



Research Article


Predicting Social Network Addiction Based on Personality Traits: The Mediating Role of Self-Esteem

Authors

Mahshad Tasnimi¹, Solmaz Dabiri^{2*}, Seyed Ali Hosseini Almadani³

 1. Ph.D Candidate of Psychology, Department of Psychology, NT.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran. m.tasnimi@iau-tnb.ac.ir

 2. Assistant Professor, Department of Educational Psychology and Personality Psychology, NT.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Corresponding Author)

 3. Assistant Professor, Department of Psychology, NT.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran. hossenialmadani@iau-tnb.ac.ir

Abstract

Receive Date:
12/02/2025

Accept Date:
08/09/2025



Introduction: Social network addiction is increasingly prevalent among university students, affecting their academic performance and mental well-being. The aim of this study was to predict social network addiction based on personality traits with the mediating role of self-esteem among university students.

Method: This study employed a descriptive correlational research design, emphasizing path Analysis. The statistical population consisted of students from the Islamic Azad University. A multistage cluster random sampling method was used, resulting in a sample size of 439 participants. Data were collected using the Mobile-Based Social Network Addiction Questionnaire (Khajeh Ahmadi et al., 2016), the NEO Five-Factor Inventory-Short Form (Costa & McCrae, 1989), and the Rosenberg Self-Esteem Questionnaire (1965). Path analysis was employed for data analysis, and data were processed using SPSS and AMOS software.

Results: The findings revealed that personality traits were associated with social network addiction both directly and indirectly through the mediating role of self-esteem. Self-esteem negatively mediated the relationship between extraversion, agreeableness, openness to experience, and conscientiousness and social media addiction, while positively mediating the relationship between neuroticism and social media addiction. Furthermore, self-esteem directly and negatively predicted social media addiction.

Discussion and conclusion: The findings highlight the importance of self-esteem in reducing social media overuse. Strengthening self-esteem and promoting responsible digital habits such as social network management strategy may help mitigate social network addiction among students.

Keywords

Social network addiction, personality traits, self-esteem.

Corresponding Author's E-mail

s.dabiri@iau-tnb.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

In today's digital age, social networking platforms have become an integral part of daily life, influencing the way individuals communicate, share information, and engage in social interactions. While these platforms offer numerous benefits, excessive and uncontrolled use can lead to social network addiction, a type of behavioral dependency characterized by an individual's inability to regulate time spent on social media and an increasing psychological and emotional reliance on these platforms. This overuse can negatively affect various aspects of life, including academic performance, work productivity, and overall well-being. Furthermore, prolonged engagement with social networks may contribute to mental health challenges such as stress, anxiety, and decreased self-esteem.

Among different age groups, young adults and university students are particularly vulnerable to social network addiction due to their inclination toward frequent online communication and their widespread use of technology for both academic and social purposes. Given the significance of personality traits in shaping behavioral tendencies, it is essential to explore their role in predisposing individuals to social media overuse. Additionally, self-esteem, as a key psychological factor, may influence how personality traits contribute to addictive behaviors.

This study aims to examine whether self-esteem mediates the relationship between personality traits and social network addiction, offering insights into potential psychological mechanisms underlying excessive social media use.

Method

This study employed a descriptive correlational design with an emphasis on path analysis to examine the relationships between variables. A quantitative approach was used, and data were collected through structured questionnaires. The statistical population consisted of students from Islamic Azad University, from one of the branches in Tehran province. These students were enrolled in undergraduate, master's, and doctoral programs during the 2023–2024 academic year. A multistage cluster random sampling method was applied, resulting in a final sample size of 439 participants.

To assess social network addiction, the Mobile-Based Social Network Addiction Questionnaire developed by Khajeh Ahmadi et al. (2016) was used. This 23-item instrument was adapted from Young's (1998) Internet Addiction Questionnaire and includes four key factors identified through exploratory factor analysis: personal functioning, time management, self-control, and social relationships. Responses were rated on a five-point Likert scale, with higher scores indicating greater dependency on social networks.

The Short Form of the NEO Five-Factor Personality Inventory, developed by Costa and McCrae (1989), was used to measure five personality traits: neuroticism, extraversion, openness to experience, agreeableness, and

conscientiousness. This instrument consists of 60 items, with each trait assessed through 12 items. Responses were recorded on a five-point Likert scale, where higher scores indicate a stronger presence of the trait in the individual.

To evaluate self-esteem, the Rosenberg Self-Esteem Scale (1965) was administered. This questionnaire consists of 10 items measuring overall self-esteem and personal self-worth. It assesses life satisfaction and self-perception, with responses recorded using a four-point Likert scale, where higher scores reflect higher levels of self-esteem.

Results

The study included 439 students, comprising 345 women and 94 men, with a mean age of 23.48 years and a standard deviation of 4.19 years. Among the participants, 12 (2.7%) were associate degree students, 349 (79.5%) were undergraduate students, 59 (13.4%) were pursuing master's degrees, and 19 (4.3%) were doctoral students. Additionally, 381 participants (86.8%) were single, 46 (10.5%) were married, and 3 (0.7%) were divorced. Correlations between variables were aligned with theoretical expectations. After evaluating and confirming the research assumptions, the model's fit with the collected data was analyzed using path analysis in AMOS 24.0.

A path analysis model was developed to assess the relationship between personality traits and social network addiction, considering the mediating role of self-esteem. The model demonstrated a good fit, confirming that personality traits influence social network addiction both directly and indirectly through self-esteem. Among personality traits, conscientiousness and openness to experience negatively predicted social network addiction, indicating that individuals with these traits were less likely to develop addictive behaviors.

Results showed that self-esteem negatively mediated the relationship between extraversion, agreeableness, openness to experience, and conscientiousness with social network addiction, while positively mediating the relationship between neuroticism and social network addiction. Personality traits and self-esteem together accounted for 35% of the variance in social network addiction among students.

The findings also revealed that self-esteem had a significant negative correlation with social network addiction. Lower self-esteem was associated with increased social media dependence, while higher self-esteem reduced the likelihood of addiction. Individuals with high self-esteem relied less on external validation through likes and comments, using social media in a more balanced manner. Conversely, those with low self-esteem sought validation and attention through social networks, making them more prone to addiction.

Overall, self-esteem played a protective role,

moderating the effects of personality traits on social network addiction. Students with high self-esteem and positive personality traits were less likely to develop addiction, while those with low self-esteem and high neuroticism were at greater risk.

Conclusion

In summary, the findings highlight the importance of self-esteem in reducing social media overuse. Extraverted individuals, who prefer face-to-face social interactions, agreeable individuals with strong empathy and cooperation skills, open-to-experience individuals who seek diverse and enriching experiences, and conscientious individuals with effective time management and goal-setting abilities are less likely to engage in excessive social media use. On the other hand, individuals with low self-esteem and high neuroticism tend to be more dependent on social networks due to emotional instability and a higher tendency to experience negative emotions such as anxiety and worry.

One of the key limitations of this study is that the findings are based on data collected from students at Islamic Azad University in Tehran province, which means that generalizing the results to students from other universities should be done with caution. Additionally, due to the higher number of female participants compared to male participants, the demographic distribution may have influenced the study's outcomes, as the majority of respondents were women.

Providing psychological counseling in universities to help students strengthen their self-esteem can be beneficial in reducing excessive reliance on external validation from social media. Practices such as self-acceptance, recognizing personal values, and developing individual skills can help students cultivate a stronger sense of intrinsic self-worth, preventing excessive social media use. Additionally, introducing time management tools and training can serve as an effective strategy for reducing

dependency on social media, encouraging students to engage in more productive activities.

Ethical Considerations

Compliance with Ethical Guidelines: This study was conducted in accordance with ethical research standards and guidelines. The paper is derived from a PhD dissertation and follows all institutional and academic ethical protocols. The research was reviewed and approved by the relevant university ethics committee, ensuring that all procedures adhered to ethical principles, including informed consent, confidentiality, and voluntary participation. The Research Committee of the University approved the PhD dissertation on January 27, 2025, under the approval ID: IR.IAU.TNB.REC.1403.233.

Funding: No external funding was received for this study. The research was conducted independently without financial support from any organization or funding agency.

Authors' Contribution: This study was a collaborative effort involving three authors. Mahshad Tasnimi, the PhD candidate was responsible for conceptualizing the research, conducting data collection and analysis, and drafting the manuscript. The supervisor, Dr. Solmaz Dabiri, provided guidance throughout the research process, including study design, methodology, and critical revisions. The reader, Dr. Seyed Ali Hosseini Almadani, contributed to the review and refinement of the manuscript, ensuring clarity and coherence in the final version. All authors reviewed and approved the final manuscript before submission.

Conflict of Interest: The authors declare that there is no conflict of interest regarding this study.

Acknowledgments: The authors would like to express their sincere gratitude to the university officials for their support in facilitating this research. Special thanks also go to the students who participated in the study, contributing valuable insights that made this research possible.

