

Assessment of Psychometric Properties of Social Media Addiction Scale

Fatemeh Shirazi¹ , Noorolla Zahedian-Nasab², Azita Jaber^{3*} 

1. Assistant professor, Nursing Department, Community Based Psychiatric Care Research Center, Nursing department, Shiraz University of Medical Sciences, Shiraz, Iran
2. MSc of nursing, Student Research Committee, School of Nursing and Midwifery, Shiraz University of Medical Sciences, Shiraz, Iran
3. Assistant professor, Community Based Psychiatric Care Research Center, Shiraz University of Medical Sciences, Shiraz, Iran

Received: 2022/05/09

Accepted: 2022/09/19

Abstract

Introduction: Social media addiction is one of the serious problems in the recent century that numerous scales and questionnaires have been designed to measure it. Considering the strengths and weakness of each tool, it is necessary to have a reliable and valid tool which is compatible with Iranian culture. Therefore, in the present study, Sahin's questionnaire was translated and its psychometric properties was assessed.

Materials and Methods: It is a methodological study on 12-18 years old high school students at Sepidan. The questionnaire was translated and re-translated by experts and its psychometric properties were assessed using qualitative and quantitative content and face validity, exploratory and confirmatory factor analysis, McDonald's omega, Cronbach's alpha and also test-re-test.

Results: During translation and qualitative face validity, some changes were made in the scale items. The Importance Score of all items were higher than 1.5. But in content validity, the CVI of some items were low that after some revision they changed to 0.7 and higher. In assessing Content Validity Ratio of items, the item number 4 achieved a critical number less than the Lawshe table and was omitted. Therefore 28 items entered in factor analysis. Exploratory factor analysis categorized the items into 4 subdomains and the confirmatory factor analysis confirmed fitness of the model.

Conclusion: Sahin's social media addiction scale (2018) had a good validity and reliability in the Iranian students and it seems to be an appropriate tool for assessing social media addiction in adolescents.

***Corresponding Author:** Azita Jaber
Address School of Nursing and Midwifery,
NamaziSquare, Shiraz, Iran
Tel: 071 36474254-8
E-mail: azita_jaber@yahoo.com,
a_jaber@sums.ac.ir

Keywords: Social Media
Addiction, Adolescents,
Validity, Reliability

How to cite this article: Shirazi F., Zahedian-Nasab N, Jaber A. Assessment of Psychometric Properties of Social Media Addiction Scale, Journal of Sabzevar University of Medical Sciences, 2023; 30(2):163-176.

Introduction

Internet access has changed the lives of all people, including adolescents. Although advances in technology have many benefits, problematic activity may jeopardize adolescents' development and well-being. Addiction to social media means spending a lot of time in these spaces. A review of the literature suggests that Internet addiction is not limited to university students, but also affects students and adolescents. Of course, identifying and examining addiction to social media is not only possible by observation, but also requires valid and reliable tools. Numerous researchers have designed various tools and scales to measure this issue. Some of these questionnaires, such as the Bergen Facebook Addiction Scale, measure online game addiction in a particular case, and some, such as Young Internet Addiction, Chen Internet Addiction, and problematic use of the internet, the compulsive use of internet scale, the social media disorder scale assess general concepts.

Hence, the authors believe that newer scales are needed to measure virtual network addiction in general rather than Facebook addiction; that is, addiction to social media requires a special questionnaire or scale. Khajehzadeh et al. also designed a questionnaire entitled addiction to mobile social networks. However, the ambiguity of its conceptualization, the absence of negative items and the age range of its participants make its use in the adolescent community challenging. Another questionnaire in this field is the Social Media Addiction Scale-Student Form (SMAS-SF), which was designed by Sahin (2018) and has 4 dimensions: virtual problem, virtual communication, virtual information and virtual problem. This questionnaire was designed and psychometrically assessed in Turkey and has not been translated in Iran. Given that the cultural and even religious context of Turkey and Iran are somewhat similar, it seems that this questionnaire will have the quality to use in Iranian context. Therefore, in the present study, the questionnaire was translated and culturally validated.

Methodology

In this descriptive cross-sectional study, performed on students in Sepidan in 2020, convenient sampling method was used. Inclusion criteria were: attending day schools in the age range of 12 to 18 years in boys' and girls' schools, no substance or alcohol abuse, no mental illness

according to the participants' self-declaration. Students who withdrew from the study or questionnaires with more than 20% of their questions left unanswered were excluded. The present study was approved by the Ethics Committee of Shiraz University of Medical Sciences (IR.SUMS.REC.1398.1095). After the approval of the designer of the SMAS-SF questionnaire, the steps of translation and psychometrics of the scale were performed according to the protocol of the World Health Organization.

Translation: In this step, the backward-forward method was used. For this purpose, the questionnaire was first provided independently to two English translators familiar with both Persian and English. After independent translation, the two translations were reviewed by the research team. The questionnaires were then given to two other translators, one of whom was familiar with terms related to social media addiction to translate into English, and their aggregated version was compared to the original and approved by the designer.

