

اعتبار سنجی مقیاس اعتیاد به فضای مجازی با توجه به فرهنگ ایرانی _ اسلامی

عبدالعظیم دهقان^۱، مریم زرنقاش^{۲*}، نادره سهرابی شگفتی^۳، آذرمیدخت رضایی^۴

۱. دانشجوی دکتری روانشناسی تربیتی، گروه روانشناسی و علوم تربیتی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران.

۲. استادیار گروه روانشناسی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران (نویسنده مسئول).

۳. استادیار گروه روانشناسی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران.

۴. استادیار گروه روانشناسی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران.

فصلنامه راهبردهای نو در روان‌شناسی و علوم تربیتی، دوره هشتم، شماره سی، تابستان ۱۴۰۵، صفحات ۵۳-۳۶

چکیده

هدف پژوهش حاضر اعتبار سنجی مقیاس اعتیاد به فضای مجازی با توجه به فرهنگ ایرانی _ اسلامی بوده است. این پژوهش به شناسایی عوامل مؤثر بر اعتیاد به فضای مجازی با رویکرد تجربی و پژوهش آمیخته اکتشافی پرداخته است. در بخش کیفی، داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند با ۳۰ کارشناس آموزش و پرورش جمع‌آوری و تحلیل مضمون شدند. در بخش کمی، الگوی مفهومی استخراج‌شده با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی بر روی داده‌های جمع‌آوری‌شده از دانش‌آموزان کازرون آزمون شد. ابزار تحقیق دارای روایی و پایایی معتبر بوده و تحلیل داده‌ها با نرم‌افزار SPSS انجام شد. در بخش تحلیل عاملی اکتشافی، برای ارزیابی ساختار عاملی پرسشنامه ۵۹ گویه‌ای، تحلیل عاملی اکتشافی با روش مؤلفه‌های اصلی و چرخش واریماکس انجام شد. شاخص KMO و آزمون بارتلت نشان‌دهنده کفایت نمونه‌گیری و مناسب بودن داده‌ها بودند. پس از حذف ۳۱ گویه، تحلیل نهایی منجر به استخراج ۷ عامل با ارزش ویژه بالاتر از یک شد که در مجموع ۶۷/۳۲ درصد واریانس را تبیین کردند. ضرایب آلفای کرونباخ برای تمامی عامل‌ها در سطح مطلوب قرار داشت. نتایج آزمون فریدمن نشان داد عامل فردی بالاترین رتبه را از نظر تأثیرگذاری بر اعتیاد به فضای مجازی دارد، و به ترتیب عوامل فرهنگی، شخصیتی، اجتماعی، خانوادگی، سایر عوامل و مهارتی در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در بخش تحلیل عاملی تأییدی، برای ارزیابی روایی سازه، تحلیل عاملی تأییدی بر اساس پیش‌فرض‌های آماری انجام شد. نتایج نشان داد مدل اندازه‌گیری از برازش مطلوبی برخوردار است و بیشتر بارهای عاملی معنادار بودند. در مدل معادلات ساختاری، عوامل فردی، فرهنگی، اجتماعی، شخصیتی، خانوادگی، مهارتی و سایر عوامل، همگی اثر مستقیم و معناداری بر اعتیاد به فضای مجازی داشتند. بالاترین تأثیر مربوط به عامل فردی ($\beta=0.33$) و کمترین تأثیر مربوط به عامل مهارتی ($\beta=0.12$) بود. شاخص‌های برازش مدل نیز مقادیر قابل قبول و مطلوبی را نشان دادند. نتایج نشان داد که اعتیاد به فضای مجازی پدیده‌ای چندعاملی است که عوامل فردی، فرهنگی و شخصیتی بیشترین نقش را در شکل‌گیری آن دارند. بر این اساس، طراحی مداخلات پیشگیرانه و آموزشی باید با توجه به زمینه‌های فرهنگی - اسلامی و بر مبنای تقویت عوامل مؤثر شناسایی‌شده انجام گیرد.

واژگان کلیدی: اعتیاد به فضای مجازی، الگوهای فرهنگی، ایرانی، اسلامی، تحلیل اکتشافی، تحلیل عاملی تأییدی.

مقدمه

فضای مجازی^۱ به عنوان یکی از دستاوردهای بی بدیل عصر اطلاعات، به بستری گسترده، تعاملی و فرامرزی اطلاق می شود که در آن ارتباطات انسانی، تبادل داده ها، یادگیری، سرگرمی و فعالیت های اقتصادی بدون محدودیت های زمانی و مکانی شکل می گیرد. این فضا، که در ابتدا به عنوان ابزاری تسهیلگر برای ارتباطات شناخته می شد، امروزه به جزئی جدایی ناپذیر از زندگی فردی و اجتماعی تبدیل شده است (الماسی، ۱۴۰۲). گسترش فناوری های دیجیتال و شبکه های ارتباطی موجب شده است که فضای مجازی نه تنها الگوی ارتباط انسان ها را دگرگون سازد، بلکه ساختارهای اقتصادی، فرهنگی، آموزشی (چوپانی و همکاران، ۱۴۰۲) و حتی سبک زندگی جوامع را نیز تحت تأثیر قرار دهد (لی و و کیم^۲، ۲۰۲۴). در چنین شرایطی، تعامل با فضای مجازی دیگر یک انتخاب نیست، بلکه ضرورتی اجتناب ناپذیر برای زیست در جهان مدرن محسوب می شود؛ ضرورتی که در عین حال فرصت هایی چشمگیر و تهدیدهایی پنهان در دل خود دارد (کایوبی^۳، ۲۰۲۵).

فضای مجازی در جهان معاصر، دیگر صرفاً یک ابزار فناورانه نیست، بلکه بستری فراگیر برای شکل دهی به ابعاد مختلف زندگی انسان مدرن است. در عرصه ارتباطات، این فضا مرزهای جغرافیایی را از میان برداشته و تعاملات انسانی را به لحظه ای ترین و گسترده ترین شکل ممکن ارتقا داده است (انجیوین و تران^۴، ۲۰۲۳). در آموزش، با پیدایش کلاس های مجازی، پلتفرم های یادگیری الکترونیکی و منابع بی پایان دیجیتال، فرصت های یادگیری مادام العمر برای همگان فراهم شده است (نوزاد و اسکندرزاده، ۱۴۰۳). سرگرمی نیز با حضور بازی های آنلاین، شبکه های اجتماعی، ویدئوهای تعاملی و محتوای چندرسانه ای به یکی از جذاب ترین کارکردهای فضای مجازی تبدیل شده است. همچنین در حوزه اطلاع رسانی و آگاهی بخشی، فضای مجازی انقلابی بی سابقه ایجاد کرده است؛ به طوری که مردم می توانند در کوتاه ترین زمان، به متنوع ترین منابع خبری و تحلیلی در سطح جهان دسترسی داشته باشند. این قابلیت ها فضای مجازی را به یک زیست جهان نوین بدل ساخته اند؛ زیست جهانی که هم فرصت ساز است و هم نیازمند مراقبت، آگاهی و مدیریت خردمندانه (ناجی و ورسنه سوموسی^۵، ۲۰۲۲).

فضای مجازی در عین آن که فرصت هایی گسترده برای پیشرفت، یادگیری، ارتباط و توسعه فردی و اجتماعی فراهم می آورد، دارای جنبه ای پنهان و در عین حال نگران کننده نیز هست؛ جنبه ای که می توان آن را دوگانگی ذاتی این فضا نامید. از یک سو، این فضا به انسان ها امکان می دهد تا مرزهای محدودکننده زمان و مکان را درنورند، به دانش جهانی دست یابند، کسب و کارهای نوین راه اندازی کنند و در فرآیندهای خلاقانه مشارکت داشته باشند (مشایخ و حاجی زاده، ۱۴۰۲)؛ اما از سوی دیگر، همین فضا می تواند با ایجاد وابستگی های روانی، تضعیف روابط واقعی، تخریب هویت فرهنگی و معنوی (نافیان دهکردی و کریمی، ۱۳۹۹)، و ترویج سبک زندگی مصرف گرایانه و سطحی نگر، تهدیدی جدی برای سلامت روان، انسجام اجتماعی و تعادل فردی باشد. درواقع، فضای مجازی همان قدر که می تواند ابزار رشد و توانمندسازی انسان باشد، در صورت استفاده افراطی و بدون مدیریت، می تواند عاملی برای انزوا، افسردگی (یه^۶ و همکاران، ۲۰۲۳)، اعتیاد و گسست های اجتماعی (پارک^۷ و همکاران، ۲۰۲۳) تلقی گردد.

^۱cyberspace^۲Lee & Kim^۳Chaubey^۴Nguyen & Tran^۵Nagy & Veresne Somosi^۶Ye^۷Park

شناخت این دوگانگی، گامی اساسی در جهت بهره‌مندی آگاهانه و سالم از این پدیده پیچیده و پرنفوذ است (مالیک^۱ و همکاران، ۲۰۲۴).

استفاده افراطی از فضای مجازی، پدیده‌ای رو به گسترش در جوامع امروز است که با پیامدهای عمیق و چندوجهی در سطوح فردی، خانوادگی (حاتمی و همکاران، ۱۴۰۲) و اجتماعی همراه است. یکی از مهم‌ترین آسیب‌های این وابستگی، افت کیفیت روابط انسانی و کاهش تعاملات واقعی چهره‌به‌چهره است که به انزوای اجتماعی و احساس تنهایی می‌انجامد (رتز^۲ و همکاران، ۲۰۲۲). در حوزه روانی، استفاده بی‌رویه از اینترنت با افزایش سطح اضطراب، افسردگی، اختلال خواب، کاهش تمرکز و افت عملکرد تحصیلی و شغلی همراه شده است (وو^۳ و همکاران، ۲۰۲۳). از منظر شناختی و رفتاری، کاربران دچار کاهش آستانه تحمل، رفتارهای تکانشی و وابستگی روانی به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی می‌شوند، به گونه‌ای که گسستن از این فضا برایشان تنش‌زا و دشوار است. در بُعد فرهنگی، فضای مجازی در صورت نبود سواد رسانه‌ای و خودآگاهی کافی، می‌تواند به سست شدن بنیان‌های ارزشی، تضعیف هویت فرهنگی و ترویج سبک زندگی بیگانه و ناهنجار منجر شود. این آسیب‌ها هنگامی نگران‌کننده‌تر می‌شوند که نوجوانان و جوانان به عنوان پرمصرف‌ترین گروه کاربران، بیشترین آسیب‌پذیری را نیز از خود نشان می‌دهند (گائ^۴ و همکاران، ۲۰۲۳).