پیش‌بینی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس صفات شخصیت: نقش میانجی‌گر عزت نفس

نویسندگان

مهشاد تسنیمی^۱، سولماز دبیری^{۲*}، سید علی حسینی المدنی^۳

۱. دانشجوی دکتری روان‌شناسی عمومی، گروه روان‌شناسی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. m.tasnimi@iau-tnb.ac.ir

۲. استادیار، گروه روانشناسی تربیتی و روانشناسی شخصیت، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

۳. استادیار گروه روان‌شناسی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. hossen-almadani@iau-tnb.ac.ir

چکیده

مقدمه: افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه در میان دانشجویان، نگرانی‌هایی در مورد وابستگی به این فضاها ایجاد کرده است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که ویژگی‌های شخصیتی و سطح عزت نفس می‌توانند در میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی نقش داشته باشند. هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش صفات شخصیتی در پیش‌بینی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با میانجی‌گری عزت نفس در دانشجویان بود.

روش: جامعه آماری شامل دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی یکی از واحدهای استان تهران بود. نمونه‌ای به حجم ۴۳۹ نفر به روش خوشه‌ای تصادفی چند مرحله‌ای انتخاب شد. داده‌ها از طریق پرسش‌نامه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل خواجه احمدی و همکاران (۱۳۹۵)، فرم کوتاه پرسش‌نامه سنجش صفات پنج‌گانه شخصیتی (کاستا و مک کری، ۱۹۸۹ م) و پرسش‌نامه عزت نفس روزنبرگ (۱۹۶۵ م) گردآوری شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مسیر استفاده گردید.

نتایج: یافته‌ها نشان داد که صفات شخصیتی می‌توانند هم به صورت مستقیم و هم از طریق میانجی‌گری عزت نفس با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مرتبط باشند. عزت نفس رابطه بین صفات برون‌گرایی، سازگاری، تجربه‌پذیری و وظیفه‌شناسی با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را به صورت منفی و رابطه بین عامل روان رنجوری و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را به صورت مثبت میانجی‌گری کرد. همچنین، عزت نفس توانست اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را به صورت مستقیم و منفی پیش‌بینی کند.

بحث و نتیجه‌گیری: با توجه به نقش صفات شخصیتی و عزت نفس در پیش‌بینی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی، می‌توان چنین نتیجه گرفت که تقویت عزت نفس و آموزش مدیریت بهینه استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند در کاهش اعتیاد به این شبکه‌ها مؤثر باشد.

تاریخ دریافت:
۱۴۰۳/۱۱/۲۴

تاریخ پذیرش:
۱۴۰۴/۰۶/۱۷



کلیدواژه‌ها

اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی، صفات شخصیتی، عزت نفس.

پست الکترونیکی
نویسنده مسئول

s.dabiri@iau-tnb.ac.ir

مقدمه

یکی از عوامل کلیدی که در پیش‌بینی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی نقش دارد، **صفات شخصیتی** است. بر اساس مدل پنج عاملی شخصیت^۱، افراد دارای ویژگی‌های شخصیتی، تمایلات و رفتارهای متفاوتی هستند. **صفات شخصیتی** به ویژگی‌های نسبتاً پایدار افراد اشاره دارد که بر رفتار، افکار و احساسات آن‌ها تأثیر می‌گذارد. این صفات شامل وظیفه‌شناسی^۲، برون‌گرایی^۳، تجربه‌پذیری^۴، سازگاری^۵ و روان‌رنجوری^۶ است [۱۳]. تحقیقات پیشین نشان داده‌اند که افراد با صفات شخصیتی مختلف، واکنش‌های متفاوتی نسبت به استفاده از شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهند [۵، ۱۱].

رابطه بین عزت نفس و رسانه‌های اجتماعی پیچیده و دو جانبه است. از طرفی برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهند که ظهور و پذیرش سریع رسانه‌های اجتماعی عزت نفس و ارزش ذهنی فرد برای خود را به خطر انداخته است و از طرف دیگر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی متأثر از عزت نفس است [۱۴، ۱۵]. عزت نفس به ارزیابی کلی فرد از ارزش خودش گفته می‌شود که در برگیرنده یک پیوستار است که از عزت نفس کم تا عزت نفس بالا متغیر است. عزت نفس همواره یک موضوع جالب در روان‌شناسی بوده است و علت این جذابیت تأثیر مهم آن بر جنبه‌های مختلف زندگی مانند عملکرد تحصیلی، پذیرش اجتماعی، سلامت جسمانی و حتی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی است [۱۵، ۱۶].

عزت نفس که یکی از سازه‌های روان‌شناختی کلیدی است، هم از صفات شخصیتی تأثیر می‌پذیرد و هم بر گرایش به رفتارهای ناسازگارانه مانند اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی تأثیرگذار است. مطالعات متعددی نشان داده‌اند که عزت نفس پایین با سطح بالاتری از وابستگی به شبکه‌های اجتماعی همراه است [۶، ۸، ۱۷]. همچنین، بین برخی صفات شخصیتی و عزت نفس نیز رابطه معناداری گزارش شده است؛ به‌عنوان نمونه، وظیفه‌شناسی، برون‌گرایی، تجربه‌پذیری و سازگاری با عزت نفس رابطه مثبت دارند، در حالی که روان‌رنجوری رابطه منفی با آن دارد [۱۸، ۱۹].

در عصر حاضر، شبکه‌های اجتماعی مجازی بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی روزمره افراد در سراسر جهان هستند و نقش بسیار مهمی در برقراری ارتباطات، اشتراک‌گذاری اطلاعات و ایجاد تعاملات اجتماعی ایفا می‌کنند. این بسترهای اجتماعی نه تنها امکان ارتباط سریع و گسترده را فراهم می‌کنند، بلکه به مکانی برای بروز هویت، تبادل ایده‌ها و تعاملات فرهنگی تبدیل شده‌اند. با این حال، استفاده مفرط و نادرست از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به وابستگی یا به اصطلاح «اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی» منجر شود که به عنوان یکی از پدیده‌های شایع در دنیای معاصر شناخته می‌شود [۱، ۲].

اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی، نوعی اعتیاد رفتاری است که به ناتوانی فرد در کنترل زمان استفاده از این بسترهای اجتماعی مجازی و وابستگی روانی و عاطفی به آن‌ها اشاره دارد [3]. استفاده مکرر و بدون کنترل از این شبکه‌ها به کاهش کیفیت زندگی، افت تحصیلی، کاهش بهره‌وری شغلی و حتی ایجاد مشکلات روان‌شناختی مانند کاهش عزت نفس منجر می‌شود [۴، ۵]. این پدیده در میان **جوانان و دانشجویان** به دلیل تمایل به برقراری ارتباطات اجتماعی گسترده‌تر و استفاده بیشتر از فناوری‌های نوین بسیار شایع است. از این رو، شناسایی عوامل موثر بر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و یافتن راهکارهایی برای کاهش این وابستگی از اهمیت زیادی برخوردار است.

تحقیقات بسیاری در مورد ارتباط اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و متغیرهای مختلف در مقالات مختلف انجام گرفته است [۶-۹]. این تحقیقات نشان داده‌اند که اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند متأثر از عواملی مانند صفات شخصیتی و عزت نفس باشند. به طور مثال مطالعات بسیاری در مورد ارتباط بین جنبه‌ای مختلف شخصیت و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی انجام شده است [۵، ۱۰، ۱۱]. ارتباط بین عزت نفس با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی نیز در پژوهش‌های مختلف به ثبت رسیده است [۴، ۵، ۱۲]. از بین مجموعه عواملی که با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در ارتباطند، تحقیق حاضر به رابطه بین صفات شخصیتی با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی در جوانان دانشجویان، با توجه به نقش میانجی عزت نفس پرداخت.

1. Big Five Personality Trait
2. Conscientiousness.
3. Extraversion.
4. Openness.
5. Agreeableness.
6. Neuroticism.

پاسخ‌گوی الزامات روش‌شناختی تحلیل مسیر بود، بلکه موجب افزایش پایایی و تعمیم‌پذیری یافته‌های تحقیق شد.