Results

The mean age of participants was 14.28 (1.045) years. In the qualitative face validity, changes and corrections that have been applied in Persian items and in quantitative face validity, all items had a coefficient higher than 1.5. The CVI results indicated that all items except 7 items (items 5, 7, 9, 11, 16, 21 and 25) scored higher than 0.79 and preserved in the modified version. Items with the scores between 0.7 and 0.79 were reviewed, corrected, and obtained the appropriate scores. The S-CVI score was 0.904. The CVR of all items a score higher than the critical level (0.49), except item 4 achieved which was removed from the questionnaire. In exploratory factor analysis, 4 factors of escape, inability to control, mental preoccupation, and information and awareness were extracted, which were explained 10.486, 2.142, 1.458 and 1.058 of variances, respectively. In total, 55.689% of the total variance explained the structure of social media addiction tool. According to confirmatory factor analysis, indicators confirmed the fit of the model. Test-retest stability and internal consistency showed acceptable reliability.

Discussion

The results of the present study indicate that Sahin (2018) Social Media Addiction Questionnaire has 4 distinct and stable factors of escape, inability to control, mental preoccupation, and information and awareness. The results of coefficients related to internal consistency and reliability also indicate that the items all measure the same structure and concept. Of course, measuring Cronbach's alpha for each factor and omega indices were of the most important advantages of the present study compared to the original version. On the other hand, considering that in previous studies it was found that social media addiction is related to education and in the present study the questionnaire was able to show this significant difference ($p < 0.001$) can be said that the questionnaire has discriminant validity. Given that confirmatory factor analysis can examine the fitness of the results of the proposed factor structure, it provides a more accurate evaluation of the variables or latent structures. In the present study, the appropriateness of the factor structure of the questionnaire was evaluated after removing the outliers and examining the normal distribution of the data, and the results indicated that the model fit was appropriate for all indicators.

Comparison of the results with the Turkish questionnaire showed that CVI and CVR were not reported in the face and content validity of the original version. However, in the present study, this issue was evaluated and coefficients higher than 1.5, CVI higher than 0.79 and CVR higher than the critical values confirm the validity of this questionnaire in Iranian society. Additionally, in evaluating the stability of the Turkish version of the questionnaire, the correlation coefficients of the dimensions were higher than 0.8 and significant within 2 weeks. However, the authors did not indicate whether the mean scores were significant on two intervals. Also, the ICC has not been reported.

On the other hand, although the questionnaire of Khajeh Ahmadi et al. was designed in Iran, the resources to explain and define the concept and item generation are generated from articles and books, while in the present questionnaire a conceptual framework based on the concepts of using social media and their addiction is accurately introduced and its framework is determined by experts and then the items are

extracted. On the other hand, the questions in the dimensions of these two questionnaires are very similar, for example, the items "I think about visiting social networks before doing anything", "I enjoy being a member of social networks", "somewhat I have used social media and I have had a conflict with my family". While some items in the present questionnaire, such as "Social media is a way for me to escape from the real world", "I prefer virtual communication on social media to going out" do not correspond to the questionnaire of Khajeh Ahmadi et al. These items, which measure escape from the real world, are important because they examine and evaluate feelings of rejection and avoidance of the outside world. In addition, the present questionnaire in the age group of 12 to 21 years has been psychoanalyzed and for this reason, the title of student form has been considered for it. While the questionnaire of Khajeh Ahmadi et al. has been psychoanalyzed in the group of undergraduate and professional doctoral students and may not be applicable for the age group under 18 years.

It is also important to note that many of the items in the questionnaire are similar in content to the questionnaire in the present study. For example, "The first thing that comes to mind when I wake up in the morning is to go online on social media", "I've spent a lot of time online on virtual social media", "My grades and schoolwork was compromised because of the long time I'm online." However, considering the determination of face and content validity criteria, as well as the diversity of both genders along with assessing psychometric criteria of the present scale are the strengths of the present study. However, like other studies, it has limitations, one of the most important of which is that students in Sepidan participated in the present study. Therefore, cultural diversity as well as urban diversity is not considered in the study.

Conclusion

Findings showed that the social media addiction questionnaire has good validity and reliability for assessing social media addiction in Iranian adolescents. Using this tool and other similar tools can help identify high-risk adolescents and related factors. These findings could also help authorities and researchers to design and implement appropriate interventions

such as educational interventions for adolescents and their families to minimize the disorder.

Acknowledgment

The authors would like to express their sincerest gratitude to Shiraz University of Medical Sciences

and Sepidan Education department for financially supporting the research. They would also like to appreciate all the students who participated in the research.

Conflict of Interest: None declared.

بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی پرسش‌نامه اعتیاد به رسانه جمعی

فاطمه شیرازی^۱، نوراله زاهدیان نصب^۲، آرزیتا جابری^{۳*}

۱. استادیار مرکز تحقیقات روان‌جامعه‌نگر، گروه پرستاری، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران
۲. کارشناسی ارشد پرستاری، کمیته تحقیقات دانشجویی، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران
۳. استادیار مرکز تحقیقات روان‌جامعه‌نگر، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، شیراز، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۲۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۱۹

چکیده

زمینه و هدف: اعتیاد به رسانه‌های جمعی، یکی از آسیب‌های جدی در قرن اخیر است که ابزارهای متعددی برای سنجش آن طراحی و روان‌سنجی شده‌اند. با توجه به نقاط قوت و ضعف هر کدام از ابزارها، ابزاری مورد نیاز است که با فرهنگ ایران هم‌خوانی داشته باشد تا در پژوهش‌های ایرانی به‌کار گرفته شود. از این رو در مطالعه حاضر، پرسش‌نامه ساهین، ترجمه و روان‌سنجی گردید.

مواد و روش‌ها: مطالعه حاضر روی دانش‌آموزان ۱۲-۱۸ سال مشغول به تحصیل در مدارس شهرستان سپیدان استان فارس سال ۱۳۹۹ انجام شد. روایی و پایایی پرسش‌نامه مذکور پس از ترجمه و بازترجمه با روایی صوری و محتوایی کیفی و کمی، تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، آلفای کرونباخ، امگای مک‌دونالد و آزمون-بازآزمون مورد روان‌سنجی قرار گرفت.

یافته‌ها: در مرحله ترجمه و روایی صوری کیفی، تغییراتی در گویه‌ها اعمال شدند. ضرایب اهمیت همه گویه‌ها بالاتر از ۱/۵ بودند اما در روایی محتوایی، ضرایب CVI برخی گویه‌ها پایین بود که پس از اعمال تغییرات، ضرایب آنها به بالاتر از ۰/۷ تغییر یافت. در ارزیابی CVR گویه ۴ عدد بحرانی کمتر از نمودار لاوشه را احراز کرد و از پرسش‌نامه حذف گردید و تعداد ۲۸ گویه وارد تحلیل عاملی شدند. تحلیل عاملی اکتشافی، گویه‌ها را در چهار عامل قرار داد و تحلیل عاملی تأییدی، مؤید برازش مدل ۴ عاملی بود.

نتیجه‌گیری: پرسش‌نامه اعتیاد به رسانه جمعی ساهین در جامعه دانش‌آموزان ایرانی از روایی و پایایی مناسبی برخوردار بود و به‌نظر می‌رسد برای ارزیابی اعتیاد به رسانه جمعی در جامعه نوجوانان ابزار مناسبی باشد.

* نویسنده مسئول: آرزیتا جابری

نشانی: شیراز- میدان نمازی- دانشکده پرستاری و مامایی حضرت فاطمه (س)
تلفن: ۰۷۱۳۶۴۷۴۲۵۴
رایانامه:

azita_jaberi@yahoo.com
a_jaberi@sums.ac.ir
شناسه ORCID: 0000-0002-5350-3926
شناسه ORCID نویسنده اول: 0000-0002-4127-0838

کلیدواژه‌ها:

اعتیاد به رسانه‌های جمعی، نوجوانان، روایی، پایایی

مقدمه

بر اساس آمارهای رسمی که Internet World Stats منتشر کرده است میزان استفاده از اینترنت در جهان روزبه‌روز افزایش می‌یابد. طبق این آمارها آسیا دارای بیشترین کاربران اینترنت (۵۳/۴ درصد) می‌باشد. در میان رسانه‌های اجتماعی، پرکاربردترین آنها فیسبوک (۶۶/۷۸ درصد) است و اینستاگرام پس از فیسبوک،

توییتر و یوتیوب، ۹/۰۲ درصد کاربری در آسیا را به خود اختصاص می‌دهد. در ایران ۹۱/۸ درصد مردم از اینترنت و ۴۰ میلیون نفر از رسانه جمعی فیسبوک استفاده می‌کنند (۱). مرکز آمار ایران نیز در سرشماری سال ۱۳۹۵ اعلام کرد که ۷۲/۸ درصد خانوارهای ایرانی به اینترنت دسترسی دارند (۲).

دسترسی به اینترنت، زندگی تمام افراد جامعه را تغییر داده است که نوجوانان و جوانان نیز از این موضوع مستثنی نیستند

شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل طراحی و روان‌سنجی کردند (۱۹) که در یک مطالعه دیگر نیز با استفاده از مدل راش، بررسی و خصوصیات روان‌سنجی آن تأیید شده است (۲۰) اما مشخص نبودن مبنای مفهوم‌پردازی آن، نبود گویه‌های منفی و محدوده سنی مشارکت‌کنندگان آن استفاده از آن در جامعه نوجوانان را چالش‌برانگیز می‌کنند. یکی دیگر از پرسش‌نامه‌های موجود در این زمینه، پرسش‌نامه اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی مجازی (SMAS-SF) است که ساهین (۲۰۱۸) طراحی کرده و دارای چهار بعد مشکل فضای مجازی ۲، ارتباطات مجازی ۳، اطلاعات فضای مجازی ۴ و تحمل فضای مجازی ۵ و ۲۹ گویه می‌باشد (۲۱). پرسش‌نامه مذکور در گروه سنی ۱۲ تا ۲۱ سال مورد روان‌سنجی قرار گرفته و به همین دلیل عنوان فرم دانش‌آموزی برای آن در نظر گرفته شده است. این پرسش‌نامه در کشور ترکیه طراحی و روان‌سنجی شده و در ایران ترجمه نشده است. با توجه به اینکه چارچوب مفهومی این پرسش‌نامه براساس مفاهیم استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اعتیاد به آنها به‌صورت دقیق معرفی شده و چارچوب آن بر اساس متخصصان مشخص شده و با توجه به اینکه بستر فرهنگی و حتی مذهبی ترکیه و ایران تا حدودی مشابه هستند به‌نظر می‌رسد این پرسش‌نامه در ایران نیز کارایی لازم را داشته باشد از این رو در مطالعه حاضر، پرسش‌نامه مذکور، ترجمه و اعتبارسنجی شد.