«اعتیاد به فضای مجازی» نوعی وابستگی رفتاری و روانی است که در آن فرد دچار استفاده مفرط، کنترل‌نشده و غیرضروری از اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، بازی‌های آنلاین یا سایر خدمات فضای دیجیتال می‌شود، به گونه‌ای که این استفاده با اختلال در عملکرد روزمره، افت کارایی و آسیب به کیفیت زندگی همراه است. برخلاف استفاده سالم و هدفمند، در اعتیاد اینترنتی، فرد به صورت وسواسی و اضطرابی جذب فضای مجازی می‌شود و ترک آن با علائم روانی ناخوشایند نظیر بی‌قراری، خشم، اضطراب (ژو^۵ و همکاران، ۲۰۲۳)، یا احساس خلأ همراه است. این نوع اعتیاد می‌تواند پیامدهای روان‌شناختی جدی از جمله افسردگی (فان^۶ و همکاران، ۲۰۲۳)، اضطراب اجتماعی، اختلال خواب و کاهش عزت‌نفس ایجاد کند (مالیک، ۲۰۲۳). در سطح اجتماعی و خانوادگی، روابط میان‌فردی رو به سردی می‌گذارد، تعارض‌های بین نسلی افزایش می‌یابد (اونوکولی^۷ و همکاران، ۲۰۲۳) و از کیفیت تعاملات درون‌خانوادگی کاسته می‌شود. همچنین در بُعد تحصیلی و شغلی، این وابستگی منجر به کاهش تمرکز، افت تحصیلی، اهمال‌کاری، بی‌نظمی و در نهایت نارضایتی از عملکرد شخصی می‌گردد (اسمیت و دویی^۸، ۲۰۲۳)؛ بنابراین، اعتیاد به فضای مجازی نه تنها یک مسئله فردی بلکه معضلی اجتماعی با ابعاد پیچیده و درهم‌تنیده است که نیازمند توجه فوری و رویکردی چندبُعدی است. بر اساس گزارش We Are Social (یک شرکت تحلیل رسانه‌های اجتماعی) و Hootsuite (پلتفرم مدیریت شبکه‌های اجتماعی) در سال ۲۰۲۳، تعداد کاربران اینترنت در جهان به بیش از ۵٫۱۶ میلیارد نفر رسیده که نشان از نفوذ عمیق و گسترده فضای مجازی در زندگی انسان‌ها دارد. از این میان، بیش از ۴٫۷ میلیارد نفر کاربران فعال شبکه‌های اجتماعی‌اند و به طور میانگین بیش از ۲ ساعت و ۳۰ دقیقه در روز را در این فضاها سپری می‌کنند. همچنین طبق آمار سازمان بهداشت جهانی، اعتیاد به

¹Mallick

²Reuter

³Wu

⁴Gao

⁵Zhou

⁶Fan

⁷Onukwuli

⁸Smith & Doe

اینترنت در برخی کشورها به سطح نگران‌کننده‌ای رسیده است؛ به‌گونه‌ای که در برخی جوامع آسیایی، میزان اعتیاد اینترنتی در میان نوجوانان به بیش از ۳۰٪ گزارش شده است (مطالعه انجام‌شده توسط دانشگاه کالج لندن^۱، ۲۰۲۳). در ایران نیز، طبق داده‌های مرکز افکارسنجی ایسپا (۱۴۰۱)، ۸۸ درصد از افراد بالای ۱۸ سال به اینترنت دسترسی دارند و بیش از ۶۰٪ روزانه بین ۳ تا ۶ ساعت در فضای مجازی حضور دارند. یافته‌های برخی پژوهش‌های داخلی نشان می‌دهد که میزان اعتیاد به فضای مجازی در بین دانش‌آموزان و دانشجویان ایرانی در حال افزایش است، به‌طوری‌که در برخی مناطق، نرخ ابتلا به این نوع اعتیاد تا ۴۰٪ نیز گزارش شده است (المدیا و سانتوس^۲، ۲۰۲۴). این آمارها به‌روشنی بیانگر آن است که مسئله اعتیاد به فضای مجازی از یک هشدار فردی فراتر رفته و به چالشی فراگیر در سطح جامعه تبدیل شده که نیازمند واکاوی علمی و فرهنگی است.

بررسی پدیده «اعتیاد به فضای مجازی» در بستر فرهنگی، اجتماعی و دینی جامعه ایران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ چرا که ایران به‌عنوان کشوری با فرهنگ غنی اسلامی - ایرانی، نیازمند رویکردی بومی و متناسب با ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی خود در مواجهه با پدیده‌های نوظهور فناوری است. فضای مجازی، که مرزهای سنتی ارتباطات و تعاملات انسانی را درنوردیده است، می‌تواند در شرایط عدم آگاهی یا مدیریت صحیح، تهدیدی جدی برای فرهنگ و هویت اسلامی - ایرانی به‌وجود آورد. از سوی دیگر، با توجه به نفوذ فضای مجازی در زندگی جوانان و نوجوانان، این پدیده می‌تواند به تضعیف خانواده‌ها، روابط اجتماعی و هنجارهای اجتماعی منجر شود. در ایران، که دین اسلام و آموزه‌های آن نقشی محوری در تعیین رفتارها و ارزش‌های فردی و جمعی دارند، استفاده افراطی و بی‌رویه از فضای مجازی می‌تواند با بی‌توجهی به آموزه‌های دینی و تربیتی همراه باشد و به مشکلاتی چون خودکام‌بینی، کاهش اعتمادبه‌نفس، گسست‌های خانوادگی و هویت اجتماعی دامن بزند؛ بنابراین، تحلیل این پدیده در چارچوب فرهنگ ایرانی - اسلامی نه تنها به شناسایی عوامل مؤثر و راهکارهای مقابله با اعتیاد اینترنتی کمک می‌کند، بلکه می‌تواند الگوهای رفتاری سالم و هم‌راستا با ارزش‌های اسلامی را در مواجهه با این فناوری‌های نوین ارائه دهد.

تفاوت‌های فرهنگی نقش بسزایی در برداشت‌ها، استفاده و کنترل فضای مجازی دارند. در جوامع مختلف، به‌ویژه در جوامع غربی و شرقی، نگرش‌ها نسبت به فضای مجازی و نحوه استفاده از آن تحت تأثیر ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی متفاوت قرار دارد. در کشورهای غربی، به‌طور عمده بر آزادی بیان، دسترسی آزاد به اطلاعات و استفاده فردی از فضای مجازی تأکید می‌شود، و این فضا به‌عنوان ابزاری برای تحقق فردگرایی، خلاقیت و استقلال قلمداد می‌شود (کومار و شرما^۳، ۲۰۲۳). در مقابل، در جوامعی مانند ایران که به‌شدت تحت تأثیر فرهنگ جمع‌گرایانه و ارزش‌های دینی هستند، استفاده از فضای مجازی بیشتر با نگرانی‌هایی همچون آسیب‌های اجتماعی، انحراف از اصول اخلاقی و تهدیدات فرهنگی همراه است. در این جوامع، نگرش به فضای مجازی معمولاً تحت تأثیر باورهای دینی و هنجارهای فرهنگی است که تلاش دارند تا از وقوع بحران‌های اخلاقی و هویتی جلوگیری کنند. علاوه بر این، نحوه کنترل و نظارت بر استفاده از فضای مجازی در کشورهای مختلف نیز متناسب با سیاست‌ها و ارزش‌های فرهنگی آن‌ها متفاوت است. درحالی‌که برخی کشورها نظارت و فیلترینگ محتوا را با هدف حفظ ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی اعمال می‌کنند، کشورهای دیگر بیشتر بر آزادی اطلاعات و محدودیت‌های کمتر در این زمینه تأکید دارند. این تفاوت‌ها نه تنها در رفتار کاربران بلکه در سیاست‌گذاری‌ها و اقدامات قانونی کشورهای مختلف در زمینه فضای مجازی نیز بازتاب دارد و به نوعی می‌تواند بر میزان آسیب‌ها و فرصت‌های این فضا تأثیرگذار باشد (گارسیا و رودریگز^۴، ۲۰۲۴).

¹University College London

²Almeida & Santos

³Kumar & Sharma

⁴Garcia & Rodriguez

فرهنگ اسلامی - ایرانی با تأکید بر آموزه‌های اخلاقی، دینی و اجتماعی، نقشی کلیدی در شکل‌گیری یا پیشگیری از اعتیاد به فضای مجازی ایفا می‌کند. در این فرهنگ، حفظ هویت انسانی و خانواده به‌عنوان ارکان اصلی جامعه، از اهمیت بالایی برخوردار است. آموزه‌های اسلامی، از جمله پرهیز از افراط و تفریط، تأکید بر کنترل نفس و مدیریت وقت، می‌توانند به‌طور مؤثری در پیشگیری از استفاده بیش‌ازحد و مضر از فضای مجازی مؤثر باشند. در قرآن کریم و احادیث، همواره بر اهمیت توجه به زمان و نهی از پراکندگی و بی‌ثمری در آن تأکید شده است. این آموزه‌ها می‌توانند به‌عنوان مبنای رفتاری برای کاربران فضای مجازی در ایران عمل کنند و به آن‌ها کمک کنند تا از فضای مجازی به‌صورت هدفمند و با دقت استفاده کنند. علاوه بر این، فرهنگ ایرانی با تأکید بر ارزش‌های خانوادگی و ارتباطات نزدیک، می‌تواند به‌عنوان عاملی برای تقویت روابط واقعی و جلوگیری از انزوای اجتماعی ناشی از استفاده افراطی از فضای مجازی عمل کند. در این بستر فرهنگی، فعالیت‌های اجتماعی، تربیتی و دینی می‌توانند نقش پیشگیرانه در کاهش آسیب‌های فضای مجازی ایفا کنند. این‌گونه، می‌توان با بهره‌گیری از اصول و ارزش‌های اسلامی - ایرانی، به توازن میان استفاده سالم از فناوری‌های نوین و حفظ هویت فرهنگی و اجتماعی پرداخت.

پژوهش‌های پیشین درباره اعتیاد به فضای مجازی عمدتاً مبتنی بر داده‌های کمی و مدل‌های برگرفته از فرهنگ‌های غربی بوده‌اند که کمتر به ابعاد فرهنگی، دینی و بومی جوامعی مانند ایران توجه داشته‌اند. این رویکردهای غیر بومی، با نادیده گرفتن ارزش‌هایی چون جمع‌گرایی و دینداری، ممکن است در تحلیل دقیق و ارائه راهکارهای مؤثر برای جامعه ایرانی ناکارآمد باشند؛ بنابراین، ضرورت دارد پژوهش‌های آینده با رویکردی بومی و متناسب با فرهنگ اسلامی - ایرانی، به شناخت عمیق‌تری از این پدیده بپردازند.

شناخت دقیق و بومی عوامل مؤثر بر اعتیاد به فضای مجازی در جامعه‌ای مانند ایران که دارای ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی و دینی خاص خود است، امری ضروری است. بسیاری از پژوهش‌ها و مدل‌های موجود در این زمینه بیشتر بر اساس تجربیات و شرایط جوامع غربی طراحی شده‌اند و از این‌رو ممکن است نتایج آن‌ها برای جوامعی با ساختارهای فرهنگی و اجتماعی متفاوت کارایی نداشته باشد. به‌ویژه در ایران، عواملی چون ارزش‌های اسلامی، تأکید بر روابط خانوادگی، و نقش جامعه در شکل‌دهی به رفتارهای فردی می‌توانند در تأثیرگذاری یا پیشگیری از اعتیاد به فضای مجازی نقشی حیاتی ایفا کنند؛ بنابراین، برای ارائه راهکارهای مؤثر و کاربردی در این زمینه، لازم است که پژوهش‌ها و مدل‌های معتبر و بومی‌شده‌ای برای شناسایی دقیق عوامل مؤثر بر این پدیده طراحی شوند تا به واقعیت‌های فرهنگی، اجتماعی و دینی جامعه ایرانی نزدیک‌تر باشند.

