نفس می‌شود، انجام دهد (جوادی آملی، ۱۳۹۳، ج ۳، ص ۶۶۲). علامه طباطبایی معتقد است که اطلاق این آیه در کنار حکم «لا ضرر ولا ضرار» (کلینی، ۱۳۸۸، ج ۸، ص ۲۹۴) موجب می‌شود، هر عملی در جانب افراط یا تفریط که به انسان ضرر برساند، قبیح شمرده شود (طباطبایی، ۱۳۷۳، ج ۲، ص ۹۳)؛ بنابراین، اعتیاد به اینترنت که بروز سردرد، کمردرد، گرفتگی عضلات، آرتروز مفاصل، ضعف بینایی، اختلال تمرکز، کاهش هوشیاری، اختلال خواب و... می‌شود، با مفاد این آیه عملی، غیر اخلاقی تلقی می‌شود.

— منابع —

قرآن کریم.

احمدی مقدم، سیروس (۱۳۷۷). بررسی اثرات بازی‌های کامپیوتری بر دانش‌آموزان پسر کلاس سوم راهنمایی شهر اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه اصفهان.

ارسطو (۱۳۸۱). /خلاق نیکوماخوس. ترجمه ابوالقاسم پورحسینی. تهران: دانشگاه تهران.

امیدوار، یاور؛ صارمی، علی (۱۳۸۱). /اعتیاد به اینترنت (توصیف، سبب‌شناسی، پیشگیری، درمان و مقیاس‌های سنجش /اختلال/اعتیاد به اینترنت). مشهد: انتشارات تهران.

جواد آملی، عبدالله (۱۳۸۷). /مراحل/خلاق در قرآن. قم: انتشارات اسراء.

جواد آملی، عبدالله (۱۳۹۳). تفسیر تسنیم. قم: انتشارات اسراء، ج ۳۷.

جواد آملی، عبدالله (۱۳۹۴). /مفاتیح الحیاه. قم: انتشارات اسراء.

حق‌شناس، رضا (۱۳۸۵). طرح پنج عاملی ویژگی‌های شخصیت. شیراز: انتشارات دانشگاه علوم پزشکی شیراز.

دلاور، علی (۱۳۸۸). /مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. تهران: رشد.

سجادیان، ایلناز؛ نادی، محمدعلی (۱۳۸۵). ارتباط بین افسردگی و انزوای اجتماعی کاربران اینترنت نوجوانان و جوانان با مدت زمان روزانه معمول کاربری اینترنت. تحقیقات رفتاری، دوره ۴، شماره ۲-۱، ص ۳۸-۳۳.

سرمه، زهره؛ بازرگان، عباس؛ حجازی، الهه (۱۳۸۷). روش تحقیق در علوم رفتاری. تهران: نشر سمت.

شولتز، دوان (۱۳۸۶). /نظریه‌های شخصیت. ترجمه یوسف کریمی و همکاران. تهران: نشر ارسباران، چاپ ششم.

طباطبایی، محمدحسین (۱۳۷۳). تفسیر المیزان. قم: دفتر انتشارات اسلامی، جامعه مدرسین حوزه علمیه، ج ۲.

غزالی، محمد (۱۳۶۱). /کیمیای سعادت. تهران: انتشارات طلوع و انتشارات زرین.

کلینی، محمدبن یعقوب (۱۳۸۸). /الکافی. تهران: دارالکتب الاسلامیه، ج ۸.

نادمی، سعید؛ رضوانی، طلیعه (۱۳۸۵). روانشناسی یادگیری و آموزش. تهران: نشر سمت.

هافمن و همکاران (۱۳۸۱). /زمینه روانشناسی. ترجمه محمدتقی براهینی. تهران: انتشارات رشد.

Cang, P. & Harre, N. (2000). *The Internet: It Effects on Fatety and Behaviour Implications for Adolescents*. Department of Psychology, University of Auckland.

Casta & Gree, M. (1985). *About Net addiction*. In: Hooked on the Net.

Fang, X. & Zhao, F. (2010). Personality and enjoyment of computer game play. *Computers in Industry*, 61(4), p. 342-349.

Kunimura, M. & Thomas, V. (2000). Summary and review of the NEO-PI-R personality test. *Journal of Loyola Mary mounts University*, 38(4), p.1-13.

Landers, R.N. & Lounsbury, J.W. (2006). An in vestigation of Big five and narrow personality traits in relation to Internet usage. *Computers in Human Behavior*, 22(2), p. 283-293.

DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.06.001>

Libert, J. (2005). Are video games really so bad? *Time*, No.15, p. 50-9.

Orzack, M.H. (1999). *Computer addiction: Is it realon virtual?* New York: Iohnwiley & Son.

- Patrik, F. & Joyce, J. (2008). Internet addiction: Recognition and intervention. *J. psychiat Nurs*, 22(9), p. 59-60.
- Shaton, A. (1991). Galen and the humour theory of temperament. *Personality and Individual Differences*, No.12, p. 255-63.
- Slynbi, J. & Payner, I. (2008). Negative correlates of computer game play in adolescent's. *Br J Psychiatr*, p. 295-310.
- Young, K.S. (1996). Addictive use of the internet: A case that breaks the stereo type. *Psychological Reports*, No. 79, p. 899-902.