۲. مواد و روش

مطالعه حاضر از نوع توصیفی و مقطعی بود که در سال ۱۳۹۹ بر روی دانش‌آموزان شهر سپیدان، استان فارس انجام شد. روش نمونه‌گیری از نوع در دسترس و حجم نمونه در بخش روایی سازه با توجه به نظر متخصصان (بین ۳ تا ۱۰ نمونه به‌ازای هر گویه) ۳۴۲ دانش‌آموز مد نظر قرار گرفتند. معیارهای ورود به مطالعه عبارت بودند از: تحصیل در مدارس روزانه در محدوده سنی ۱۲ تا ۱۸ سال در مدارس پسرانه و دخترانه، نداشتن سوءمصرف مواد یا الکل، نداشتن بیماری‌های روانی طبق خوداظهاری مشارکت‌کنندگان. دانش‌آموزانی که از ادامه مشارکت در مطالعه انصراف می‌دادند یا پرسش‌نامه‌هایی که بیش از ۲۰ درصد سؤالات آنها بی‌پاسخ می‌ماند از مطالعه خارج شدند.

به‌منظور انجام مطالعه پس از تأیید کمیته اخلاق دانشگاه علوم پزشکی شیراز، با سازنده پرسش‌نامه SMAS-SF به‌صورت کتبی تماس گرفته شد. این پرسش‌نامه دارای ۲۹ گویه و دارای ۴ بعد

(۳). در آمریکا بیش از ۹۳ درصد افراد ۱۵ تا ۱۷ ساله از طریق موبایل به اینترنت دسترسی دارند (۴). اگرچه پیشرفت تکنولوژی با مزایای متعددی مانند تسهیل ارتباطات در فضاهای مجازی همراه است، فعالیت مشکل‌زا ممکن است تکامل و بهزیستی نوجوانان را به‌مخاطره بیندازد (۳). اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی به معنای گذراندن زمان زیاد در این فضاها به گونه‌ای است که فرد متوجه چیز دیگری نشود (۵). مرور متون حاکی از آن است که اعتیاد به اینترنت تنها به دانشجویان دانشگاه‌ها محدود نمی‌شود بلکه دامنگیر دانش‌آموزان و نوجوانان هم شده است (۶). البته شناسایی و بررسی اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی و اینترنت تنها با مشاهده ممکن نیست بلکه نیازمند ابزارهای روا و پایا می‌باشد. محققان متعددی ابزارها و مقیاس‌های متنوعی را برای سنجش این موضوع طراحی کرده‌اند (۶، ۷). برخی از این پرسش‌نامه‌ها مانند مقیاس اعتیاد به فیس‌بوک برگن (۸)، اعتیاد به بازی‌های اینترنتی یک مورد خاص را می‌سنجند و برخی نیز مانند اعتیاد به اینترنت یلنگ (۹)، اعتیاد به اینترنت چن (۱۰)، استفاده بیمارگونه (آسیب‌زا) از اینترنت (۱۱) و وسواس‌گونه از اینترنت (۱۲)، مقیاس اختلال شبکه‌های اجتماعی (۱۳) و پرسش‌نامه فرانشاخت‌های مرتبط با استفاده از تلفن‌های هوشمند (۱۴) مفاهیم نسبتاً عمومی‌تری را ارزیابی می‌کنند.

نویسندگان نیز بر این باورند که مقیاس‌های جدیدتری نیاز است تا اعتیاد به شبکه‌های مجازی را به صورت عام به‌جای اعتیاد به فیس‌بوک اندازه‌گیری کند (۱۵)؛ به همین دلیل اعتیاد به رسانه‌های مجازی نیازمند پرسش‌نامه یا مقیاس اختصاصی می‌باشد. از سویی دیگر، برخی از پرسش‌نامه‌های موجود، مؤلفه‌های اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را اندازه‌گیری نمی‌کنند. برای مثال مقیاس آسیب‌زا از اینترنت کاپلان و همکاران (۲۰۱۰) مؤلفه‌های برجستگی، عود و بازگشت، علائم ترک، انکار و پنهان‌سازی که از ویژگی‌های اعتیاد به شبکه‌های مجازی است را نمی‌سنجد (۱۶). مقیاس اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی تورل و سرنکو (۲۰۱۲) در تعداد اندکی از مشارکت‌کنندگان طراحی شده و تعداد کم گویه‌ها از معایب این مقیاس می‌باشد (۱۷). پرسش‌نامه صادق‌زاده و همکاران (۲۰۱۹) نیز در ایران طراحی شده است اما روایی صوری و محتوایی کمی آن سنجدیده نشده و پایایی آن با استفاده از روش همبستگی درونی اندازه‌گیری شده است و ثبات آن به روش آزمون-بازآزمون مورد توجه قرار نگرفته است (۱۸). خواجه‌زاده و همکاران هم پرسش‌نامه‌ای تحت عنوان اعتیاد به