پژوهش حاضر با هدف طراحی و ارائه الگویی برای پیشگیری و مقابله با اعتیاد به فضای مجازی، تلاش دارد تا این الگوسازی را به‌گونه‌ای انجام دهد که کاملاً منطبق با فرهنگ اسلامی - ایرانی باشد. در جامعه‌ای مانند ایران که ارزش‌های فرهنگی و دینی نقشی محوری در شکل‌دهی به رفتارهای فردی و جمعی دارند، لازم است که هر مدلی که برای مقابله با پدیده‌های اجتماعی مانند اعتیاد به فضای مجازی طراحی می‌شود، با هنجارها و آموزه‌های دینی این جامعه هم‌راستا باشد. این پژوهش در تلاش است تا الگویی ارائه دهد که نه تنها به مفاهیم اسلامی مانند خودشناسی، تقوا، و کنترل نفس توجه دارد، بلکه به ارزش‌های اجتماعی ایرانی مانند حمایت از خانواده، روابط اجتماعی سالم و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی نیز پرداخته و آن‌ها را در نظر بگیرد؛ بنابراین، این پژوهش نه تنها در جستجوی ارائه راهکارهایی علمی و معتبر است، بلکه در نظر دارد که به‌وسیله این الگوسازی، به مردم و جامعه ایران کمک کند تا با بهره‌گیری از آموزه‌های اسلامی - ایرانی به مقابله با مشکلات ناشی از فضای مجازی بپردازند.

با توجه به رشد فزاینده اعتیاد به فضای مجازی در میان اقشار مختلف جامعه ایران، به‌ویژه جوانان، و نبود الگویی بومی‌سازی‌شده برای تبیین این پدیده، مسئله اصلی پژوهش حاضر، شناسایی عوامل مؤثر بر اعتیاد به فضای مجازی با رویکرد آمیخته اکتشافی مبتنی بر فرهنگ اسلامی - ایرانی است.

یافته‌های پژوهش‌های اخیر، طیف گسترده‌ای از عوامل روان‌شناختی، اجتماعی، فرهنگی و خانوادگی را در بروز و تشدید اعتیاد به فضای مجازی تأیید می‌کنند. در حوزه فردی، مطالعات نشان داده‌اند که ضعف در خودکنترلی، تنظیم هیجانی و خودآگاهی از مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های گرایش به استفاده افراطی از اینترنت به‌شمار می‌روند (کیم و لی^۱، ۲۰۲۳؛ ژانگ و چن^۲، ۲۰۲۴). در کنار آن، ویژگی‌های شخصیتی نظیر برون‌گرایی پایین، روان‌رنجوری بالا و مسئولیت‌پذیری ضعیف نیز به‌صورت معناداری با استفاده مشکل‌ساز از اینترنت در نوجوانان و جوانان مرتبط دانسته شده‌اند (اسمیت و لی^۳، ۲۰۲۳؛ ژانگ و لیو^۴، ۲۰۲۴). همچنین، عوامل فرهنگی نیز نقش بسزایی در شکل‌گیری رفتارهای اعتیادی نسبت به فضای مجازی ایفا می‌کنند؛ به‌طوری‌که تعارضات فرهنگی و ضعف در انسجام هویتی فرهنگی می‌تواند زمینه‌ساز پناه بردن جوانان به فضای مجازی باشد (رحمان و کریم^۵، ۲۰۲۳؛ الموتیری و اوتاییبی^۶، ۲۰۲۴). از سوی دیگر، متغیرهای محیطی و بین‌فردی نظیر تأثیرپذیری از گروه همسالان، فشار اجتماعی و پذیرش اجتماعی در محیط‌های مجازی نیز در گسترش این نوع اعتیاد مؤثر گزارش شده‌اند (وانگ و ژانگ^۷، ۲۰۲۳؛ چن و لی^۸، ۲۰۲۴). در حوزه خانوادگی، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که سبک فرزندپروری، سطح تعامل عاطفی والدین با فرزندان، و میزان مشارکت خانواده در فعالیت‌های روزمره دیجیتال نوجوانان می‌تواند زمینه‌ساز گرایش به مصرف افراطی اینترنت شود (لیو و وانگ^۹، ۲۰۲۳؛ لی و چن^{۱۰}، ۲۰۲۴). همچنین عوامل اقتصادی و زیربنایی همچون سطح درآمد خانواده، بازاریابی دیجیتال و سهولت دسترسی به اینترنت نیز از جمله متغیرهای تأثیرگذار تلقی شده‌اند (ژانگ و لیو^{۱۱}، ۲۰۲۳؛ لیو و ژی^{۱۲}، ۲۰۲۴). نهایتاً، مطالعاتی که به نقش مهارت‌های دیجیتال پرداخته‌اند، تأکید کرده‌اند که توانایی مدیریت زمان، سواد رسانه‌ای و مهارت خودنظارتی، عوامل محافظت‌کننده‌ای در برابر اعتیاد به فضای مجازی به‌ویژه در سنین نوجوانی محسوب می‌شوند (کیم و لی^{۱۳}، ۲۰۲۳؛ ژانگ و لی^{۱۴}، ۲۰۲۴).

با توجه به بررسی کلی پیشینه، نتایج نشان می‌دهد که گرچه بسیاری از پژوهش‌ها به جنبه‌های روان‌شناختی و رفتاری اعتیاد به فضای مجازی پرداخته‌اند، اما نقش عوامل فرهنگی، ارزشی و دینی به‌ویژه در جامعه ایران کمتر موردتوجه قرار گرفته است. این خلأ، ضرورت انجام پژوهشی بومی با رویکرد آمیخته و متناسب با فرهنگ اسلامی - ایرانی را نمایان می‌سازد.

¹Kim & Lee

²Zhang & Chen

³Smith & Lee

⁴Zhang & Liu

⁵Rahman & Karim

⁶Al-Mutairi & Alotaibi

⁷Wang & Zhang

⁸Chen & Li

⁹Liu & Wang

¹⁰Lee & Chen

¹¹Zhang & Liu

¹²Liu & Xu

¹³Kim & Lee

¹⁴Zhang & Li

روش پژوهش

از منظر نوع، پژوهش حاضر در زمره‌ی تحقیقات بنیادی با رویکرد تجربی قرار می‌گیرد که هدف آن، شناسایی عوامل مؤثر بر اعتیاد به فضای مجازی و صورت‌بندی یک مدل مفهومی مبتنی بر مبانی نظری و شواهد تجربی است. اگرچه یافته‌های این پژوهش می‌تواند در راستای سیاست‌گذاری، پیشگیری و مدیریت بهینه مصرف فضای مجازی مورد بهره‌برداری قرار گیرد، تمرکز اصلی مطالعه بر توسعه دانش نظری در این حوزه است. همچنین، از نظر روش‌شناسی، پژوهش از نوع آمیخته اکتشافی بوده و با بهره‌گیری از داده‌های کیفی و کمی در دو مرحله متوالی طراحی و اجرا شده است؛ به گونه‌ای که در مرحله نخست، داده‌های کیفی از طریق روش‌های اکتشافی گردآوری شده و در مرحله دوم، یافته‌های حاصل از تحلیل کیفی مبنای طراحی ابزار و آزمون کمی قرار گرفته‌اند.

در بخش کیفی به صورت مطالعه موردی کیفی انجام شده است که امکان بررسی عمیق و کشف ابعاد پنهان اعتیاد به فضای مجازی را از دیدگاه مدیران، معاونان و رؤسای مدارس و ادارات آموزش و پرورش استان فارس فراهم می‌سازد. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختارمند عمیق با ۳۰ نفر از کارشناسان آموزش و پرورش شهر کازرون که دارای حداقل ۲۰ سال سابقه تدریس، مدیریت یا معاونت در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ بودند، جمع‌آوری شد. شرکت‌کنندگان به شیوه هدفمند انتخاب و مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. مصاحبه‌ها که حدود ۳۰ تا ۵۰ دقیقه به طول انجامید، ضبط و سپس با استفاده از روش تحلیل مضمون و تشکیل شبکه مضامین تحلیل شدند. در این فرایند، هر مصاحبه پیش از انجام مصاحبه بعدی کدگذاری و تحلیل شد و داده‌ها در طبقات معنایی مرتبط سازمان‌دهی گردید. برای اعتباربخشی به یافته‌ها از معیارهای کیفی مانند قابل قبول بودن و قابلیت اعتماد بهره گرفته شد؛ به گونه‌ای که با همسوسازی داده‌ها از منابع مختلف، خودبازبینی، نظارت اعضای پژوهش و بازبینی مکرر کدها، شبکه مضامین نهایی تدوین شد.

در بخش کمی پژوهش، به منظور آزمون تجربی الگوی مفهومی استخراج شده از مرحله کیفی، از روش تحلیل عاملی اکتشافی بهره گرفته شد. جامعه آماری شامل کلیه دانش آموزان مقطع متوسطه دوم شهر کازرون در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ بود که از میان آن‌ها، نمونه‌ای به صورت تصادفی طبقه‌ای نسبی و بر اساس جدول کرجسی و مورگان انتخاب شد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه‌ای محقق ساخته بود که بر پایه مؤلفه‌های شناسایی شده از مرحله کیفی طراحی و تدوین شد. روایی صوری و محتوایی ابزار با بهره‌گیری از نظر متخصصان حوزه تعلیم و تربیت و روان‌شناسی تأیید شد و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ برای تمامی مؤلفه‌ها بالاتر از ۰٫۷ گزارش گردید. تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون‌های آماری مناسب در محیط نرم‌افزار SPSS و با هدف استخراج عامل‌های زیرین سازه‌ها، انجام گرفت. به منظور تعیین کفایت نمونه و قابلیت اجرای تحلیل عاملی، شاخص KMO و آزمون کرویت بارتلت محاسبه شد و پس از اطمینان از مناسب بودن داده‌ها، تحلیل عاملی با چرخش واریماکس اجرا شد. نهایتاً، عامل‌های اصلی با بارهای عاملی معنادار شناسایی و براساس مضامین نظری نام‌گذاری شدند.

یافته‌ها

به منظور بررسی قابلیت شاخص‌های روان‌سنجی پرسشنامه ۵۹ گویه‌ای محقق ساخته در ابتدا تحلیل عامل اکتشافی به شیوه مؤلفه‌های اصلی عامل ساختار عاملی این پرسشنامه مورد آزمون قرار گرفت. پیش از اجرای تحلیل عامل اکتشافی، ابتدا سه مؤلفه مهم مورد ارزیابی قرار گرفت که عبارت است از شاخص‌های نسبت KMO، آزمون بارتلت و تبیین واریانس هر گویه مورد بررسی قرار گرفت که در جدول‌های ۱ و ۲ قابل مشاهده است.