ابزار

الف. پرسش‌نامه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل

برای سنجش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی از پرسش‌نامه ۲۳ گویه‌ای استفاده شد که توسط خواجه احمدی و همکاران [۲۳] بر اساس پرسش‌نامه اعتیاد به اینترنت یانگ [۳] طراحی شده است. این پرسش‌نامه شامل چهار عامل است که بر اساس تحلیل عامل اکتشافی مشخص شده‌اند: عملکرد فردی (۹ گویه)، مدیریت زمان (۶ گویه)، خودکنترلی (۴ گویه) و روابط اجتماعی (۴ گویه). با نمره‌گذاری روی طیف لیکرت (۱ الی ۵) برای هر گویه، حداقل امتیاز کل پرسش‌نامه ۲۳ و حداکثر امتیاز کل پرسش‌نامه ۱۱۵ است. پرسش‌ها بر اساس مقیاس لیکرت پنج امتیازی نمره‌گذاری می‌شوند و نمرات بالاتر بیانگر وابستگی بیشتر به شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد. شاخص و نسبت روایی محتوایی پرسش‌نامه به ترتیب ۰/۹۵ و ۰/۸۶ محاسبه شده است و پایایی این پرسش‌نامه به روش همسانی درونی با ضریب آلفای کرونباخ ۹۲ درصد گزارش شده است [۲۳]. در پژوهش حاضر، پایایی پرسش‌نامه در چهار خرده‌مقیاس بررسی شد و ضریب آلفای کرونباخ برای عملکرد فردی ۰/۸۴، مدیریت زمان ۰/۸۳، خودکنترلی ۰/۶۷ و روابط اجتماعی ۰/۶۳ به دست آمد. این ضرایب نشان‌دهنده پایایی مناسب برای زیر مقیاس‌های این پرسش‌نامه می‌باشند.

ب. فرم کوتاه پرسش‌نامه سنجش صفات پنج‌گانه شخصیتی^۱ (NEO-FFI)

فرم کوتاه پرسش‌نامه سنجش صفات پنج‌گانه شخصیتی (نئو) که توسط کاستا و مک کری^۲ [۲۴] طراحی شده است پنج ویژگی شخصیتی روان‌رنجوری، برون‌گرایی، تجربه‌پذیری، سازگاری و وظیفه‌شناسی افراد را با ۶۰ گویه مورد سنجش قرار می‌دهد. هر صفت شخصیتی از طریق ۱۲ پرسش سنجیده می‌شود و نمرات بالاتر نشان‌دهنده وجود بیشتر آن صفت در فرد است. این پرسش‌نامه بر اساس مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای تنظیم شده و ضرایب پایایی

توجه به شواهد فوق، می‌توان نتیجه گرفت که عزت‌نفس می‌تواند به‌عنوان متغیری میانجی، مسیر تأثیر صفات شخصیتی بر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را تبیین کند. با این وجود، مرور ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که تاکنون مطالعات اندکی به‌طور خاص به بررسی نقش میانجی عزت‌نفس در رابطه میان صفات شخصیتی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در جمعیت دانشجویان پرداخته‌اند. در نتیجه، هدف پژوهش حاضر ارائه مدلی برای بررسی این روابط و پاسخ به این پرسش بود که آیا عزت‌نفس می‌تواند نقش میانجی در ارتباط بین صفات شخصیتی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی ایفا کند؟

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر، توصیفی از نوع همبستگی با تأکید بر تحلیل مسیر است. داده‌های پژوهش از نوع کمی بود که به وسیله پرسش‌نامه‌ها گردآوری شد. این داده‌ها در بستر میدانی جمع‌آوری گردید. هدف کاربردی پژوهش نیز کمک به حل مسئله اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در میان دانشجویان از طریق تعیین نقش صفات شخصیتی با میانجی‌گری عزت‌نفس بود. جامعه آماری این تحقیق، دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی یکی از واحدهای استان تهران بودند. این دانشجویان در مقاطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری در سال ۱۴۰۲-۱۴۰۳ تحصیل می‌کردند. از آنجا که بیشتر دانشجویان خانم بودند و نسبت جنسیتی نمی‌توانست در این مطالعه به‌طور یکسان باقی بماند. نمونه‌گیری در پژوهش حاضر، به روش **خوشه‌ای تصادفی چندمرحله‌ای** انجام شد. در این روش، به‌جای انتخاب مستقیم افراد، ابتدا گروه‌هایی مانند دانشکده‌ها به‌صورت تصادفی انتخاب شده و سپس از میان این گروه‌ها نمونه‌گیری صورت می‌گیرد [۲۰]. در زمینه تعیین حجم نمونه برای تحلیل مسیر، که یکی از زیرمجموعه‌های تحلیل مدل‌های معادلات ساختاری محسوب می‌شود، پژوهشگران توصیه‌های متعددی ارائه کرده‌اند؛ برخی صاحب‌نظران حداقل حجم نمونه را ۲۰۰ نفر پیشنهاد کرده‌اند، در حالی که گروهی دیگر معتقدند تعداد نمونه باید حداقل ۱۰ تا ۲۰ برابر تعداد پارامترهای قابل‌برآورد یا مسیرهای موجود در مدل باشد [۲۲]. با در نظر گرفتن این ملاحظات، در پژوهش حاضر ۴۳۹ نفر شرکت داشتند که این میزان، نه‌تنها

1. NEO- Five Factor Inventory (NEO-FFI).

2. Costa & McCrae.

ایران نیز آزمون نئو در مطالعات مختلف هنجاریابی شده است [۲۶، ۲۷]. در پژوهش حاضر، ضریب آلفای کرونباخ برای ابعاد مختلف شخصیت به شرح زیر به دست آمد: روان‌رنجوری (۰/۷۵)، برون‌گرایی (۰/۷۸)، تجربه‌پذیری (۰/۶۳)، سازگاری (۰/۶۷) و وظیفه‌شناسی (۰/۸۱).

بازآزمایی آن برای پنج عامل شخصیتی بین ۰/۸۵ تا ۰/۹۰ گزارش شده است که نشان‌دهنده پایداری بالای نمرات در طول زمان است. همچنین، ضرایب آلفای کرونباخ برای پنج عامل این آزمون به طور متوسط بالای ۰/۷۰ است که همسانی درونی مناسب این ابزار را نشان می‌دهد [۲۵].

جدول ۱. ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیرهای تحقیق	میانگین	انحراف استاندارد	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۱. شخصیت - روان‌رنجوری	۲۵/۱۹	۸/۶۸	-					
۲. شخصیت - برون‌گرایی	۲۶/۰۳	۷/۱۸	-۰/۵۳**	-				
۳. شخصیت - تجربه‌پذیری	۲۷/۹۷	۶/۱۸	-۰/۰۹	۰/۱۴**	-			
۴. شخصیت - سازگاری	۲۸/۱۲	۶/۸۸	-۰/۴۴**	۰/۴۹**	۰/۱۲**	-		
۵. شخصیت - وظیفه‌شناسی	۳۲/۱۷	۷/۲۴	-۰/۵۳**	۰/۴۶**	۰/۲۰**	۰/۴۱**	-	
۵. عزت نفس	۱۷/۷۶	۴/۹۴	-۰/۶۶**	۰/۵۲**	۰/۲۰**	۰/۵۰**	۰/۵۶**	-
۶. اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	۵۸/۲۹	۱۱/۱۶	۰/۴۳**	-۰/۳۱**	-۰/۲۷**	-۰/۲۸**	-۰/۴۷**	-۰/۵۴**

$0.05 > P^*$ و $0.01 > P^{**}$

شرکت کردند. در بین شرکت‌کنندگان ۱۲ نفر (۲/۷ درصد) در مقطع کاردانی، ۳۴۹ نفر (۷۹/۵ درصد) در مقطع کارشناسی، ۵۹ نفر (۱۳/۴ درصد) در مقطع کارشناسی ارشد و ۱۹ نفر (۴/۳ درصد) در مقطع دکتری مشغول به تحصیل بودند. لازم به توضیح است که ۳۸۱ نفر (۸۶/۸ درصد) از شرکت‌کنندگان مجرد، ۴۶ نفر (۱۰/۵ درصد) متأهل و ۳ نفر (۰/۷ درصد) از همسر خود جدا شده بودند. گفتنی است که ۹ نفر از شرکت‌کنندگان وضعیت تأهل خود را مشخص نمودند. جدول ۱ میانگین، انحراف استاندارد و ضرایب همبستگی بین صفات شخصیت (روان‌رنجوری، برون‌گرایی، تجربه‌پذیری، سازگاری و وظیفه‌شناسی)، عزت نفس و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را نشان می‌دهد.

جدول ۱ نشان می‌دهد که همبستگی بین متغیرها در جهت مورد انتظار و همسو با تئوری‌های حوزه پژوهش است. در این پژوهش به منظور ارزیابی نرمال بودن توزیع داده شاخص‌های کشیدگی و چولگی و به منظور ارزیابی مفروضه همخطی بودن مقادیر عامل تورم واریانس^۲ (VIF) و ضریب تحمل^۳ مورد بررسی قرار گرفت که نتایج آن در جدول ۲ ارائه شده است.