ندارد) بیان کنند. سپس ضریب اهمیت هریک از گویه‌ها با استفاده از فرمول مربوطه تعیین و در صورتی که گویه، ضریب بالاتر از ۱/۵ را کسب می‌کند در پرسش‌نامه حفظ می‌شود.

روایی محتوایی: برای بررسی روایی محتوایی کیفی، از ۱۵ نفر متخصص روان‌شناسی و پرستاری خواسته شد تا نظر خود را در مورد محتوای گویه‌ها و تناسب آنها اظهار دارند. سپس دو معیار نسبت روایی محتوا (CVR) و شاخص روایی محتوا (CVI) اندازه‌گیری شد. در نسبت روایی محتوا از متخصصان درخواست شد تا میزان ضرورت گویه‌ها را با استفاده از یک درجه‌بندی لیکرت سه‌تایی تعیین کنند و نتایج با استفاده از فرمول مربوطه تعیین و با جدول لاوشه مقایسه شد. در صورتی که گویه می‌توانست نمره‌ای بالاتر از عدد بحرانی جدول کسب کند حفظ می‌شود. در ایندکس روایی محتوا نیز متخصصان ارتباط گویه‌ها با مفهوم موردسنجش را در یک طیف لیکرتی ۴ تایی مشخص می‌کردند و سپس نمره ایندکس با استفاده از فرمول محاسبه می‌گردید. همچنین نمره کل پرسش‌نامه (S-CVI) ارزیابی می‌شود.

روایی سازه: در این مرحله با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای ۳۴۲ دانش‌آموز وارد مطالعه شدند. در این خصوص با استفاده از نظریه کلاسیک، از تحلیل عاملی اکتشافی، تخمین حداکثر بزرگنمایی، چرخش اکوئیمکس و

نمودار سنگریزه و برای تعیین تعداد عوامل قابل استخراج از تحلیل مولزی استفاده شد. شاخص کفایت نمونه‌گیری کایزر میر اولکین و آزمون بارتلت محاسبه شد. بر اساس فرمول $CV=5.512/\sqrt{(n-2)}$ حضور یک گویه در عامل تقریباً ۰/۳ تخمین زده شد (۲۲). به‌ازای هر متغیر پنهان در هر عامل حداقل ۳ گویه باید وجود داشته باشد (۲۳) و در صورت وجود اشتراک گویه‌های کمتر از ۰/۵، از تحلیل عاملی حذف شدند (۲۴). در گام بعدی، عوامل استخراج‌شده به کمک تحلیل عاملی تأییدی (تخمین حداکثر درستنمایی) و بر اساس متداول‌ترین شاخص‌های نیکویی برازش مدل معادلات ساختاری بررسی شد.

پایایی: همسانی درونی با استفاده از آلفای کرونباخ و امگا مک دونالد و تتا و برای تعیین پایایی، به فاصله ۲ هفته پرسش‌نامه به ۳۰ نفر از دانش‌آموزان سنین ۱۲ تا ۱۸ سال داده شد و پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها تفاوت معنادار میان دو آزمون، ضریب همبستگی بین این دو و ICC ارزیابی شد. پایایی بیش از ۰/۷

تحمل فضای مجازی (گویه‌های ۱ تا ۵)، ارتباطات مجازی (گویه‌های ۶ تا ۱۴)، مشکل فضای مجازی (گویه‌های ۱۵ تا ۲۳) و اطلاعات فضای مجازی (گویه‌های ۲۴ تا ۲۹) است. پاسخ‌سؤالات در طیف لیکرت ۵ پنج‌تایی از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم می‌باشند. به این ترتیب نمره کلی پرسش‌نامه از ۲۹ تا ۱۴۵ می‌باشد. روایی محتوایی این پرسش‌نامه با استفاده از نظرات متخصصان ارزیابی شده است. در روایی سازه آن با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی، چهار بعد توانسته‌اند ۵۳/۱۶ درصد از واریانس کل را تبیین کنند و در تحلیل عاملی تأییدی نیز مدل‌های برازش مدل چهار بعدی را تأیید کردند. برای تعیین پایایی این پرسش‌نامه نیز از آلفای کرونباخ و آزمون بازآزمون استفاده شده است که آلفای بین ۰/۸۱ تا ۰/۸۶ برای زیرمقیاس‌ها و همبستگی بالاتر از ۰/۸ نمرات در فاصله زمانی ۲ هفته‌ای حاکی از پایایی این پرسش‌نامه است.