سطح معناداری	ضریب آزمون بارلت	KMO	
۰/۰۰۰	۱۲۱۷۲/۰۰۹	۰/۹۱۱	پرسشنامه

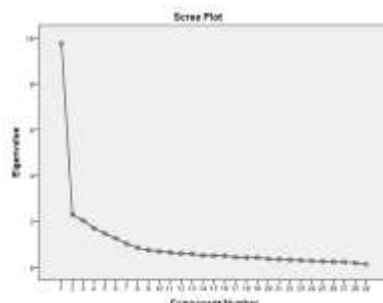
جدول ۲. تسین واریانس هر گویه

٠٩	٠٨	٠٧	٠٦	٠٥	٠٤	٠٣	٠٢	٠١	٠٠	٩٨	٩٥	٩٢	٩٠	٨٩	٨٨	٨٧	٨٦	٨٥	٨٤	٨٣	٨٢	٨١	٨٠	٧٩	٧٨	٧٧	٧٦	٧٥	٧٤	٧٣	٧٢	٧١	٧٠	٦٩	٦٨	٦٧	٦٦	٦٥	٦٤	٦٣	٦٢	٦١	٦٠	٥٩	٥٨	٥٧	٥٦	٥٥	٥٤	٥٣	٥٢	٥١	٥٠	٤٩	٤٨	٤٧	٤٦	٤٥	٤٤	٤٣	٤٢	٤١	٤٠	٣٩	٣٨	٣٧	٣٦	٣٥	٣٤	٣٣	٣٢	٣١	٣٠	٢٩	٢٨	٢٧	٢٦	٢٥	٢٤	٢٣	٢٢	٢١	٢٠	١٩	١٨	١٧	١٦	١٥	١٤	١٣	١٢	١١	١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	٠	٩٩	٩٨	٩٧	٩٦	٩٥	٩٤	٩٣	٩٢	٩١	٩٠	٨٩	٨٨	٨٧	٨٦	٨٥	٨٤	٨٣	٨٢	٨١	٨٠	٧٩	٧٨	٧٧	٧٦	٧٥	٧٤	٧٣	٧٢	٧١	٧٠	٦٩	٦٨	٦٧	٦٦	٦٥	٦٤	٦٣	٦٢	٦١	٦٠	٥٩	٥٨	٥٧	٥٦	٥٥	٥٤	٥٣	٥٢	٥١	٥٠	٤٩	٤٨	٤٧	٤٦	٤٥	٤٤	٤٣	٤٢	٤١	٤٠	٣٩	٣٨	٣٧	٣٦	٣٥	٣٤	٣٣	٣٢	٣١	٣٠	٢٩	٢٨	٢٧	٢٦	٢٥	٢٤	٢٣	٢٢	٢١	٢٠	١٩	١٨	١٧	١٦	١٥	١٤	١٣	١٢	١١	١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	٠	٩٩	٩٨	٩٧	٩٦	٩٥	٩٤	٩٣	٩٢	٩١	٩٠	٨٩	٨٨	٨٧	٨٦	٨٥	٨٤	٨٣	٨٢	٨١	٨٠	٧٩	٧٨	٧٧	٧٦	٧٥	٧٤	٧٣	٧٢	٧١	٧٠	٦٩	٦٨	٦٧	٦٦	٦٥	٦٤	٦٣	٦٢	٦١	٦٠	٥٩	٥٨	٥٧	٥٦	٥٥	٥٤	٥٣	٥٢	٥١	٥٠	٤٩	٤٨	٤٧	٤٦	٤٥	٤٤	٤٣	٤٢	٤١	٤٠	٣٩	٣٨	٣٧	٣٦	٣٥	٣٤	٣٣	٣٢	٣١	٣٠	٢٩	٢٨	٢٧	٢٦	٢٥	٢٤	٢٣	٢٢	٢١	٢٠	١٩	١٨	١٧	١٦	١٥	١٤	١٣	١٢	١١	١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	٠	٩٩	٩٨	٩٧	٩٦	٩٥	٩٤	٩٣	٩٢	٩١	٩٠	٨٩	٨٨	٨٧	٨٦	٨٥	٨٤	٨٣	٨٢	٨١	٨٠	٧٩	٧٨	٧٧	٧٦	٧٥	٧٤	٧٣	٧٢	٧١	٧٠	٦٩	٦٨	٦٧	٦٦	٦٥	٦٤	٦٣	٦٢	٦١	٦٠	٥٩	٥٨	٥٧	٥٦	٥٥	٥٤	٥٣	٥٢	٥١	٥٠	٤٩	٤٨	٤٧	٤٦	٤٥	٤٤	٤٣	٤٢	٤١	٤٠	٣٩	٣٨	٣٧	٣٦	٣٥	٣٤	٣٣	٣٢	٣١	٣٠	٢٩	٢٨	٢٧	٢٦	٢٥	٢٤	٢٣	٢٢	٢١	٢٠	١٩	١٨	١٧	١٦	١٥	١٤	١٣	١٢	١١	١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	٠	٩٩	٩٨	٩٧	٩٦	٩٥	٩٤	٩٣	٩٢	٩١	٩٠	٨٩	٨٨	٨٧	٨٦	٨٥	٨٤	٨٣	٨٢	٨١	٨٠	٧٩	٧٨	٧٧	٧٦	٧٥	٧٤	٧٣	٧٢	٧١	٧٠	٦٩	٦٨	٦٧	٦٦	٦٥	٦٤	٦٣	٦٢	٦١	٦٠	٥٩	٥٨	٥٧	٥٦	٥٥	٥٤	٥٣	٥٢	٥١	٥٠	٤٩	٤٨	٤٧	٤٦	٤٥	٤٤	٤٣	٤٢	٤١
----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

جدول ۳. ارزش ویژه و درصد واریانس قابل تبیین در هر عامل

شاخص	عامل						
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
آزتش ویژه	۹/۷	۲/۳	۲/۰	۱/۷	۱/۵	۱/۲	۱/۰
درصد واریانس	۳۳/۶	۷/۹	۷/۰	۵/۸	۵/۰	۴/۳	۳/۵

در ادامه همان‌طور که در شکل ۱ ملاحظه می‌شود، تعداد هفت عامل که ارزش عددی بالاتر از یک دارند، به‌عنوان عوامل قابل قبول حاصل از تحلیل عامل قابل مشاهده‌اند. همچنین در ادامه به بررسی چرخش ماتریس هفت عاملی پرسشنامه به شیوه متعامد (واریماکس) براساس ماتریس مؤلفه‌های چرخش می‌نتایج آن در جدول ۴ قابل مشاهده است، می‌پردازیم.



شکل ۱. نمودار اسکری و عوامل قابل قبول حاصل از تحلیل عاملی.

جدول ۴. محتوا و بار عاملی عوامل مستخرج از پرسشنامه محقق ساخته

محتوا	بار عاملی						
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۶- عدم وجود احساس نیاز به فراگیری مهارت‌های مختلف	۰/۵۶						
۷- عدم وجود احساس نیاز به تلاش برای کسب درآمد	۰/۷۴						
۳۳- عدم وجود مسئولیتی در داخل و خارج از خانه	۰/۵۷						
۳۵- عدم ارائه مطالب مرتبط با نحوه استفاده صحیح از فضای مجازی به دانش آموزان	۰/۷۶						
۳۶- عدم اطلاع‌رسانی درباره خطرات احتمالی اعتیاد به فضای مجازی	۰/۷۷						
۴۵- عدم وجود تنوع در فعالیت‌های فرهنگی، هنری، ورزشی و علمی	۰/۵۰						
۱۱- تأثیرپذیری از سوی گروه همسالان			۰/۵۳				
۱۲- کاهش ارتباطات رودررو			۰/۵۸				
۱۹- کاهش زمان ارتباط و گفت‌وگو در بین گروه همسالان			۰/۵۵				
۴۸- کم‌رنگ شدن بازی‌های دسته جمعی و حضوری در بین نوجوانان			۰/۶۲				
۵۴- عدم احساس حمایت اجتماعی از سوی اطرافیان توسط دانش آموزان			۰/۶۱				
۱- وجود احساس اضطراب در بین دانش آموزان				۰/۶۰			
۲- وجود احساس افسردگی در بین دانش آموزان				۰/۷۱			
۲۲- درون گرایی				۰/۶۰			
۴۲- احساس حقارت در دانش آموزان				۰/۵۳			
۵۷- احساس ناامیدی نسبت به آینده				۰/۵۶			
۲۳- عدم وجود محیط و فضای مناسب برای بازی‌های حرکتی در دانش آموزان					۰/۵۷		
۲۴- جذابیت فضای مجازی					۰/۵۹		
۳۲- استفاده نابجا و غیراخلاقی از فضای مجازی					۰/۶۳		
۵۹- عدم وجود رونق اقتصادی					۰/۶۱		
۲۰- بی توجهی والدین به فرزندان						۰/۵۲	
۲۱- علاقه زیاد والدین به فضای مجازی و ارائه الگویی نامناسب از خود به فرزندان						۰/۶۴	
۳۴- عدم وجود روابط عاطفی مستحکم در بین اعضای خانواده						۰/۶۰	
۴۰- کم‌رنگ شدن سنت‌های خانوادگی (دید و بازدید عید نوروز، مراسم شب یلدا و ...)						۰/۶۲	
۵۰- دسترسی به انبوهی از اطلاعات در مدت‌زمان کوتاه							۰/۶۳
۵۱- کاهش فرهنگ کتاب و کتابخوانی در بین دانش آموزان							۰/۶۹
۵۲- استفاده از فضای مجازی با هدف پر کردن اوقات فراغت							۰/۶۶
۵۸- افزایش بیکاری در جوانان							۰/۵۹

طبق اطلاعات جدول ۴ که نتایج حاصل از چرخش ماتریس هفت عاملی پرسشنامه به شیوه متعامد (واریماکس) براساس ماتریس مؤلفه‌های چرخش داده‌شده را نشان می‌دهد، محتوای هریک از این عوامل بر پایه بار عاملی هر پرسش در هر عامل استخراج گردیده است. بدین ترتیب گویه‌های ۶، ۷ و ۳۳ بر روی عامل ۱، گویه‌های ۳۵، ۳۶ و ۴۵ بر روی عامل ۲، گویه‌های ۱۱، ۱۲، ۱۹، ۴۸ و ۵۴ بر روی عامل ۳، گویه‌های ۱، ۲، ۲۲، ۴۲ و ۵۷ بر روی عامل ۴، گویه‌های ۲۳، ۲۴، ۳۲ و ۵۹ بر روی عامل ۵، گویه‌های ۲۰، ۲۱، ۳۴ و ۴۰ بر روی عامل ۶ و گویه‌های ۵۰، ۵۱، ۵۲ و ۵۸ بر روی عامل ۷ قرار گرفته است. در ادامه ضریب آلفای کرونباخ موردبررسی قرار گرفت. نتایج این تحلیل در جدول ۵ نشان داده‌شده است.

جدول ۵. ضریب آلفای کرونباخ در هفت عامل به‌دست‌آمده

پرسشنامه محقق ساخته							
عامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
آلفای کرونباخ	۰/۸۷	۰/۸۶	۰/۸۳	۰/۸۱	۰/۸۳	۰/۷۸	۰/۷۳

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، میزان ضریب آلفا در تمام عوامل به‌دست‌آمده در وضعیت مطلوبی قرار دارد. در ادامه نتایج جدول ۶ به بررسی معناداری یا عدم معناداری تفاوت از نظر جنسیت در بین عوامل پرداخته می‌شود.