ج. پرسش‌نامه عزت نفس روزنبرگ^۱

پرسش‌نامه عزت نفس روزنبرگ [۲۸] عزت نفس کلی و ارزش شخصی را اندازه‌گیری می‌کند. این پرسش‌نامه از ۱۰ گویه تشکیل شده است که میزان رضایت از زندگی و حس خوب داشتن نسبت به خود را می‌سنجد. آزمودنی می‌بایست براساس مقیاس لیکرت چهار درجه‌ای به عبارات آزمون پاسخ دهد. دامنه نمرات این مقیاس از ۱۰ تا ۴۰ است که نمرات بالاتر نشان‌دهنده عزت نفس بالاتر است. ضریب پایایی این آزمون بر اساس مقیاس گاتمن ۰/۹۲ و بر اساس روش پایایی آزمون مجدد ۰/۸۵ و ۰/۸۸ توسط روزنبرگ [۲۸] گزارش شده است. با استناد به پژوهش‌های پیشین در ایران نیز، این آزمون از روایی و پایایی مطلوب برخوردار می‌باشد [۲۹، ۳۰]. رجبی و بهلول [۳۰] نتایج ضرایب همسانی درونی ماده‌ها را در تمام نمونه دانشجویی ۰/۸۴، در دانشجویان پسر ۰/۸۷ و در دانشجویان دختر ۰/۸۰ گزارش دادند. آلفای کرونباخ این پرسش‌نامه در پژوهش حاضر ۰/۸۸ به دست آمد.

یافته‌ها

در پژوهش حاضر ۴۳۹ دانشجو (۳۴۵ زن و ۹۴ مرد) با میانگین و انحراف استاندارد سنی ۲۳/۴۸ و ۴/۱۹ سال

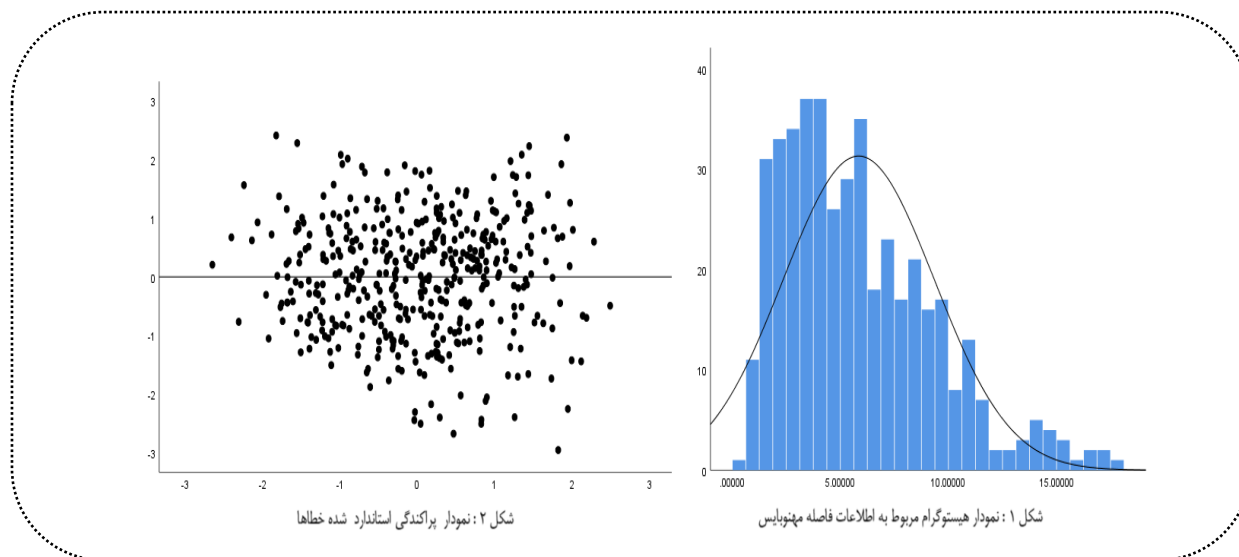
2 . Variance Inflation Factor.

3 . Tolerance.

1 . Rosenberg Self-Esteem Scale.

جدول ۲. بررسی مفروضه‌های نرمال بودن و همخطی بودن

مفروضه همخطی بودن		مفروضه نرمال بودن		متغیر
تورم واریانس	ضریب تحمل	کشیدگی	چولگی	
۲/۰۲	۰/۴۹	-۰/۵۹	-۰/۰۳	۱. شخصیت - روان‌رنجوری
۱/۶۶	۰/۶۰	-۰/۱۹	-۰/۱۳	۲. شخصیت - برون‌گرایی
۱/۰۷	۰/۹۴	-۰/۴۳	۰/۰۲	۳. شخصیت - تجربه‌پذیری
۱/۵۱	۰/۶۶	-۰/۲۴	۰/۰۷	۴. شخصیت - سازگاری
۱/۶۵	۰/۶۱	-۰/۱۳	-۰/۱۱	۵. شخصیت - وظیفه‌شناسی
۲/۱۹	۰/۴۶	۱/۰۶	۰/۰۹	عزت نفس
-	-	-۰/۴۹	۰/۱۷	اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی



منظور ارزیابی برقراری/ برقراری نبودن مفروضه نرمال بودن توزیع داده‌های چند متغیری، از تحلیل اطلاعات مربوط به «فاصله مهنوبیس^۲» استفاده شد. مقادیر چولگی و کشیدگی آن اطلاعات به ترتیب برابر با ۰/۹۲ و ۰/۵۶ به دست آمد، بنابراین ارزش مقادیر چولگی و کشیدگی اطلاعات مزبور در محدوده ± 2 قرار داشت. این یافته بیانگر برقراری مفروضه نرمال بودن توزیع داده‌های چند متغیری در بین داده‌ها بود. در نهایت به منظور ارزیابی مفروضه همگنی واریانس‌ها نمودار پراکندگی واریانس‌های استاندارد شده خطاها^۳ مورد بررسی و نتایج نشان داد که آن

جدول ۲ نشان می‌دهد که مقادیر کشیدگی و چولگی همه متغیرها در محدوده ± 2 قرار دارد. این یافته بیانگر آن است که مفروضه نرمال بودن توزیع داده‌های تک متغیری در بین داده‌ها برقرار است [۲۲]. همچنین براساس نتایج جدول ۲ می‌توان گفت، مفروضه همخطی بودن نیز در میان داده‌های پژوهش حاضر برقرار بود. زیرا که مقادیر ضریب تحمل متغیرهای پیش بین بزرگتر از ۰/۱ و مقادیر عامل تورم واریانس هر یک از آن‌ها کوچک‌تر از ۱۰ بود. منطبق بر دیدگاه میرز و همکاران^۱ [۳۱] ضریب تحمل کمتر از ۰/۱ و ارزش عامل تورم واریانس بالاتر از ۱۰ نشان‌دهنده برقراری نبودن مفروضه همخطی بودن است. در این پژوهش به

2 . Mahalanobis Distance (D).
3 . Standardized Residuals.

1 . Meyers.

برازندگی کامل فرض شده؛ بنابراین برآورد نمی‌شود [۳۲]. در ادامه ارزیابی پارامترها نشان داد که ضرایب مسیر بین عامل‌های برون‌گرایی، روان‌رنجوری و سازگاری شخصیت با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی غیر معنادار است؛ بنابراین سه مسیر مزبور حذف و با این عمل درجه آزادی به ۳ افزایش یافت. جدول ۳ شاخص‌های برازندگی مدل بعد از اصلاح را نشان می‌دهد.

منطبق بر نتایج جدول ۳، به دنبال اصلاح شاخص‌های برازندگی قابل قبول برای مدل به دست آمد. جدول ۴ ضرایب مسیر بین متغیرها را نشان می‌دهد.

جدول ۴ نشان می‌دهد، ضریب مسیر بین عزت نفس و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی ($\beta = -0.383, P = 0.006$) منفی و معنادار است. از بین صفات شخصیت ضرایب مسیر مستقیم بین وظیفه‌شناسی ($\beta = -0.224, P = 0.001$) و تجربه‌پذیری ($\beta = -0.146, P = 0.002$) با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی منفی و معنادار بود. همان‌گونه که شکل ۳ نشان می‌دهد، ضرایب مسیر مستقیم بین عامل‌های برون‌گرایی، روان‌رنجوری و سازگاری با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در جریان اصلاح مدل حذف شد؛ بنابراین رابطه مستقیم معناداری بین برون‌گرایی، روان‌رنجوری و سازگاری با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود ندارد.

منطبق بر نتایج جدول ۴ ضریب مسیر غیرمستقیم بین عامل‌های وظیفه‌شناسی ($\beta = -0.069, P = 0.001$)، تجربه‌پذیری ($\beta = -0.33, P = 0.010$)، سازگاری ($\beta = -0.01, P = -0.046, P = 0.008$) و برون‌گرایی ($\beta = -0.075, P = 0.008$) شخصیت با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی منفی و ضریب مسیر غیر مستقیم بین عامل روان‌رنجوری شخصیت و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی ($P = 0.001$) مثبت و معنادار بود. براین اساس، نتایج پژوهش حاضر نشان داد که در میان دانشجویان، عزت‌نفس رابطه بین صفات برون‌گرایی، سازگاری، تجربه‌پذیری و وظیفه‌شناسی شخصیت با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی را به صورت منفی میانجی‌گری می‌کند، در حالی که رابطه بین عامل روان‌رنجوری و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی را به صورت مثبت و معنادار میانجی‌گری نمود. شکل ۳ مدل پژوهش را با استفاده از داده‌های استاندارد نشان می‌دهد.