پس از کسب اجازه از سازنده پرسش‌نامه، مراحل ترجمه و روان‌سنجی مقیاس بر اساس پروتوکل سازمان بهداشت جهانی و بر اساس مراحل زیر انجام شد:

ترجمه: در این مرحله، از روش ترجمه-بازترجمه استفاده شد. به این منظور ابتدا پرسش‌نامه به صورت مستقل در اختیار دو مترجم زبان انگلیسی آشنا به هر دو زبان فارسی و انگلیسی قرار داده شد. پس از ترجمه مستقل این دو مترجم، تیم تحقیق آن را بررسی کردند. سپس پرسش‌نامه‌ها در اختیار دو مترجم دیگر قرار داده شد که یکی از آنها آشنا به اصطلاحات مرتبط با اعتیاد به رسانه‌های جمعی بود تا آن را به انگلیسی ترجمه کنند و نسخه تجمیع‌شده آنان با نسخه اصلی مقایسه گردید و برای تأیید به سازنده اصلی ابزار ارسال شد. در این مراحل برخی کلمات و عبارات برای فهم بهتر، اصلاح و تغییر داده شدند.

روایی صوری: در این مرحله برای طراحی بهینه ظاهر گویه‌های پرسش‌نامه مصاحبه رودرو با ۱۰ نوجوان ۱۵-۱۸ ساله انجام شد. از آنان خواسته شد تا نظر خود را در مورد تناسب ظاهری، میزان وضوح واژه‌های استفاده‌شده و منطقی بودن توالی گویه‌ها اعلام کنند. نظرات این مشارکت‌کنندگان جمع‌آوری و تغییراتی در جمله‌بندی گویه‌ها صورت گرفت. سپس مقیاس در اختیار ۱۵ متخصص در زمینه‌های ادبیات فارسی، روان‌سنجی، روان‌شناسی و پرستاری گذاشته شد تا نظر خود را در خصوص اهمیت این گویه‌ها در یک مقیاس لیکرت ۵ تایی (از بسیار اهمیت دارد تا اصلاً اهمیت

مناسب در نظر گرفته شد (۲۵).

ملاحظات اخلاقی: مطالعه حاضر، مجوز خود را از کمیته اخلاق دانشگاه علوم پزشکی شیراز با کد اخلاق IR.SUMS.REC.1398.1095 کسب کرده است. برای انجام این پژوهش، از مسئولین آموزش و پرورش و مدارس اجازه لازم کسب شد و طی جلسه‌ای به مشارکت‌کنندگان در خصوص اهداف مطالعه توضیحات لازم داده شد و رضایت‌نامه کتبی از آنها و والدینشان گرفته شد. به مشارکت‌کنندگان اطمینان داده شد که اطلاعات بدون درج نام و نام خانوادگی می‌باشد و اطلاعات کاملاً محرمانه خواهند بود.

۳. یافته‌ها

بر اساس نتایج، میانگین سنی مشارکت‌کنندگان (۱/۰۴۵) ۱۴/۲۸ سال بود. بیشتر مشارکت‌کنندگان دختر (۸۱/۳ درصد) و

در حال تحصیل در کلاس هشتم (۴۰/۴ درصد) بودند. در بررسی روایی صوری کیفی، تغییرات و اصلاحاتی که در گویه‌های فارسی اعمال شده‌اند و در روایی صوری کمی تمام گویه‌ها ضریب بالاتر از ۱/۵ داشتند. نتایج CVI حاکی از آن بودند که تمام گویه‌ها به جز ۷ گویه (گویه‌های ۵، ۷، ۹، ۱۱، ۱۶، ۲۱ و ۲۵) نمره بالاتر از ۰/۷۹ و نمره شاخص کاپای مناسب را کسب کردند و به این ترتیب، مناسب تشخیص داده شدند و در نسخه تغییر یافته حفظ شدند. گویه‌هایی که نمره مناسبی نداشتند با توجه به نمره بین ۰/۷ تا ۰/۷۹ نیازمند بازنگری بودند که پس از اصلاح، نمرات مناسب را کسب کردند. نمره I-CVI پرسش‌نامه ۰/۹۰۴ محاسبه شد. در خصوص نتایج CVR نیز یافته‌ها حاکی از آن بودند که نسبت روایی تمام گویه‌ها به جز گویه ۴ نمره بالاتر از حد بحرانی جدول لاوشه ۱۹۷۴ (۰/۴۹) را احراز کردند که این گویه از لیست گویه‌ها حذف شد (جدول ۱).