جدول ۵. مقایسه میانگین‌های هر عامل با توجه به جنسیت

جنسیت	میانگین	انحراف استاندارد	درجه آزادی	T	P
عامل ۱ زن	۲۸/۲۴	۴/۹۵	۳۸۴	۰/۰۵۷	۰/۳۲
مرد	۲۸/۲۲	۴/۳۱			
عامل ۲ زن	۲۰/۴۸	۴/۰۲	۳۸۴	۰/۶۶۸	۰/۱۸
مرد	۲۰/۱۵	۴/۷۲			
عامل ۳ زن	۱۵/۹۱	۳/۱۰	۳۸۴	۱/۱۹۹	۰/۲۸
مرد	۱۵/۵۶	۲/۶۱			
عامل ۴ زن	۱۵/۹۴	۳/۰۶	۳۸۳	-۰/۶۹۷	۰/۸۲
مرد	۱۶/۳۱	۳/۰۸			
عامل ۵ زن	۱۱/۳۹	۲/۵۷	۳۸۴	-۱/۹۲۴	۰/۲۳
مرد	۱۱/۹۹	۲/۲۹			
عامل ۶ زن	۱۲/۱۱	۲/۴۵	۳۸۴	۱/۷۶۰	۰/۴۰
مرد	۱۱/۵۹	۲/۲۹			
عامل ۷ زن	۱۰/۴۸	۲/۴۷	۳۸۴	-۰/۴۴۳	۰/۴۰
مرد	۱۰/۶۲	۲/۶۴			

* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، بین عامل‌ها از نظر جنسیت تفاوتی وجود ندارد. در ادامه جهت مقایسه و اولویت‌بندی میانگین رتبه‌ها، نتایج حاصل از آزمون فریدمن مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این تحلیل در جدول ۶ نشان داده شده است.

جدول ۶. شاخص‌های آزمون رتبه‌بندی فریدمن

پرسشنامه محقق ساخته			
شاخص‌ها	خی دو	df	معنی داری
آزمون فریدمن	۱۹۳۱/۷۱۱	۶	۰/۰۰۰

همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، اولویت‌بندی مؤلفه‌ها با مقدار خی دو ۱۹۳۱/۷۱۱، درجه آزادی ۶ و سطح معنی‌داری ۰/۰۱، معنی دار است. در ادامه عامل‌ها و رتبه‌بندی آن‌ها در جدول ۷ قابل مشاهده است.

جدول ۷. نتیجه آزمون فریدمن برای مقایسه عامل‌های استخراج شده.

عامل‌ها	میانگین رتبه	وضعیت عامل‌ها در مقایسه با یکدیگر
عامل ۱ (عوامل فردی)	۶/۹۴	رتبه اول
عامل ۲ (عوامل فرهنگی)	۵/۶۹	رتبه دوم
عامل ۳ (عوامل اجتماعی)	۴/۴۱	رتبه چهارم
عامل ۴ (عوامل شخصیتی)	۴/۴۲	رتبه سوم
عامل ۵ (سایر عوامل)	۲/۳۰	رتبه ششم
عامل ۶ (عوامل خانوادگی)	۲/۴۶	رتبه پنجم
عامل ۷ (عوامل مهارتی)	۱/۷۸	رتبه هفتم

بر اساس نتایج آزمون فریدمن (جدول ۷)، عوامل فردی با کسب بالاترین میانگین رتبه، به‌عنوان مهم‌ترین عامل مؤثر بر اعتیاد به فضای مجازی از دیدگاه پاسخ‌دهندگان شناخته شد. در ادامه، عوامل فرهنگی در رتبه دوم، عوامل شخصیتی در رتبه سوم، و عوامل اجتماعی در رتبه چهارم قرار گرفتند. همچنین، عوامل خانوادگی رتبه پنجم، سایر عوامل رتبه ششم، و در نهایت عوامل مهارتی رتبه هفتم را کسب کردند. این نتایج بیانگر تفاوت میزان اهمیت عوامل مؤثر شناسایی شده هستند و می‌توانند مبنای اولویت‌بندی اقدامات مداخله‌ای و سیاست‌گذاری‌های آموزشی و فرهنگی قرار گیرند. بعد از بررسی زوایای آماری تحلیل عامل اکتشافی بر روی پرسشنامه، به بررسی پرسشنامه از جنبه مفهوم‌سازی عوامل جدید پرداخته شد. مبنای اصلی مفهوم‌سازی و تعریف متغیرهای پنهان، معنی حاصل از متغیر مشاهده‌شده‌ای است که بزرگ‌ترین مقدار بار عاملی را در بین مجموعه متغیرها دارد. نام‌گذاری عوامل بر اساس محتوای گویه‌ها در جدول ۸ قابل مشاهده است.

جدول ۸. تبیین و توصیف عامل‌های گوناگون پرسشنامه محقق ساخته

۱- عوامل فردی	عدم وجود احساس نیاز به فراگیری مهارت‌های مختلف، عدم وجود احساس نیاز به تلاش برای کسب درآمد و عدم وجود مسئولیتی در داخل و خارج از خانه
۲- عوامل فرهنگی	عدم ارائه مطالب مرتبط با نحوه استفاده صحیح از فضای مجازی به دانش آموزان، عدم اطلاع‌رسانی درباره خطرات احتمالی اعتیاد به فضای مجازی، عدم وجود تنوع در فعالیت‌های فرهنگی، هنری، ورزشی و علمی در مراکز ارائه‌دهنده (فرهنگسراها، کانون‌ها و ...) با هدف جذب حداکثری گروه هدف (نوجوانان)
۳- عوامل اجتماعی	تاثیرپذیری از سوی گروه همسالان، کاهش ارتباطات رودرو، کاهش زمان ارتباط و گفت‌وگو در بین گروه همسالان، کم‌رنگ شدن بازی‌های دسته جمعی و حضوری در بین نوجوانان، عدم احساس حمایت اجتماعی از سوی اطرافیان توسط دانش آموزان
۴- عوامل شخصیتی	وجود احساس اضطراب در بین دانش آموزان، وجود احساس افسردگی در بین دانش آموزان، درون گرایی، احساس حقارت در دانش آموزان، احساس ناامیدی نسبت به آینده
۵- سایر عوامل	عدم وجود محیط و فضای مناسب برای بازی‌های حرکتی در دانش آموزان، جذابیت فضای مجازی، استفاده نابجا و غیراخلاقی از فضای مجازی، عدم وجود رونق اقتصادی
۶- عوامل خانوادگی	بی توجهی والدین به فرزندان، علاقه زیاد والدین به فضای مجازی و ارائه الگوی نامناسب از خود به فرزندان، عدم وجود روابط عاطفی مستحکم در بین اعضای خانواده، کم‌رنگ شدن سنت‌های خانوادگی (دید و بازدید عید نوروز، مراسم شب یلدا و ...) در جامعه
۷- عوامل مهارتی	دسترسی به انبوهی از اطلاعات در مدت‌زمان کوتاه، کاهش فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی در بین دانش آموزان، استفاده از فضای مجازی با هدف پر کردن اوقات فراغت، افزایش بیکاری در جوانان

همان‌طور که در جدول ۸ مشاهده می‌کنید، عوامل اجتماعی و شخصیتی بیشترین تعداد گویه‌ها (هرکدام ۵ گویه) را پوشش می‌دهد، سپس به ترتیب عامل‌های خانوادگی، مهارتی و سایر عوامل هرکدام با ۴ گویه، عامل‌های فردی و فرهنگی هرکدام با ۳ گویه مطلوب‌ترین حالت شکل‌دهنده به این پرسشنامه هستند. پس از شناسایی عوامل از طریق تحلیل عاملی اکتشافی، داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها ابتدا در نرم‌افزار SPSS وارد و تحلیل‌های توصیفی و ضرایب همبستگی پیرسون انجام شد. سپس مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری با استفاده از نرم‌افزار LISREL و به روش تحلیل عاملی تأییدی (CFA) موردبررسی قرار گرفتند. در این مرحله، اعتبار و روایی ابزار اندازه‌گیری و همچنین روابط علی میان متغیرهای پنهان از طریق متغیرهای مشاهده‌پذیر ارزیابی شد. تحلیل عاملی تأییدی به‌عنوان یک رویکرد آزمون فرضیه، بررسی می‌کند که آیا داده‌ها با ساختار عاملی نظری مورد انتظار انطباق دارند یا خیر، و بدین‌وسیله بنیانی برای آزمون مدل‌های معادلات ساختاری فراهم می‌سازد.

پیش از ورود به مرحله معادلات ساختاری، برخی پیش‌فرض‌های ضروری بررسی شد که شامل: شناسایی داده‌های پرت (آزمون ماهالانوبیس)، بررسی کجی و کشیدگی، ارزیابی هم‌خطی چندگانه (با شاخص‌های Tolerance و VIF)، نرمال بودن و استقلال پسماندها، و تحلیل ماتریس همبستگی متغیرها است. فاصله ماهالانوبیس یکی از روش‌های آماری معتبر برای شناسایی داده‌های پرت چندمتغیری است که بر اساس توزیع مجذور کای و با در نظر گرفتن سطح معناداری ۰۰۱/۰ انجام می‌شود. در این پژوهش، مقدار حداکثری فاصله ماهالانوبیس (۱۴,۳۲۲) کمتر از مقدار بحرانی مجذور کای با درجه آزادی ۱ (۲۴,۳۲) بوده است؛ بنابراین هیچ‌یک از داده‌ها در گروه داده‌های پرت قرار نگرفتند. در ادامه، میزان کجی و کشیدگی داده‌ها بررسی می‌شود. در بررسی میزان کجی و کشیدگی متغیرها، مقادیر کجی و کشیدگی بین ۲- و ۲+ قرار دارد، نیازی به تبدیل داده‌ها نیست و پیش‌فرض‌های معادلات ساختاری رعایت می‌شود. در بررسی دو شاخص تحمل و تورم، مقادیر تحمل بالاتر از ۱/۰ و مقادیر VIF کمتر از ۱۰ نشان‌دهنده عدم وجود هم‌خطی معنادار میان متغیرهای پیش‌بین هستند. بر اساس این شاخص‌ها، در پژوهش حاضر مشکلی از لحاظ هم‌خطی چندگانه در داده‌ها مشاهده نگردید. در بررسی نمودارها، نمودار پسماندهای استاندارد رگرسیونی نشان‌دهنده این بود که نقاط به‌طور مطلوبی در امتداد خط قطری از سمت چپ پایین تا راست بالا قرار دارند، که انحراف کمی از نرمال بودن داده‌ها را نشان می‌دهد. در نمودار توزیع پسماندها، پسماندها به‌طور تقریبی در مرکز نمودار و در نقطه صفر متمرکز شده‌اند، که نشان‌دهنده توزیع مناسب داده‌هاست. همچنین، نمودار نرمال بودن متغیرها نیز نرمال بودن متغیرها را تأیید می‌کند. در نهایت بین تمامی عامل‌های مستخرج در پژوهش رابطه معناداری وجود داشت.

در این تحقیق، از الگوی غیربازگشتی برای بررسی روابط علی یک‌جهتی میان مؤلفه‌های تأثیر تلفیقی عناصر طبیعت و معماری فضاهای آموزشی با اهداف آموزشی استفاده شده است. برای ارزیابی روایی پرسشنامه، مدل‌های اندازه‌گیری که روابط عامل و

نشانه‌های مربوطه را مشخص می‌کنند، از طریق تحلیل عامل تأییدی بررسی گردید. در تحلیل عاملی تأییدی انجام شده بر پرسشنامه محقق‌ساخته، بارهای عاملی و خطاهای مربوط به هر گویه مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که دامنه بارهای عاملی بین ۰/۰۰ تا ۰/۶۰ متغیر بوده است. در حالی که بیشینه بار عاملی بیانگر همبستگی مطلوب یک گویه با عامل زیربنایی خود بود، در برخی موارد نیز بار عاملی کمتر مشاهده شد که می‌تواند نشان‌دهنده نیاز به بازنگری یا بررسی بیشتر آن گویه‌ها در مطالعات آتی باشد. به منظور سنجش معناداری روابط بین نشانگرها و عوامل پنهان، از آماره χ^2 استفاده شد. بر اساس نتایج، تقریباً تمامی مقادیر χ^2 بالاتر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بوده و در سطح ۰,۰۵ معنادار گزارش شده‌اند. این امر بیانگر آن است که اکثریت گویه‌ها به‌طور معناداری با عامل مربوط خود در ارتباط هستند و مدل اندازه‌گیری، از برازش مناسبی برخوردار است. در ادامه شاخص‌های برازش کلی مدل اندازه‌گیری برای عامل‌های مستخرج در ادامه آمده است. در جدول ۹ شاخص‌های نیکویی برازش مدل‌های اندازه‌گیری آورده شده است که عبارت‌اند از $RMSEA^1$ ، $SRMR^2$ ، NFI^3 ، $NNFI^4$ ، CFI^5 ، IFI^6 ، $AGFI^7$ ، GFI^8 و X^2/df^9 آورده شده است.