مفروضه نیز در بین داده‌ها برقرار است. شکل ۱ و ۲ به ترتیب نمودار هیستوگرام مربوط به اطلاعات فاصله مهلبویاس و نمودار پراکندگی استاندارد شده خط‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۳. شاخص‌های برازش مدل

شاخص‌های برازندگی	مدل	نقطه برش ^۱
مجذور کای ^۲	۵/۱۴	-
درجه آزادی مدل	۳	-
χ^2/df	۱/۷۱	کمتر از ۳
GFI ^۴	۰/۹۹۷	۰/۹۰ >
AGFI ^۵	۰/۹۶۹	۰/۸۵۰ >
CFI ^۶	۰/۹۹۸	۰/۹۰ >
RMSEA ^۷	۰/۰۴۰	۰/۰۸ <

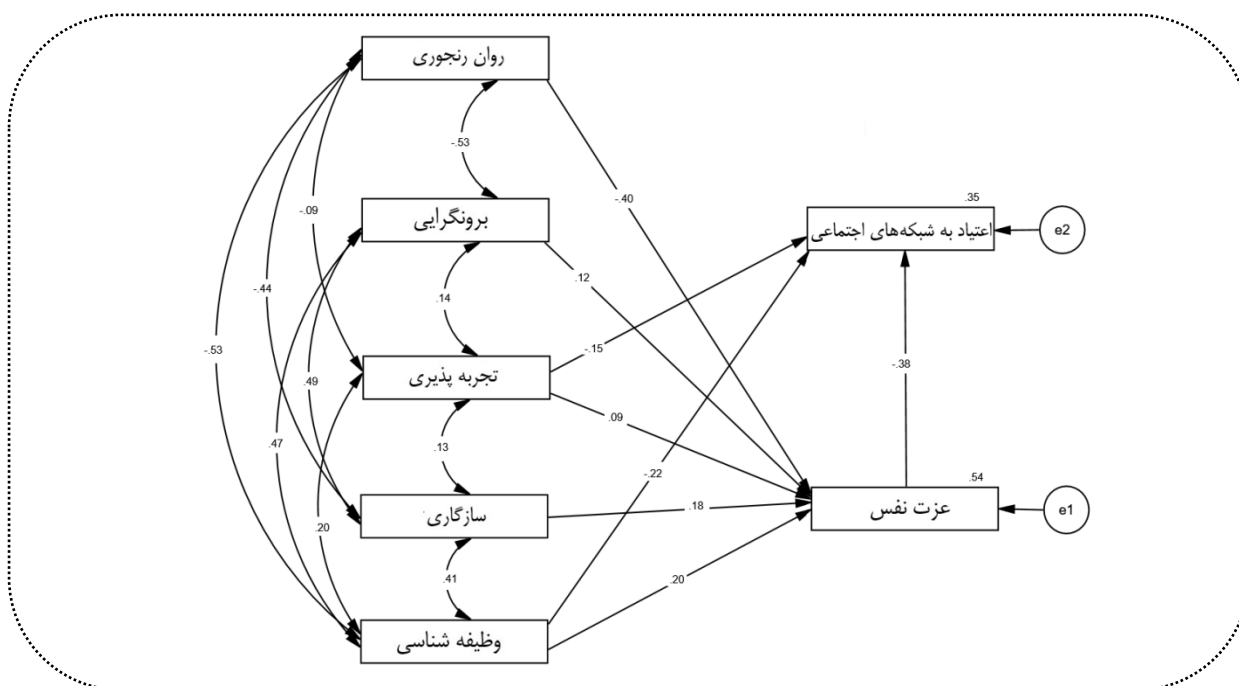
پس از ارزیابی مفروضه‌ها و اطمینان از برقراری آن‌ها در بین داده‌ها، چگونگی برازش مدل با داده‌های گردآوری شده مورد بررسی قرار گرفت. به این منظور روش تحلیل مسیر با استفاده از نرم‌افزار AMOS 24.0 و برآورد بیشینه احتمال^۸ (ML) به کار گرفته شد. همچنان که در شکل ۳ ملاحظه می‌شود در مدل پژوهش، ۷ متغیر مشاهده شده وجود داشت؛ بنابراین پارامترهای معلوم $(v+1)/2$ برابر با ۲۸ و پارامترهای مجهول نیز برابر با ۲۸ بود. به همین دلیل درجه آزادی که حاصل تفریق پارامترهای مجهول از معلوم است، برابر با صفر به دست آمد. به مدل‌هایی که در آن درجه آزادی برابر با صفر باشد مدل همانند گفته می‌شود، در مدل‌های همانند علیرغم محاسبه پارامترها شاخص‌های

۱. نقاط برش براساس دیدگاه کلاین (۲۰۲۳م)

- Chi-Square.
- Normed Chi-Square.
- Goodness Fit Index.
- Adjusted Goodness Fit Index.
- Comparative Fit Index.
- Root Mean Square Error of Approximation.
- Maximum Likelihood.

جدول ۴. ضرایب مسیر مستقیم و غیر مستقیم بین متغیرهای پژوهش^۱

مسیر	متغیرها	b	S.E	β	p
مستقیم	سازگاری \leftarrow عزت‌نفس	۰/۱۸۸	۰/۰۴۵	۰/۱۷۹	۰/۰۰۱
	وظیفه‌شناسی \leftarrow عزت‌نفس	۰/۱۶۱	۰/۰۳۴	۰/۱۹۵	۰/۰۰۱
	تجربه‌پذیری \leftarrow عزت‌نفس	۰/۰۸۳	۰/۰۳۲	۰/۰۸۷	۰/۰۱۰
	برون‌گرایی \leftarrow عزت‌نفس	۰/۰۹۹	۰/۰۳۶	۰/۱۲۰	۰/۰۰۸
	روان‌رنجوری \leftarrow عزت‌نفس	-۰/۲۷۶	۰/۰۲۹	-۰/۴۰۳	۰/۰۰۱
	عزت‌نفس \leftarrow اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	-۱/۱۰۶	۰/۱۴۰	-۰/۳۸۳	۰/۰۰۱
	وظیفه‌شناسی \leftarrow اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	-۰/۵۳۱	۰/۱۱۹	-۰/۲۲۴	۰/۰۰۱
	تجربه‌پذیری \leftarrow اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	-۰/۴۰۷	۰/۱۱۴	-۰/۱۴۶	۰/۰۰۱
غیرمستقیم ^۲	وظیفه‌شناسی \leftarrow اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	-۰/۲۰۰	۰/۰۵۴	-۰/۰۶۹	۰/۰۰۱
	سازگاری \leftarrow اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	-۰/۱۷۸	۰/۰۴۵	-۰/۰۷۵	۰/۰۰۱
	تجربه‌پذیری \leftarrow اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	-۰/۰۹۲	۰/۰۳۸	-۰/۰۳۳	۰/۰۱۰
	برون‌گرایی \leftarrow اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	-۰/۱۰۹	۰/۰۴۳	-۰/۰۴۶	۰/۰۰۸
	روان‌رنجوری \leftarrow اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	۰/۳۰۵	۰/۰۵۲	۰/۱۵۴	۰/۰۰۱



شکل ۳: پارامترهای استاندارد در مدل ساختاری پژوهش

۱. لازم به توضیح است که ضرایب مسیر مستقیم بین عامل‌های برون‌گرایی، روان‌رنجوری و سازگاری با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در جریان اصلاح مدل حذف شد.

۲. در این پژوهش به منظور برآورد خطای استاندارد مسیرهای غیر مستقیم از روش برآورد بوت استراب با حجم نمونه ۲۰۰۰ استفاده شد.

شخصیت و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی انجام شده است [۵، ۱۰، ۱۱] پر واضح است که صفات شخصیتی ارتباط آشکاری با سلامت جسم و روان، عملکرد تحصیلی و کاری و دیگر جنبه‌های زندگی دارند و می‌توانند پیشبینی‌کننده رفتار افراد در موقعیت‌های مختلف باشند که اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی نیز یکی از این موقعیت‌هاست [۳۴، ۳۵].

افراد وظیفه شناس معمولاً در کارها دقیق و منظم هستند، اهداف بلندمدت دارند و می‌توانند رفتارهای خود را به خوبی کنترل کنند. آن‌ها کارهایشان را اولویت‌بندی می‌کنند و معمولاً قبل از اقدام به هر کاری جوانبش را بررسی می‌کنند. از دیگر مشخصات این افراد این است که در پیگیری جزئیات مهارت دارند و برای رسیدن به اهداف خود سخت تلاش می‌کنند [۲۵]. بنابراین، فردی که از ویژگی وظیفه‌شناسی بالاتری برخوردار است، قادر خواهد بود زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی را بهتر کنترل کند. از این رو، انتظار می‌رود عامل وظیفه‌شناسی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را به صورت منفی پیش‌بینی کند. یافته‌های پژوهش حاضر نیز همانند تحقیقات پیشین [۵، ۱۱] مؤید همین موضوع است.