جدول ۱. میزان CVI، CVR و شاخص کاپای گویه‌های پرسش‌نامه اعتیاد به رسانه‌های جمعی

گویه‌های ابزار	CVI	CVR	شاخص کاپا
۱ من علاقمند به وارد شدن به رسانه‌های اجتماعی هستم.	۰/۸۹	۰/۵	۰/۸۸
۲ در هر جایی به دنبال اتصال اینترنتی هستم تا بتوانم وارد رسانه‌های اجتماعی شوم.	۰/۸۷۵	۰/۵	۰/۸۶
۳ هر صبح موقع بیدار شدن از خواب اولین کاری که انجام می‌دهم سر زدن به رسانه‌های اجتماعی است.	۱	۱	۱
۴ رسانه‌های اجتماعی برای من به‌عنوان راه فرار از دنیای واقعی است.	۰/۸۹	۰/۱۴	۰/۷۲
۵ بدون رسانه‌های اجتماعی زندگی برای من بی‌معنا می‌شود.	۰/۷۹۵	۰/۶	۰/۷۶
۶ حتی اگر افرادی در اطرافم باشند، ترجیح می‌دهم از رسانه‌های اجتماعی استفاده کنم.	۰/۸۹	۱	۰/۷۲
۷ من دوستی در فضای مجازی را به دوستی در زندگی واقعی ترجیح می‌دهم.	۰/۷۹۵	۰/۴۹	۰/۷
۸ من خودم را در رسانه‌های اجتماعی به افرادی که با آن‌ها در ارتباط هستم بهتر از آنچه هستم معرفی می‌کنم.	۰/۷۹۵	۰/۴۹	۰/۷
۹ من در رسانه‌های اجتماعی همان‌طوری هستم که دوست دارم باشم.	۰/۸۹	۰/۵	۰/۸۹
۱۰ من معمولاً ترجیح می‌دهم از طریق رسانه‌های اجتماعی با افراد ارتباط برقرار کنم.	۰/۸۹	۱	۰/۷
۱۱ حتی اگر خانواده‌ام ناراحت و آزرده شوند، من نمی‌توانم از رسانه‌های اجتماعی دست بکشم.	۰/۷۹۵	۱	۰/۸۸
۱۲ مواقعی که تنها هستم تمایل دارم وقتم را در رسانه‌های اجتماعی بگذارم.	۰/۷۹۵	۱	۰/۸۹
۱۳ من ارتباط مجازی در رسانه‌های اجتماعی را به بیرون رفتن ترجیح می‌دهم.	۰/۸۷۵	۱	۰/۷۳
۱۴ فعالیت‌های رسانه اجتماعی در تمام زندگی روزمره من جای دارند.	۰/۸۹	۰/۵	۰/۷
۱۵ من بسیاری از تکالیفم را انجام نمی‌دهم چون زمان زیادی را در رسانه‌های اجتماعی می‌گذرانم.	۰/۸۹	۰/۶۲۵	۰/۷
۱۶ اگر مجبور شوم مدت‌زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی را کاهش دهم، احساس بدی دارم.	۰/۷۹۵	۰/۴۹	۰/۸۸
۱۷ زمانی که در رسانه‌های اجتماعی نیستم احساس ناخوشایندی دارم.	۰/۷۹۵	۰/۷۱	۰/۸۷
۱۸ بودن در رسانه‌های اجتماعی مرا هیجان‌زده می‌کند (به وجد می‌آورد).	۰/۸۲۵	۰/۷۱	۰/۷۶
۱۹ به اندازه‌ای از رسانه‌های اجتماعی استفاده کرده‌ام که با خانواده‌ام دچار تعارض شده‌ام.	۰/۸۹	۰/۷۱	۰/۷۶
۲۰ دنیای پر رمز و راز رسانه‌های اجتماعی مرا گرفتار می‌کند.	۰/۸۷۵	۰/۷۱	۰/۶۵
۲۱ زمانی که در رسانه‌های اجتماعی هستم حتی متوجه گرسنگی و تشنگی‌ام نمی‌شوم.	۰/۷۹۵	۰/۷۱	۰/۸۷
۲۲ متوجه شده‌ام که مفید بودنم به دلیل استفاده از رسانه‌های اجتماعی کاهش یافته است.	۱	۰/۸۷	۰/۸۴
۲۳ من به دلیل استفاده از رسانه‌های اجتماعی، مشکلات جسمی زیادی دارم.	۰/۸۹	۰/۴۹	۰/۶۵

۲۴	من حتی موقع راه رفتن در خیابان برای آگاهی فوری از پیشرفت‌های روز دنیا از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم.	۰/۷۹۵	۰/۷۱	۱
۲۵	برای آگاه شدن از آنچه اتفاق می‌افتد، دوست دارم از رسانه اجتماعی استفاده کنم.	۰/۷۹۵	۰/۶۲۵	۰/۸۸
۲۶	من در رسانه‌های اجتماعی گشت‌وگذار می‌زنم تا از آن چه در گروه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند آگاهی پیدا کنم.	۰/۷۹۵	۰/۴۹	۱/۷۳
۲۷	من زمان زیادی را در رسانه‌های اجتماعی می‌گذرانم تا اعلان‌های خاص (مانند تولد) را ببینم.	۰/۸۹	۰/۴۹	۰/۷
۲۸	آگاه شدن از چیزهایی که مرتبط با رشته من است (مانند تکالیف و فعالیت‌ها) باعث می‌شود من همیشه در رسانه‌های اجتماعی بمانم.	۰/۸۹	۰/۴۹	۰/۷۶
۲۹	من همیشه در رسانه‌های دسته‌جمعی فعال هستم تا از آن چه همشهری‌ها و خویشاوندان به اشتراک می‌گذارند باخبر شوم.	۰/۸۷۵	۰/۵	۰/۸۷