جدول ۹. شاخص‌های نیکویی برازش مدل‌های اندازه‌گیری برای عامل‌های مستخرج

شاخص‌های نیکویی برازش	
۰/۰۵	RMSEA
۰/۰۶	SRMR
۰/۹۱	NFI
۰/۹۳	NNFI
۰/۹۱	CFI
۰/۹۱	IFI
۰/۹۰	AGFI
۰/۹۱	GFI
۳/۰۹	X^2/df

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از شاخص‌های نیکویی برازش مدل‌های اندازه‌گیری که در جدول ۹ آمده است، می‌توان گفت که برازش کلی مدل اندازه‌گیری در وضعیت مطلوب قرار دارد. در ادامه با توجه به اطلاعات مندرج در جدول ۱۰ به بحث و بررسی پیرامون رد یا تأیید فرضیه‌های مرتبط با اثرات مستقیم متغیرها بر یکدیگر می‌پردازیم. جدول شماره ۱۰ مربوط به اثرات مستقیم آورده می‌شود.

^۱ - ریشه میانگین مجذور خطای برآورد

^۲ - متوسط تفاوت بین واریانس‌ها و کوواریانس‌های پیش‌بینی شده و مشاهده شده در مدل

^۳ - شاخص برازش تعدیل شده

^۴ - شاخص برازش تعدیل نشده

^۵ - شاخص برازش مقایسه‌ای

^۶ - شاخص برازش افزایشی

^۷ - شاخص نیکویی برازش تعدیل شده

^۸ - شاخص نیکویی برازش

^۹ - قدر مطلق پس‌ماندها

جدول ۱۰. برآوردهای ضرایب اثر مستقیم

متغیرها و برآوردها	پارامتر استاندارد شده	خطای استاندارد برآورد	آماره T
عامل فردی بر اعتیاد به فضای مجازی	۰/۳۳		۲۹/۶۴*
عامل فرهنگی بر اعتیاد به فضای مجازی	۰/۳۰		۳۵/۱۳*
عامل اجتماعی بر اعتیاد به فضای مجازی	۰/۱۹		۱۹/۰۵*
عامل شخصیتی بر اعتیاد به فضای مجازی	۰/۲۰	۱	۲۵/۸۷*
سایر عوامل بر اعتیاد به فضای مجازی	۰/۱۸		۱۹/۹۳*
عامل خانوادگی بر اعتیاد به فضای مجازی	۰/۱۶		۱۷/۰۵*
عامل مهارتی بر اعتیاد به فضای مجازی	۰/۱۲		۲/۲۹*

با توجه به اطلاعات موجود در جدول ۱۰، اثرات مستقیم با استفاده از مسیرها، بررسی شده است که در ادامه به تفکیک مسیرها به آن پرداخته می‌شود. شاخص‌های ارزیابی (پارامتر استاندارد شده بار عاملی و مقدار آماره t) میزان ارتباط هر عامل را با اعتیاد به فضای مجازی و معناداری آن است. مقدار t بالای ۱/۹۶ دلالت بر معناداری رابطه هر عامل با عامل دیگر را دارد. یافته‌ها نشان داد که عامل فردی اثر مستقیم و معناداری بر اعتیاد به فضای مجازی در دانش‌آموزان دارد. ضریب مسیر این عامل برابر با ۰,۳۳ و مقدار آماره t معادل ۲۹,۶۴ بود که نشان‌دهنده معناداری آماری این رابطه است؛ بنابراین، فرضیه مربوط به تأثیر عامل فردی تأیید شد. همچنین نتایج تحلیل نشان داد که عامل فرهنگی با ضریب مسیر ۰,۳۰ و مقدار آماره t برابر با ۳۵,۱۳، تأثیر مستقیم و معناداری بر اعتیاد به فضای مجازی در دانش‌آموزان دارد؛ بنابراین، فرضیه مربوط به تأثیر عامل فرهنگی تأیید می‌شود. از طرف دیگر بررسی‌ها نشان داد که عامل اجتماعی با ضریب مسیر ۰,۱۹ و مقدار t معادل ۱۹,۰۵، تأثیر مستقیم و معناداری بر اعتیاد به فضای مجازی در دانش‌آموزان دارد؛ بنابراین، فرضیه مربوط به تأثیر این عامل مورد تأیید قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد که عامل شخصیتی با ضریب مسیر ۰,۲۰ و مقدار t برابر با ۲۵,۸۷، دارای تأثیر مستقیم و معنادار بر اعتیاد به فضای مجازی در دانش‌آموزان است؛ بنابراین، فرضیه مربوط به این عامل تأیید می‌شود. نتایج نشان داد که سایر عوامل با ضریب مسیر ۰,۱۸ و مقدار t برابر با ۱۹,۹۳، دارای تأثیر مستقیم و معنادار بر اعتیاد به فضای مجازی در دانش‌آموزان است؛ بنابراین، فرضیه مربوط به این عوامل نیز تأیید می‌شود. نتایج نشان داد که عامل خانوادگی با ضریب مسیر ۰,۱۶ و مقدار t برابر با ۱۷,۰۵، تأثیر مستقیم و معناداری بر اعتیاد به فضای مجازی در دانش‌آموزان دارد؛ بنابراین، فرضیه مربوط به این عامل تأیید می‌شود. نتایج نشان داد که عامل مهارتی با ضریب مسیر ۰,۱۲ و مقدار t برابر با ۲,۲۹، تأثیر مستقیم و معناداری بر اعتیاد به فضای مجازی در دانش‌آموزان دارد؛ بنابراین، فرضیه مربوط به این عامل تأیید می‌شود. در ادامه برای تأیید صحت نتایج به دست آمده از مدل ساختاری حاضر و روابط کلی آن‌ها، شاخص‌های برازش کلی مدل در جدول ۱۱ آمده است. در جدول ۱۱ شاخص‌های نیکویی برازش مدل‌های اندازه‌گیری آورده شده است که عبارت‌اند از RMSEA, SRMR, NFI, NNFI, CFI, IFI, AGFI, GFI, X^2/df آورده شده است.

جدول ۱۱. شاخص‌های نیکویی برازش مدل ساختاری پژوهش

مدل ساختاری پژوهش	
۰/۰۶	RMSEA
۰/۰۶	SRMR
۰/۹۲	NFI
۰/۹۸	NNFI
۰/۹۲	CFI
۰/۹۳	IFI
۰/۹۸	AGFI
۰/۹۱	GFI
۴/۰۱	X^2/df

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف اعتبار سنجی مقیاس اعتیاد به فضای مجازی با توجه به فرهنگ ایرانی - اسلامی انجام شد. در بخش کیفی، از طریق مصاحبه با ۳۰ کارشناس آموزش و پرورش، عوامل اولیه شناسایی و تحلیل مضمون صورت گرفت. سپس، الگوی مفهومی حاصل با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی در میان دانش‌آموزان کازرون بررسی شد. پس از حذف گویه‌های نامناسب، ۷ عامل شناسایی شد که ۳۲/۶۷ درصد از واریانس را تبیین می‌کردند. بر اساس تحلیل‌ها، عامل فردی بیشترین تأثیر را در شکل‌گیری اعتیاد به فضای مجازی داشت و به ترتیب عوامل فرهنگی، شخصیتی، اجتماعی، خانوادگی، سایر عوامل و مهارتی در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. تحلیل عاملی تأییدی و مدل معادلات ساختاری نیز نشان دادند که مدل پژوهش از برازش مناسبی برخوردار است و همه عوامل تأثیری معنادار بر پدیده اعتیاد به فضای مجازی دارند.

بدین ترتیب یافته‌های این پژوهش نشان داد که اعتیاد به فضای مجازی پدیده‌ای چندبعدی است که از عوامل متنوعی تأثیر می‌پذیرد. در میان عوامل شناسایی شده، عامل فردی به‌عنوان مهم‌ترین مؤلفه، نقش کلیدی در گرایش کاربران، به‌ویژه دانش‌آموزان، به استفاده افراطی از فضای مجازی دارد. این یافته با نتایج پژوهش‌هایی نظیر احمدی (۱۳۹۹) و رضایی و همکاران (۱۴۰۰) هم‌راستا است که تأکید کرده‌اند ویژگی‌های فردی نظیر اعتمادبه‌نفس پایین، نیاز به تأیید اجتماعی و فرار از واقعیت از مهم‌ترین پیش‌زمینه‌های اعتیاد به اینترنت محسوب می‌شوند. در ادامه، عوامل فرهنگی و شخصیتی نیز نقش معناداری در تقویت این گرایش دارند. عامل فرهنگی، که شامل ارزش‌ها، باورها و الگوهای فرهنگی حاکم بر جامعه است، می‌تواند در شکل‌گیری نوع مواجهه افراد با فناوری و فضای مجازی مؤثر باشد. این یافته با رویکرد فرهنگی - اسلامی پژوهش همخوانی دارد و لزوم طراحی مداخلات پیشگیرانه مبتنی بر فرهنگ بومی را تقویت می‌کند. همچنین، همسویی نتایج این پژوهش با مطالعات بین‌المللی مانند پژوهش یانگ (۲۰۰۹) و کوپر (۲۰۱۷) نیز نشان می‌دهد که ابعاد روان‌شناختی و اجتماعی اعتیاد به فضای مجازی در بسیاری از جوامع مشترک هستند، اگرچه بروز آن‌ها از زمینه‌های فرهنگی تأثیر می‌پذیرد. عوامل اجتماعی، خانوادگی و مهارتی نیز به‌ترتیب تأثیرگذار بودند، اما شدت اثر آن‌ها نسبت به عوامل فردی و فرهنگی کمتر بود. این امر بر اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای و مهارت‌های مدیریت زمان در خانواده و مدرسه تأکید دارد. ضعف در این زمینه‌ها می‌تواند زمینه‌ساز وابستگی بیشتر به فضای مجازی شود، به‌ویژه در سنین نوجوانی که شخصیت در حال شکل‌گیری است. در مجموع، نتایج این پژوهش بر ضرورت توجه چندجانبه به ابعاد مختلف اعتیاد به فضای مجازی دلالت دارد. برنامه‌ریزی برای پیشگیری و مداخله در این زمینه، باید بر پایه شناخت دقیق عوامل فردی، فرهنگی، و روانی طراحی شود و درعین حال زمینه‌های اجتماعی و خانوادگی نیز نادیده گرفته نشود. به‌ویژه، تدوین الگوهایی مبتنی بر فرهنگ ایرانی - اسلامی می‌تواند به ارائه راهکارهایی بومی، مؤثر و پایدار کمک کند.