مرور ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که افراد تجربه‌پذیر با برخوردار از قدرت تخیل بالا، خلاق‌تر هستند. این افراد روحیه‌ای ماجراجو دارند و بدیع و کنجکاو ارزیابی می‌شوند. صفت تجربه‌پذیری به میزان تمایل فرد به تجربه‌های جدید و پذیرفتن ایده‌ها و تفکرات نو اشاره دارد [۲۵]. یافته پژوهش را می‌توان چنین تبیین کرد که افرادی که دارای تجربه‌پذیری بالایی هستند، به‌طور طبیعی به دنبال تجربه‌های جدید، یادگیری، و فعالیت‌های فکری چالش‌برانگیز هستند و کمتر به عادات محدودکننده و تکراری تمایل دارند. در نتیجه، افرادی که در این ویژگی نمره بالایی دارند، کمتر تمایل دارند که زمان خود را به فعالیت‌های منفعلانه و تکراری مانند استفاده افراطی از شبکه‌های اجتماعی اختصاص دهند. در مقابل، این افراد به فعالیت‌هایی روی می‌آورند که برایشان ارزش فکری و تجربه‌ای بیشتری دارد و تجربه‌پذیری بالا می‌تواند به عنوان یک عامل محافظتی در برابر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی عمل کند.

شکل فوق نشان می‌دهد که مقدار مجموع مجذور همبستگی‌های چندگانه (R^2) برای متغیر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی برابر با ۰/۳۵ است، این یافته بیانگر آن است که صفات شخصیت و عزت‌نفس در مجموع توانسته‌اند ۳۵ درصد از واریانس اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را در بین دانشجویان تبیین کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، به منظور بررسی رابطه بین صفات شخصیتی با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی با در نظر گرفتن نقش میانجی عزت‌نفس مدلی، مدلی طراحی شد که در آن فرض گردید صفات شخصیتی هم به صورت مستقیم و هم از طریق عزت‌نفس بر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی تأثیرگذار باشند. نتایج تحلیل مسیر نشان داد که مدل پژوهش با داده‌های جمع‌آوری شده برازش دارد، به این معنا که مدل پیشنهادی توانسته است روابط بین متغیرهای پیش‌بین (صفات شخصیتی) و متغیر ملاک (اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی) را به درستی تبیین کند. همچنین، یافته‌ها بیانگر آن بود که صفات شخصیتی علاوه بر اثر مستقیم، به طور غیرمستقیم و هم از طریق متغیر میانجی عزت‌نفس نیز با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مرتبط هستند.

نتایج تحلیل مسیر نشان داد که از میان صفات شخصیت، عامل‌های وظیفه‌شناسی و تجربه‌پذیری به صورت مستقیم و غیرمستقیم رابطه منفی و معناداری با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی دارند؛ به طوری که دانشجویانی با سطوح بالاتر این دو ویژگی، کمتر دچار استفاده افراطی از شبکه‌های اجتماعی می‌شوند. در مقابل، سه ویژگی برون‌گرایی، سازگاری و روان‌رنجوری رابطه مستقیمی با اعتیاد نداشتند و به دلیل نبود معناداری آماری از مدل نهایی حذف شدند. این یافته حاکی از آن است که تأثیر این صفات از طریق سازوکارهای میانجی، به ویژه عزت‌نفس اعمال می‌شود. در واقع، نقش محافظتی یا آسیب‌پذیرکننده این ویژگی‌ها تنها زمانی آشکار می‌شود که با عزت‌نفس فرد ترکیب شود. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های هاوی و ساماها [۵]، هانگ [۱۱] و تکین و تورهان [۳۳] همسو است. در تبیین این یافته پژوهش می‌توان گفت، با توجه به مطالعات بسیاری که در مورد ارتباط بین جنبه‌های مختلف

که افرادی که عزت‌نفس بالاتری دارند، کمتر به تأییدات بیرونی و لایک‌ها و نظرات دیگران در شبکه‌های اجتماعی نیاز دارند. آن‌ها به دلیل احساس ارزشمندی و اعتماد به نفس بالاتر، کمتر به شبکه‌های اجتماعی به عنوان منبعی برای افزایش احساس خودارزشی متوسل می‌شوند. بنابراین، این افراد بیشتر از شبکه‌های اجتماعی به شکلی متعادل و در مواقع ضروری استفاده می‌کنند و کمتر به آن وابسته می‌شوند. در مقابل، افرادی که عزت‌نفس پایینی دارند، به دنبال جبران این کمبود از طریق تأییدات و توجه بیرونی هستند. شبکه‌های اجتماعی به این افراد فرصت می‌دهند تا از طریق لایک‌ها، کامنت‌ها و تعاملات مجازی، احساس ارزشمندی و توجه را کسب کنند. به همین دلیل، این افراد بیشتر به شبکه‌های اجتماعی وابسته می‌شوند و به نوعی به این بستر اجتماعی مجازی معتاد می‌شوند.

یافته‌ها چنین نشان داد که در بین دانشجویان، عزت‌نفس به طور معناداری رابطه بین برخی ویژگی‌های شخصیتی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی را میانجی‌گری می‌کند؛ به گونه‌ای که عزت‌نفس رابطه منفی بین برون‌گرایی، سازگاری، تجربه‌پذیری و وظیفه‌شناسی شخصیت با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی و رابطه مثبت بین روان‌رنجوری و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی برقرار می‌سازد. به عبارت دیگر، افرادی که عزت‌نفس بیشتری دارند و ویژگی‌های شخصیتی مثبت را نیز در حد بالاتری دارند، کمتر به شبکه‌های اجتماعی مجازی معتاد می‌شوند و در مقابل، افراد با عزت‌نفس پایینی و روان‌رنجوری بالا برای اعتیاد به این شبکه‌ها مستعدتر هستند. به طور کلی، عزت‌نفس به عنوان یک عامل حمایتی می‌تواند تأثیر ویژگی‌های شخصیتی مثبت را در کاهش گرایش به رفتارهای اعتیادی تقویت کند.

یافته‌های این تحقیق با یافته‌های مطالعات هانگ و همکاران [۳۸]، کار و سینگ [۱۹]، امیرعزندی و امیرعزندی [۱۸] همسو است. یافته‌های تحقیق حاضر را چنین می‌توان تبیین کرد که افراد وظیفه‌شناس معمولاً به برنامه‌ریزی و دستیابی به اهداف بلند مدت متعهد هستند [۲۵]، به همین دلیل عزت‌نفس بالا به آن‌ها کمک می‌کند که کمتر به شبکه‌های اجتماعی وابسته شوند و زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی خود را بهتر مدیریت کنند. از سوی دیگر، افراد برون‌گرا ذاتاً دارای سطح بالایی از

بنابر آنچه در یافته‌های پژوهش مشاهده شد، ضریب مسیر بین عزت‌نفس و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی منفی و معنادار بود و چنین نتیجه‌گیری شد که عزت‌نفس به صورت منفی و معنادار اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی را در دانشجویان پیش‌بینی می‌کند. به این معنی که عزت‌نفس پایین با افزایش اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و عزت‌نفس بالا با کاهش این اعتیاد همراه است. یافته‌های مطالعات لی و چونگ [۱۵]، آچار و همکاران [۴] و اندریسن و همکاران [۱۲] با یافته‌های پژوهش حاضر در یک راستا است. لازم به ذکر است که رابطه بین عزت‌نفس و رسانه‌های اجتماعی پیچیده و دو جانبه است. برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهند، پذیرش و استفاده نامناسب از رسانه‌های اجتماعی عزت‌نفس و ارزش ذهنی فرد را به خطر انداخته است و برخی دیگر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را متأثر از عزت‌نفس پایین ارزیابی کرده‌اند [۱۴، ۱۵]. به هر حال، عزت‌نفس همواره یک موضوع جالب در روان‌شناسی بوده است و علت این جذابیت تأثیر مهم آن بر جنبه‌های مختلف زندگی مانند عملکرد تحصیلی، پذیرش اجتماعی، سلامت جسمانی و حتی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی است [۱۵، ۱۶].

عزت‌نفس به میزان ارزش و احترامی که فرد برای خود قائل است اشاره دارد. افرادی که عزت‌نفس بالایی دارند، نسبت به خود نگرش مثبتی دارند، به توانایی‌های خود اطمینان دارند و کمتر به تأییدات و توجهات بیرونی نیاز دارند. از سوی دیگر، افرادی که عزت‌نفس پایینی دارند، بیشتر در جستجوی تأیید و توجه از دیگران هستند و به دنبال راه‌هایی برای افزایش احساس ارزشمندی خود می‌گردند [۲۸]. داشتن عزت‌نفس بالا پیامدهای مثبت گسترده‌ای از جمله روابط اجتماعی بهتر، موفقیت بیشتر در مدرسه و کار، سلامت روانی و جسمی بهتر و رفتار ضد اجتماعی کمتر دارد [۳۶، ۳۷]. نتایج این پژوهش نشان داده است که عزت‌نفس به صورت منفی و معنادار با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی مرتبط است. این بدان معناست که افرادی که عزت‌نفس بالاتری دارند، کمتر به شبکه‌های اجتماعی وابسته می‌شوند. در مقابل، افرادی که عزت‌نفس پایینی دارند، بیشتر به دنبال تأیید و توجه در شبکه‌های اجتماعی هستند و احتمال بیشتری برای اعتیاد به این پلتفرم‌ها دارند. در تبیین این مطالب چنین می‌توان گفت

افرادی که روان‌رنجوری بالایی دارند معمولاً به دلیل حساسیت به استرس و اضطراب بیشتر، از شبکه‌های اجتماعی به عنوان مکانیسمی برای فرار از احساسات منفی استفاده می‌کنند. اگر این افراد عزت نفس پایینی نیز داشته باشند، احتمال بیشتری دارد که به شبکه‌های اجتماعی معتمد شوند تا از طریق آن تأیید و آرامش بیشتری دریافت کنند.

یافته‌های تحلیل مسیر نشان داد، مدل پژوهش از برازش مطلوبی برخوردار است و صفات شخصیتی هم به صورت مستقیم و هم از طریق عزت نفس با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در ارتباط هستند. وظیفه‌شناسی و تجربه‌پذیری به طور مستقیم و منفی با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مرتبط بودند. در حالی که رابطه مستقیم برون‌گرایی، سازگاری و روان‌رنجوری با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی معنادار نبود و از مدل نهایی حذف شد. این عدم معناداری می‌تواند به نقش پنهان و غیرمستقیم این ویژگی‌ها از طریق عزت نفس اشاره داشته باشد. از سوی دیگر، عزت نفس به طور مستقیم و منفی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را پیش‌بینی کرد و همچنین رابطه منفی بین صفات برون‌گرایی، سازگاری، تجربه‌پذیری و وظیفه‌شناسی و رابطه مثبت روان‌رنجوری با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را به صورت معناداری میانجی‌گری نمود. در واقع، افراد با عزت نفس بالا و ویژگی‌های شخصیتی برون‌گرا، سازگار، تجربه‌پذیر و وظیفه‌شناس تمایل کمتری به استفاده افراطی از شبکه‌های اجتماعی دارند. در حالی که، افراد با عزت نفس پایین و روان‌رنجور خوبی بالا بیشتر در معرض این نوع وابستگی هستند.

محدودیت‌ها و پیشنهادهای پژوهش

این پژوهش با چند محدودیت همراه بوده است. نخست، جامعه آماری تحقیق شامل دانشجویان بود و با توجه به تعداد بیشتر دانشجویان زن نسبت به مرد، این عدم توازن جنسیتی در نتایج پژوهش نیز منعکس شد؛ به گونه‌ای که ۶/۷۸ درصد پاسخ‌دهندگان را زنان تشکیل دادند. دوم، یافته‌های پژوهش تنها بر اساس داده‌های گردآوری شده از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران به دست آمده است؛ بنابراین تعمیم نتایج به سایر دانشگاه‌ها باید با احتیاط صورت گیرد. سوم، تعداد زیاد گویه‌های پرسش‌نامه منجر به

انرژی هستند و تمایل دارند همواره فعال باشند و با بودن در اجتماع احساسات شادی و خوشی را تجربه می‌کنند [۲۵]. حال اگر این افراد از عزت نفس بالایی نیز بهره‌مند باشند، کمتر به تأییدات مجازی و آنلاین وابسته می‌شوند زیرا این افراد معمولاً از تعاملات واقعی اجتماعی لذت می‌برند و بهره‌مند می‌شوند و از لحاظ روانی ضرورتی حس نمی‌کنند که اوقات خود را به طور افراطی در شبکه‌های مجازی صرف کنند. صفت سازگاری نیز باعث می‌شود که افراد در تعاملات اجتماعی موفق‌تر عمل کنند و حمایت‌های عاطفی بیشتری دریافت کنند. این تعاملات مثبت، به طور مستقیم عزت نفس آن‌ها را تقویت می‌کند، زیرا افراد احساس می‌کنند که مورد تأیید و احترام دیگران هستند. از آنجایی که این افراد نیاز کمتری به تأیید اجتماعی از طریق شبکه‌های اجتماعی دارند، احتمال استفاده افراطی و اعتیاد به این بستر اجتماعی مجازی کاهش می‌یابد. همچنین، افراد تجربه‌پذیر به دلیل تمایل به کاوش و یادگیری، معمولاً در فعالیت‌هایی شرکت می‌کنند که به رشد شخصی و اجتماعی آن‌ها کمک می‌کند [۲۵]. این رویکرد فعالانه به زندگی، احساس ارزشمندی درونی و عزت نفس بالاتری را در این افراد ایجاد می‌کند. در نتیجه، این افراد کمتر به شبکه‌های اجتماعی به عنوان منبعی برای احساس رضایت و تأیید شخصی روی می‌آورند. در نتیجه، عزت نفس رابطه بین عامل‌های برون‌گرایی، سازگاری، تجربه‌پذیری و وظیفه‌شناسی شخصیت با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی را به صورت منفی میانجی‌گری می‌کند و می‌تواند به عنوان یک عامل محافظتی عمل کند و از وابستگی به شبکه‌های اجتماعی جلوگیری کند.

در مقابل، افراد روان‌رنجور سطح نسبتاً بالایی از احساسات منفی مانند اضطراب، استرس و ناپایداری عاطفی را تجربه می‌کنند و گاهی حساس و بد خلق هستند و احتمالاً از جنبه‌های مختلف زندگی خود ناراضی می‌باشند. این افراد به اندازه کافی احساس امنیت نمی‌کنند و اغلب احساس ناامیدی می‌کنند [۲۵]. حال اگر روان‌رنجوری با عزت نفس پایین عجین شود، قاعدتاً فرد را درگیر تزلزل احساسی بیشتر و استرس مداوم‌تر می‌کند که اینها به نوبه خود قدرت مدیریت مناسب را از فرد می‌گیرند و امکان روی آوردن فرد روان‌رنجور با عزت نفس پایین به رفتارهای اعتیادآور همانند اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بیشتر می‌شود زیرا

سپاسگزاری

نویسندگان از مسئولان و دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی که در اجرای این پژوهش همکاری داشتند، صمیمانه قدردانی می‌نمایند.

منابع

- 1- Salari, N., Zarei, H., Hosseinian-Far, A., Rasoulpoor, S., Shohaimi, S., & Mohammadi, M. The global prevalence of social media addiction among university students: a systematic review and meta-analysis. *Journal of Public Health*. 2025; 33(1): 223-36. <https://doi.org/10.1007/s10389-023-02012-12>
- 2- Casale, S., Akbari, M., Seydavi, M., Benucci, S. B., & Fioravanti, G. Has the prevalence of problematic social media use increased over the past seven years and since the start of the COVID-19 pandemic? A meta-analysis of the studies published since the development of the Bergen social media addiction scale. *Addictive behaviors*. 2023; 147: 107838. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2023.107838>
- 3- Young, K. S. Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & behavior*. 1998; 1(3): 237-44. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>
- 4- Acar, I. H., Avcılar, G., Yazıcı, G., & Bostancı, S. The roles of adolescents' emotional problems and social media addiction on their self-esteem. *Current Psychology*. 2022; 41(10): 6838-47. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01174-5>
- 5- Hawi, N., & Samaha, M. Identifying commonalities and differences in personality characteristics of Internet and social media addiction profiles: traits, self-esteem, and self-construal. *Behaviour & Information Technology*. 2019; 38(2): 110-9. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2018.1515984>
- 6- Andreassen, C. S. Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current addiction reports*. 2015; 2(2): 175-84. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>