در ادامه به بررسی هرکدام از عوامل تأثیرگذار بر اعتیاد به فضای مجازی می‌پردازیم.

یکی از نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که عامل فردی به‌عنوان مؤثرترین متغیر، بیشترین نقش را در شکل‌گیری اعتیاد به فضای مجازی ایفا می‌کند. نتیجه حاضر با پژوهش‌های کیم و لی (۲۰۲۳) و ژانگ و چن (۲۰۲۴) همسو می‌باشد. عامل فردی، شامل ویژگی‌های روان‌شناختی مانند عزت‌نفس پایین، خودکنترلی ضعیف، اضطراب، و گرایش به فرار از واقعیت است که می‌تواند افراد را در برابر اعتیاد به فضای مجازی آسیب‌پذیر کند. طبق دیدگاه‌های شناختی-رفتاری، افرادی که دچار ضعف در تنظیم هیجانات یا نارضایتی از وضعیت روانی خود هستند، بیشتر به استفاده افراطی از اینترنت به‌عنوان راهی برای کاهش تنش یا جبران کمبودهای روانی روی می‌آورند. پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهند که نوجوانانی که خودکارآمدی پایین‌تری دارند، بیشتر مستعد درگیری در رفتارهای اعتیادی آنلاین هستند. این مسئله به‌ویژه در جوامعی که فشارهای تحصیلی و اجتماعی زیاد است، نمود بیشتری پیدا

می‌کند؛ بنابراین، پرورش مهارت‌های خودتنظیمی، تاب‌آوری روانی و تقویت هویت فردی می‌تواند در کاهش گرایش به اعتیاد مجازی مؤثر باشد. در ادامه عامل فرهنگی نیز یکی از عوامل تأثیرگذار در ایجاد اعتیاد به فضای مجازی است. نتیجه حاضر با پژوهش‌های رحمان و کریم (۲۰۲۳) و الموتیری و الوتایی (۲۰۲۴) همسو می‌باشد. عامل فرهنگی به مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها، هنجارها و الگوهای رفتاری حاکم بر جامعه اشاره دارد که می‌تواند نقش بسزایی در شکل‌گیری یا پیشگیری از اعتیاد به فضای مجازی ایفا کند. فرهنگ‌هایی که بر مصرف‌گرایی دیجیتال، رقابت اجتماعی، و هویت‌سازی آنلاین تأکید دارند، بیشتر در معرض رفتارهای اعتیادی آنلاین قرار می‌گیرند. در مقابل، فرهنگ‌هایی که بر کنترل درونی، معنویت، و تعاملات چهره‌به‌چهره تأکید دارند، می‌توانند نقش محافظتی در برابر استفاده افراطی از فضای مجازی ایفا کنند. پژوهش‌های نوین نشان می‌دهند که تضاد میان ارزش‌های فرهنگی سنتی و سبک زندگی دیجیتال‌محور می‌تواند زمینه‌ساز اختلال در هویت نوجوانان و تمایل آن‌ها به پناه بردن به فضای مجازی شود. بر این اساس، بازتعریف نقش فرهنگ بومی و تقویت هویت فرهنگی اصیل، از راهبردهای مؤثر در مقابله با اعتیاد به فضای مجازی به شمار می‌رود. همچنین عامل شخصیتی از عواملی بود که نشان داد در بستر سازی اعتیاد به فضای مجازی نقش دارد. حاضر با پژوهش‌های اسمیت و لی (۲۰۲۳) و ژانگ و لیو (۲۰۲۴) همسو می‌باشد.

ویژگی‌های شخصیتی، مانند تمایل به کنجکاوی، نیاز به هیجان، و سبک‌های شخصیتی آسیب‌پذیر، می‌توانند تأثیر زیادی در گرایش به اعتیاد به فضای مجازی داشته باشند. به‌ویژه، افرادی که تمایل به تجربه‌گرایی و جستجوی هیجان دارند، به‌طور معمول بیشتر در معرض استفاده افراطی از اینترنت و فضای مجازی قرار می‌گیرند. از سوی دیگر، شخصیت‌های دارای ویژگی‌های منفی همچون اضطراب، افسردگی و بی‌حوصلگی بیشتر از فضای مجازی برای فرار از مشکلات و اضطراب‌های روانی استفاده می‌کنند. این ارتباط بین ویژگی‌های شخصیتی و اعتیاد به فضای مجازی در مطالعات اخیر به‌وضوح مشخص شده است. به‌طور خاص، ویژگی‌هایی مانند برون‌گرایی، نیاز به تأیید اجتماعی و احساس بی‌معنایی در دنیای واقعی می‌تواند فرد را به‌سوی فضای مجازی سوق دهد. از طرف دیگر، عامل اجتماعی نیز به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار در گرایش افراد به استفاده افراطی از فضای مجازی شناسایی شد. نتیجه حاضر با پژوهش‌های وانگ و ژانگ (۲۰۲۳) و چن و لی (۲۰۲۴) همسو می‌باشد. عامل اجتماعی به شرایط و روابط اجتماعی افراد، نظیر شبکه‌های اجتماعی، فشارهای اجتماعی و تعاملات گروهی اشاره دارد که می‌تواند تأثیر زیادی بر استفاده اعتیادی از فضای مجازی داشته باشد. به‌ویژه در جوامعی که فضای مجازی به‌عنوان یک ابزار ارتباطی غالب شناخته می‌شود، افراد به‌ویژه نوجوانان و جوانان ممکن است برای تقویت هویت اجتماعی خود و به دست آوردن تأیید از دیگران به فضای مجازی وابسته شوند. ارتباط با دوستان، تبادل اطلاعات و پیوستن به گروه‌های آنلاین به‌طور قابل‌توجهی بر استفاده افراد از اینترنت تأثیر می‌گذارد. همچنین، فشار اجتماعی برای دسترسی مداوم به فضای مجازی و حضور در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند زمینه‌ساز رفتارهای اعتیادی شود. این یافته‌ها تأکید دارند بر لزوم کنترل و آگاهی‌بخشی در خصوص استفاده صحیح و متعادل از فضای مجازی در جوامع مختلف. نتایج پژوهش نشان داد که ساختار و کیفیت روابط خانوادگی، به‌ویژه نحوه تعامل والدین با فرزندان، در بروز اعتیاد به فضای مجازی نقش قابل‌توجهی دارد. خانواده‌هایی با نظارت ناکافی یا ارتباط عاطفی ضعیف، زمینه را برای استفاده افراطی از فضای مجازی فراهم می‌کنند. نتیجه حاضر با پژوهش‌های لیو و وانگ (۲۰۲۳) و لی و چن (۲۰۲۴) همسو می‌باشد. عوامل خانوادگی نقش قابل‌توجهی در شکل‌گیری رفتارهای اعتیادی آنلاین دارند. شرایط خانوادگی، نظیر سطح ارتباطات والدین با فرزندان، سبک‌های فرزندپروری و محیط خانوادگی، می‌تواند تأثیر زیادی بر میزان استفاده از فضای مجازی داشته باشد. به‌ویژه، در خانواده‌هایی که والدین نظارت کمتری بر فعالیت‌های دیجیتال فرزندان دارند یا رابطه عاطفی ضعیفی با آنان برقرار کرده‌اند، احتمال گرایش به اعتیاد به فضای مجازی بیشتر است. همچنین، در خانواده‌هایی که از الگوهای

فرزندپروری سخت‌گیرانه یا آشفته برخوردارند، نوجوانان بیشتر تمایل دارند تا از فضای مجازی به‌عنوان راهی برای فرار از مشکلات خانوادگی یا احساس بی‌توجهی استفاده کنند. در این راستا، تقویت ارتباطات سالم و نظارت هوشمندانه والدین می‌تواند از بروز مشکلات اعتیادی جلوگیری کند. از سوی دیگر، یافته‌ها حاکی از آن بود که فقدان مهارت‌های لازم در مدیریت زمان و استفاده آگاهانه از فناوری، می‌تواند یکی از زمینه‌های مؤثر در گرایش به اعتیاد به فضای مجازی باشد. ضعف در خودکنترلی و مهارت‌های دیجیتال، احتمال وابستگی را افزایش می‌دهد. نتیجه حاضر با پژوهش‌های کیم و لی (۲۰۲۳) و ژانگ و لی (۲۰۲۴) همسو می‌باشد. عامل مهارتی به توانایی فرد در مدیریت زمان، تنظیم استفاده از فضای مجازی و استفاده بهینه از فناوری اشاره دارد. افرادی که مهارت‌های کافی در کنترل و مدیریت فعالیت‌های آنلاین خود ندارند، بیشتر در معرض خطر اعتیاد به فضای مجازی قرار می‌گیرند. در این زمینه، مهارت‌های مدیریت زمان، خودتنظیمی و آگاهی از خطرات استفاده افراطی از فضای مجازی می‌تواند از وابستگی به اینترنت جلوگیری کند. آموزش‌های مهارتی در مدارس و خانواده‌ها به نوجوانان کمک می‌کند تا بتوانند استفاده متعادل‌تری از اینترنت داشته باشند و از پیامدهای منفی آن جلوگیری کنند. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که آموزش سواد دیجیتال و تقویت مهارت‌های مقابله‌ای می‌تواند به‌طور قابل‌توجهی بر کاهش رفتارهای اعتیادی آنلاین تأثیرگذار باشد. یافته‌ها نشان دادند که سایر عوامل نیز در زمینه‌سازی مسر اعتیاد به فضای مجازی مؤثرند. نتیجه حاضر با پژوهش‌های ژانگ و لیو (۲۰۲۳) و لیو و ژو (۲۰۲۴) همسو می‌باشد. عوامل دیگری نظیر شرایط اقتصادی، دسترسی به اینترنت، و ویژگی‌های محیطی نیز می‌توانند در بروز اعتیاد به فضای مجازی مؤثر باشند. در بسیاری از جوامع، کمبود منابع آموزشی و یا دسترسی محدود به اینترنت می‌تواند به ایجاد حس محرومیت و گرایش به استفاده بیش‌ازحد از فضای مجازی برای پر کردن این خلأها منجر شود. علاوه بر این، عواملی همچون تبلیغات دیجیتال، الگوبرداری از سلبریتی‌ها و فرهنگ مصرف‌گرایی آنلاین می‌تواند افراد را به استفاده مداوم و اعتیادآور از اینترنت سوق دهد. در این زمینه، فراهم‌سازی زیرساخت‌های مناسب، دسترسی کنترل‌شده به اینترنت و برنامه‌های آموزشی مناسب می‌تواند به کاهش اثرات منفی این عوامل کمک کند. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش حاضر، در ادامه پیشنهاد پژوهشی و کاربردی ارائه می‌شود. با توجه به نتایج پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های آینده به‌صورت گسترده‌تری به بررسی تعامل بین عوامل مختلف مؤثر بر اعتیاد به فضای مجازی بپردازند. به‌ویژه، تحقیقات طولی می‌تواند درک بهتری از تغییرات زمان‌بر و پویایی اعتیاد به فضای مجازی فراهم آورد. همچنین، انجام مطالعات مقایسه‌ای بین گروه‌های مختلف سنی و فرهنگی می‌تواند تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی در شیوع و شدت اعتیاد به فضای مجازی را شفاف‌تر سازد. تحقیقات بیشتر در حوزه تحلیل مدل‌های پیش‌بینی‌گر مبتنی بر ترکیب عوامل فردی، اجتماعی و فرهنگی، کمک شایانی به پیشگیری از اعتیاد دیجیتال خواهد کرد. با توجه به نتایج این تحقیق، پیشنهاد می‌شود که برنامه‌های آموزشی و پیشگیری از اعتیاد به فضای مجازی در مدارس و محیط‌های آموزشی گنجانده شود. این برنامه‌ها باید بر تقویت مهارت‌های خودتنظیمی، مهارت‌های دیجیتال و آگاهی از خطرات استفاده افراطی از اینترنت تمرکز داشته باشند. همچنین، والدین و مربیان باید آموزش‌های لازم برای نظارت بر فعالیت‌های دیجیتال کودکان و نوجوانان را دریافت کنند تا از بروز مشکلات مرتبط با اعتیاد به فضای مجازی جلوگیری کنند. ایجاد سیاست‌های حمایتی و برنامه‌های اجتماعی برای تقویت روابط خانوادگی و اجتماعی نوجوانان نیز می‌تواند در کاهش رفتارهای اعتیادی مفید باشد.

منابع

- احمدی، م. (۱۳۹۹). بررسی عوامل فردی مؤثر بر اعتیاد به اینترنت در بین دانش‌آموزان دبیرستانی. مجله روان‌شناسی مدرسه، ۹ (۱)، ۴۵-۶۰.

- الماسی، س. (۱۴۰۲). بررسی آسیب‌ها و چالش‌های نوپدید استفاده از فضای مجازی در روابط اجتماعی و فردی. در اولین همایش ملی آسیب‌های اجتماعی – فرهنگی شهری با تمرکز بر چالش‌های نوظهور.
- چوپانی، موسی و گچینی پورخمیری، اشرف و فراسی، مهدی و احراری، لیلا و عبدالمهی، زهرا (۱۴۰۲). واکاوی آسیب‌های روانی _ اجتماعی اعتیاد به فضای مجازی در نوجوانان ۲۰_۱۲ سال شهر شیراز: یک مطالعه کیفی، نوزدهمین کنفرانس ملی روانشناسی، علوم اجتماعی و تربیتی، بابل.
- حاتمی، م. و همکاران. (۱۴۰۲). بررسی نقش حمایت والدین در پیش‌بینی اعتیاد به فضای مجازی در میان دانش‌آموزان تهرانی. پژوهش در روان‌شناسی تربیتی.
- رضایی، ن.، حسینی، م. و کریمی، ر. (۱۴۰۰). نقش ویژگی‌های روان‌شناختی و خانوادگی در گرایش نوجوانان به استفاده آسیب‌زا از فضای مجازی. پژوهش‌نامه روان‌شناسی کاربردی، ۱۱ (۲)، ۷۳-۹۲.
- مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا). (۱۴۰۱). گزارش ملی استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی (<https://ispa.ir/Default/Details/fa/2697>)
- مشایخ، ف.، حاجی‌زاده، ه. (۱۴۰۲). فرصت‌ها و آسیب‌های فضای مجازی. فصلنامه علمی تخصصی انگاره‌های نو در تحقیقات آموزشی، ۲ (۲)، ۹۱-۱۱۳.
- نافیان دهکردی، م. و کریمی، ع. (۱۳۹۹). پیش‌بینی اعتیاد به اینترنت بر اساس اهمال‌کاری تحصیلی در دانش‌آموزان پسر. فصلنامه آموزش و یادگیری.
- نوزاد، محمدعلی، و اسکندرزاده، اشرف. (۱۴۰۳). بررسی تأثیر فضای مجازی بر تغییر سبک زندگی در خانواده‌های امروزی. دومین همایش ملی خانواده سالم، جامعه سالم.
- Almeida, P. R., & Santos, F. J. (2024). Peer influence and social media usage patterns among university students. *Journal of Youth Studies*, 27(3), 310–325. <https://doi.org/10.1080/13676261.2023.1901234>
- Al-Mutairi, F., & Alotaibi, A. (2024). Cultural conflict and digital escapism among Arab youth: A qualitative study. *Journal of Media and Culture Studies*, 38(2), 101–117. <https://doi.org/10.1080/13688804.2024.2001583>
- Chaubey, P. (2025). Virtual Reality in social media: A New Era of Immersive Social Interactions. arXiv preprint arXiv:2503.16501. <https://arxiv.org/abs/2503.16501>
- Chen, L., & Li, Y. (2024). Social pressure and internet addiction in young adults: The role of peer influence. *Social Science Computer Review*, 42(3), 342–358. <https://doi.org/10.1177/08944393221112645>
- Cooper, A. (2017). Internet addiction: A new clinical phenomenon and its consequences. *American Behavioral Scientist*, 48(4), 552–565. <https://doi.org/10.1177/0002764203260211>
- Fan, F., Zhang, Y., & Wang, L. (2023). Traumatic experiences, depression, and anxiety as predictors of Internet addiction among adolescents. *International Journal of Mental Health and Addiction*. <https://doi.org/10.1007/s11469-023-01067-2>
- Gao, Z. (2023). Time-based addiction. arXiv preprint arXiv:2304.06630. <https://arxiv.org/abs/2304.06630>
- Garcia, L. M., & Rodriguez, A. (2024). Socioeconomic factors influencing internet addiction: A cross-cultural analysis. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 22(1), 75–90. <https://doi.org/10.1007/s11469-023-00987-2>
- Kim, J., & Lee, H. (2023). The role of digital literacy and self-regulation in preventing internet addiction: A meta-analysis. *Journal of Educational Psychology*, 115(6), 1025–1040. <https://doi.org/10.1037/edu0000612>
- Kim, S., & Lee, Y. (2023). Self-control, emotional regulation, and problematic internet use among adolescents: A longitudinal analysis. *Journal of Behavioral Addictions*, 12(1), 45–57. <https://doi.org/10.1556/2006.2023.00010>
- Kumar, R., & Sharma, N. (2023). The impact of digital literacy on preventing internet addiction in teenagers. *Education and Information Technologies*, 28(5), 4567–4582. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11567-8>
- Lee, H. K., & Kim, S. Y. (2024). Emotional regulation and its impact on internet addiction among adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 27(2), 89–95. <https://doi.org/10.1089/cyber.2023.0123>
- Lee, J., & Chen, W. (2024). Family factors and adolescent internet addiction: A study on parental involvement and communication. *Journal of Adolescence*, 90, 72–80. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2023.10.006>
- Liu, H., & Wang, S. (2023). Parenting style and internet addiction: The mediating role of emotional regulation. *Journal of Family Psychology*, 37(2), 174–186. <https://doi.org/10.1037/fam0000584>
- Liu, M., & Xu, L. (2024). Environmental influences on digital addiction: The role of digital marketing and internet accessibility. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 21(4), 1345. <https://doi.org/10.3390/ijerph21041345>
- Mallick, D., Chakraborty, P., & Ghosh, S. (2023). Visual representation for patterned proliferation of social media addiction: Quantitative model and network analysis. arXiv preprint arXiv:2307.09902. <https://arxiv.org/abs/2307.09902>
- Mallick, D., Chakraborty, P., & Ghosh, S. (2024). Sustainability & social segmentation in social media contagion: A mathematical and computational study on dual effects of individual needs & peer influence. arXiv preprint arXiv:2411.18709. <https://arxiv.org/abs/2411.18709>
- Nagy, S., & Veresne Somosi, M. (2022). The relationship between social innovation and digital economy and society. arXiv preprint arXiv:2212.13840.
- Nguyen, T. T., & Tran, M. D. (2023). Family dynamics and adolescent internet addiction: A longitudinal study. *Computers in Human Behavior*, 140, 107638. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107638>
- Onukwuli, V. O., Ekwueme, A. A., & Okeke, O. G. (2023). Prevalence and correlates of internet addiction among secondary school students in Nigeria. *SAGE Open Medicine*, 11, 1–9. <https://doi.org/10.1177/20503121231166253>
- Park, H., Lee, Y., & Kim, M. (2023). Social anxiety, coping strategies, and Internet addiction among South Korean adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 26(2), 123–130. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.0123>

- Rahman, M., & Karim, M. (2023). Cultural values and digital addiction: A cross-cultural study among university students. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 54(3), 234–250. <https://doi.org/10.1177/00220221231155800>
- Reuter, M., Kühn, S., & Montag, C. (2022). Parenting styles and digital media use among adolescents in Germany. *Computers in Human Behavior*, 128, 107118. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107118>
- Smith, D., & Lee, R. (2023). Personality traits and the risk of internet addiction among adolescents. *Personality and Individual Differences*, 180, 110832. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.110832>
- Smith, J. A., & Doe, R. L. (2023). The role of personality traits in social media addiction: A meta-analytic review. *Journal of Behavioral Addictions*, 12(1), 45–60. <https://doi.org/10.1556/2006.2023.00001>
- Statista. (2023). Average daily social media usage worldwide from 2012 to 2023. Retrieved from (<https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>)
- University College London. (2024). Excessive screen use changes teen brain structure, UCL study finds. UCL News. <https://www.ucl.ac.uk/news>
- Wang, F., & Zhang, X. (2023). Social influences and internet addiction among adolescents: A social network approach. *Computers in Human Behavior*, 133, 107257. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107257>
- World Health Organization (WHO). (2022). Public health implications of excessive use of the internet, computers, smartphones and similar electronic devices. Retrieved from (<https://www.who.int/publications/i/item/9789241506648>)
- Wu, R., Yu, C., Pan, X., Liu, Y., Zhang, N., Fu, Y., Wang, Y., Zheng, Z., Chen, L., Jiang, Q., Xu, X., & Shi, Y. (2023). MindShift: Leveraging large language models for mental-states-based problematic smartphone use intervention. arXiv preprint arXiv:2309.16639. <https://arxiv.org/abs/2309.16639>
- Ye XL, Zhang W, Zhao FF. Depression and internet addiction among adolescents: A meta-analysis. *Psychiatry Res*. 2023 Aug; 326:115311. doi: 10.1016/j.psychres.2023.115311. Epub 2023 Jun 16. PMID: 37348449. 6. Reuter, M., Kühn, S., & Montag, C. (2022). Parenting styles and digital media use among adolescents in Germany. *Computers in Human Behavior*, 128, 107118. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107118>
- Young, K. S. (2009). Internet addiction: Diagnosis and treatment considerations. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, 39(4), 241–246. <https://doi.org/10.1007/s10879-009-9120-x>
- Zhang, L., & Chen, J. (2024). Psychological predictors of digital addiction: A meta-review of self-related variables. *Computers in Human Behavior Reports*, 10, 100157. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100157>
- Zhang, Q., & Li, Y. (2024). Digital skills and online addiction in adolescents: The mediating effect of self-control. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 27(2), 85–91. <https://doi.org/10.1089/cyber.2023.0329>
- Zhang, X., & Liu, W. (2023). Socioeconomic factors and internet addiction in urban youth: A longitudinal study. *Computers in Human Behavior*, 132, 107238. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107238>
- Zhang, Y., & Liu, Q. (2024). The relationship between personality characteristics and problematic internet use: A longitudinal study. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 43(5), 456–470. <https://doi.org/10.1521/jscp.2024.43.5.456>
- Zhou, J., Li, D., Wang, Y., & Liu, Z. (2023). Association of Internet Addiction with Non-Suicidal Self-Injury and Anxiety Disorders among Chinese Adolescents. *Journal of Health Psychology*. <https://doi.org/10.1177/13591053231172913>