طولانی شدن فرایند پاسخ‌گویی شد که احتمالاً بر دقت پاسخ‌ها تأثیر گذاشت؛ به همین دلیل، برخی پرسش‌نامه‌ها به‌طور ناقص تکمیل شدند و از تحلیل کنار گذاشته شدند که این امر توزیع مجدد پرسشنامه‌ها و صرف زمان بیشتر را ضروری ساخت.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد، صفات شخصیتی می‌توانند به‌طور مستقیم و نیز از طریق عزت‌نفس با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مرتبط باشند. بر اساس این نتایج، پیشنهادها کاربردی متعددی ارائه می‌شود. نخست، ارائه خدمات مشاوره‌ای در دانشگاه‌ها با هدف تقویت عزت‌نفس می‌تواند به دانشجویانی که از عزت‌نفس پایین رنج می‌برند کمک کند تا با هیجانات منفی خود بهتر مواجه شوند و وابستگی‌شان به تأیید اجتماعی در فضای مجازی کاهش یابد. تمرین‌هایی نظیر خودپذیری، بازشناسی ارزش‌های فردی و پرورش توانمندی‌های شخصی می‌تواند به افزایش احساس ارزشمندی درونی و کاهش گرایش به استفاده افراطی از شبکه‌های اجتماعی بی‌انجامد. دوم، دانشگاه‌ها می‌توانند با برگزاری برنامه‌های آگاهی‌بخش و آموزشی، سطح شناخت دانشجویان را نسبت به پیامدهای منفی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی ارتقا دهند و مهارت‌های مدیریت زمان را در آنان تقویت کنند. علاوه بر این، معرفی و آموزش نرم‌افزارهای مدیریت زمان می‌تواند ابزاری کارآمد در کنترل استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تمرکز بیشتر بر فعالیت‌های علمی و شخصی باشد.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

به منظور رعایت اصول اخلاق پژوهش، هدف و اهمیت مطالعه به همراه نحوه پاسخ‌گویی به پرسش‌نامه‌ها برای شرکت‌کنندگان تشریح شد و مشارکت آنان با رضایت آگاهانه انجام گرفت. همچنین، محرمانه بودن اطلاعات و ناشناس ماندن پاسخ‌ها تضمین گردید و نیازی به ذکر نام و نام خانوادگی افراد وجود نداشت. این مقاله برگرفته از رساله دکتری بوده و کد اخلاق پژوهش IR.IAU.TNB.REC.1403.233 در تاریخ ۱۴۰۳/۱۱/۰۸ صادر شده است.

حامی مالی

این پژوهش بدون هرگونه حمایت مالی از سوی مؤسسات یا سازمان‌ها انجام پذیرفته است.

- 14-Cingel, D. P., Carter, M. C., & Krause, H.-V. Social media and self-esteem. Current opinion in psychology. 2022; 45: 101304. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101304>.
- 15-Lee, Z. W.-Y., & Cheung, C. M.-K. Problematic use of social networking sites: The role of self-esteem. International Journal of Business and Information. 2014; 9(2): 143. <https://doi.org/10.6702/IJBI.2014.9.2.1>.
- 16-Zeigler-Hill, V., Shackelford, T. K., Hangen, E. J., & Elliot, A. J. Encyclopedia of personality and individual differences. Encyclopedia of Personality and Individual Differences 2020. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-24612-3>
- 17-Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. Online social networking and addiction — a review of the psychological literature. International journal of environmental research and public health. 2011; 8(9): 3528-52. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>.
- 18-Amirazodi, F., & Amirazodi, M. Personality traits and self-esteem. Procedia-Social and Behavioral Sciences. 2011; 29: 713-6. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.11.296>
[In Persian]
- 19-Kaur, A., & Singh, P. G. The relationship between personality and self-esteem towards university students in Malaysia. 4th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPCH 2018); 2019: Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/acpch-18.2019.97>.
- 20-Delavar, A. Research methods in psychology and educational sciences. Tehran: Virayesh Publishing; 2016. **[In Persian]**
- 7- Hosseinvand, P., Savari, K. A comparison of personality traits and loneliness among social network users and non-users. Clin Psychol Personal. 2020; 16(2): 181-9. <https://doi.org/10.22070/cpap.2020.2869>
[In Persian]
- 8- D'Arienzo, M. C., Boursier, V., & Griffiths, M. D. Addiction to social media and attachment styles: a systematic literature review. International Journal of mental health and addiction. 2019; 17: 1094-118. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00082-5>.
- 9- Griffiths, M. D. Social networking addiction: Emerging themes and issues. Journal of Addiction Research & Therapy. 2013; 4(5). <https://doi.org/10.4172/2155-6105.1000e118>.
- 10-Dalvi-Esfahani, M., Niknafs, A., Alaedini, Z., Ahmadabadi, H. B., Kuss, D. J., & Ramayah, T. Social Media Addiction and Empathy: Moderating impact of personality traits among high school students. Telematics and Informatics. 2021;57: 101516. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020> **[In Persian]**
- 11-Huang, C. Social media addiction and personality: A meta-analysis. Asian Journal of Social Psychology. 2022; 25(4): 747-61. <https://doi.org/10.1111/ajsp.12531>.
- 12-Andreassen, C. S., Pallesen, S., Griffiths, M. D. The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. Addictive behaviors. 2017; 64: 287-93. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>.
- 13-Costa, P. T., Jr., McCrae, R. R., & Löckenhoff, C. E. Personality across the life span. Annual review of psychology. 2019; 70(1): 423-48. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-103244>.

- 29-Joshanloo, M., Ghaedi, GH. Re-examining the reliability and validity of the Rosenberg Self-Esteem Scale in Iran. *Clin Psychol Personal.* 2008; 6(2): 49–56. Available from: https://journals.shahed.ac.ir/article_2612.html
[In Persian]
- 30-Rajabi, G., Bahloul, N. Assessing the reliability and validity of the Rosenberg Self-Esteem Scale among first-year students at Shahid Chamran University. *Educ Psychol Res.* 2007; 3(2): 33–48. Available from: <https://www.magiran.com/p685889> **[In Persian]**
- 31-Meyers, L., Gamst, G., Guarino, A. *Applied multivariate design and interpretation thousand oaks.* Thousand Oaks: Sage Publications; 2006.
- 32-Weston, R., Gore, P. A., Jr. A brief guide to structural equation modeling. *The counseling psychologist.* 2006; 34(5): 719-51. <https://doi.org/10.1177/0011000006286345>
- 33-Tekin OA, Turhan AA. Does social media addiction differ by personality traits? A study on undergraduate tourism students. *Journal of Tourism and Services.* 2021; 12(22): 23-41. <https://doi.org/10.29036/jots.v12i22.220>
- 34-Ahmed E, Ahmed S. Social media addiction, personality traits, and disorders: an overview of recent literature. *Current Opinion in Psychiatry.* 2025; 38(1): 72-7. <https://doi.org/10.1097/YCO.0000000000000969>
- 35-Meynadier J, Malouff JM, Schutte NS, Loi NM. Meta-analysis of associations between five-factor personality traits and problematic social media use. *Current Psychology.* 2024; 43(27): 23016-35. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-06052-y>.
- 36-Orth U, Robins RW. Is high self-esteem beneficial? Revisiting a classic question. *American psychologist.* 2022; 77(1): 5. <https://doi.org/10.1037/amp0000922>.
- 21-Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. *Using multivariate statistics (6. Baski).* MA: Pearson. 2013.
- 22-Kline, R. B. *Principles and practice of structural equation modeling:* Guilford publications; 2023.
- 23-Khajeh Ahmadi, M., Pouladi, Sh., Bahreini, M. Design and psychometric evaluation of a mobile-based social network addiction questionnaire. *J Psychiatr Nurs.* 2016; 4(4): 43–51. Available from: <https://www.sid.ir/paper/235829/fa>
[In Persian]
- 24-Costa, P. T., McCrae, R. R. *NEO PI/FFI manual supplement for use with the NEO Personality Inventory and the NEO Five-Factor Inventory:* Psychological Assessment Resources; 1989.
- 25-Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. *Neo Personality Inventory:* American Psychological Association; 2000.
- 26-Anisi, J., Majdian, M., Joshanloo, M., Goharikamel, Z. Validity and reliability of the short form of the NEO Five-Factor Inventory among university students. *J Behav Sci.* 2011; 18(5): 351–6. Available from: <http://noo.rs/LYnGS> **[In Persian]**
- 27-Hosseini, F., Najafi, M., & Mohammadi Far, M. A. The relationship between the Big Five personality traits and depression: The mediating role of self-esteem and self-efficacy. *J Couns Res.* 2019; 18(72): 114–37. <https://doi.org/10.29252/jcr.18.72.114>
[In Persian]
- 28-Rosenberg, M. *Rosenberg self-esteem scale (RSE).* Acceptance and commitment therapy Measures package. 1965; 61(52): 18. <https://doi.org/10.1037/t01038-000>

38-Hong M, Dyakov DG, Zheng J. Self-esteem and psychological capital: Their mediation of the relationship between Big Five personality traits and creativity in college students. *Journal of Psychology in Africa*. 2020; 30(2):119-24.
<https://doi.org/10.1080/14330237.2020.1744286>

37-Solimanifar O, Shaabani F, Rezaei Z, Nikoubakht N. Disposition toward critical thinking, self-esteem, assertiveness, social anxiety and worry in students: A causal model. *Clinical Psychology and Personality*. 2020; 15(2): 155-66.
<https://doi.org/10.22070/CPAP.2020.2825>
[In Persian]