نتایج مربوط به روایی سازه در جدول ۲ ارائه شده‌اند. شاخص کفایت نمونه‌گیری ۰/۹۴۳ نشان می‌داد داده‌ها برای این آزمون، مناسب هستند. همچنین آزمون کرویت بارلت ۴۲۲۶/۵۱۳ بیانگر آن بود که ماتریکس همبستگی بین گویه‌ها معنی‌دار است ($p < 0/001$) و روابط بین متغیرها قابل کشف است. با استفاده از جداول فراوانی کمتر از ۱۰ درصد از میان کل گویه‌ها به‌عنوان داده‌های فراموش شده تخمین زده شدند. توزیع تک‌متغیره داده‌ها با استفاده از شاخص‌های کشیدگی و چولگی بررسی شد و توزیع، نرمال بود. برای بررسی داده‌های پرت، از گراف‌های توزیع نرمال استفاده شد و داده‌های پرت دیده نشد. در تحلیل عاملی اکتشافی،

چهار عامل فرار، نداشتن توانایی کنترل، اشتغال ذهنی، اطلاعات و آگاهی استخراج شدند که به ترتیب ۱۰/۴۸۶، ۲/۱۴۲، ۱/۴۵۸ و ۱/۰۵۸ از مقادیر ویژه را به خود اختصاص می‌دادند و در مجموع ۵۵/۶۸۹ درصد کل واریانس سازه اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی را تبیین می‌کردند. با توجه به جدول ۳ در مورد تحلیل عاملی تأییدی، آزمون برازش مجذور کای نشان داد که برازش مدل، قابل قبول نیست ($p < 0/001$) بنابراین برای ارزیابی برازش از شاخص‌های دیگر استفاده شدند که دیگر شاخص‌ها، تناسب مدل را تأیید کردند (جدول ۳). با توجه به نمودار ۱ بار عاملی همه گویه‌ها به جز دو عامل بالاتر از ۰/۴ بودند.

جدول ۲. عوامل اکتشافی استخراج شده از پرسش‌نامه اعتیاد به رسانه‌های جمعی

عامل	گویه	بار عاملی	اشتراک گویه‌ها	درصد واریانس	مقادیر ویژه
۱	۱	۰/۴۰۹	۰/۴۸	۳۶/۱۵۸	۱۰/۴۸۶
	۵	۰/۶۹۸	۰/۶۶۱		
	۶	۰/۶۶۶	۰/۶۳۱		
	۷	۰/۶۳۵	۰/۵۸۶		
	۸	۰/۴۵۸	۰/۶۳۱		
	۱۰	۰/۴۱۱	۰/۴۵۹		
	۱۱	۰/۵۸۱	۰/۵۳۲		
	۱۳	۰/۴۶۶	۰/۴۵۶		
	۱۵	۰/۴۷۴	۰/۵۱۲		
	۱۶	۰/۵۱۹	۰/۵۹۲		
۲	۱۷	۰/۶۴۴	۰/۶۳	۷/۳۸۵	۲/۱۴۲
	۱۹	۰/۵۳۸	۰/۶۴۶		
	۲۰	۰/۶۶۲	۰/۵۹۷		
	۲۱	۰/۳۹۸	۰/۵		
	۲۲	۰/۵۵۲	۰/۵۴۲		
	۲۳	۰/۵۲۴	۰/۵		
	۲۴	۰/۳۷۸	۰/۴۶۶		

			۰/۵۱۵	۰/۳۷۷	۲۷	
۱/۴۵۸	۵/۰۲۹		۰/۶۲	۰/۴۵۳	۲	۳
			۰/۵۹۵	۰/۵۱۶	۳	
			۰/۵۴۷	۰/۵۲۸	۹	
			۰/۵۹۳	۰/۵۳۷	۱۲	
			۰/۵۷۸	۰/۵۲۶	۱۴	
			۰/۵۴۶	۰/۴۳۶	۱۸	
۱/۰۵۸	۳/۶۴۹		۰/۶۵۶	۰/۶۴۶	۲۵	۴
			۰/۶۰۹	۰/۶۳۳	۲۶	
			۰/۴۸۶	۰/۴۷۵	۲۸	
			۰/۵۴۵	۰/۴۰۵	۲۹	

جدول ۳. شاخص‌های برازندگی مدل تحلیل عاملی تأییدی سازه اعتیاد به رسانه جمعی

CFI	IFI	AGFI	PNFI	PCFI	RMSEA	CMIN/DF	p-value	شاخص‌های برازندگی
۰/۸۸۶	۰/۸۸۷	۰/۸۳۲	۰/۷۴	۰/۸۰۷	۰/۰۶	۲/۲۴	$p < ۰/۰۰۱$	

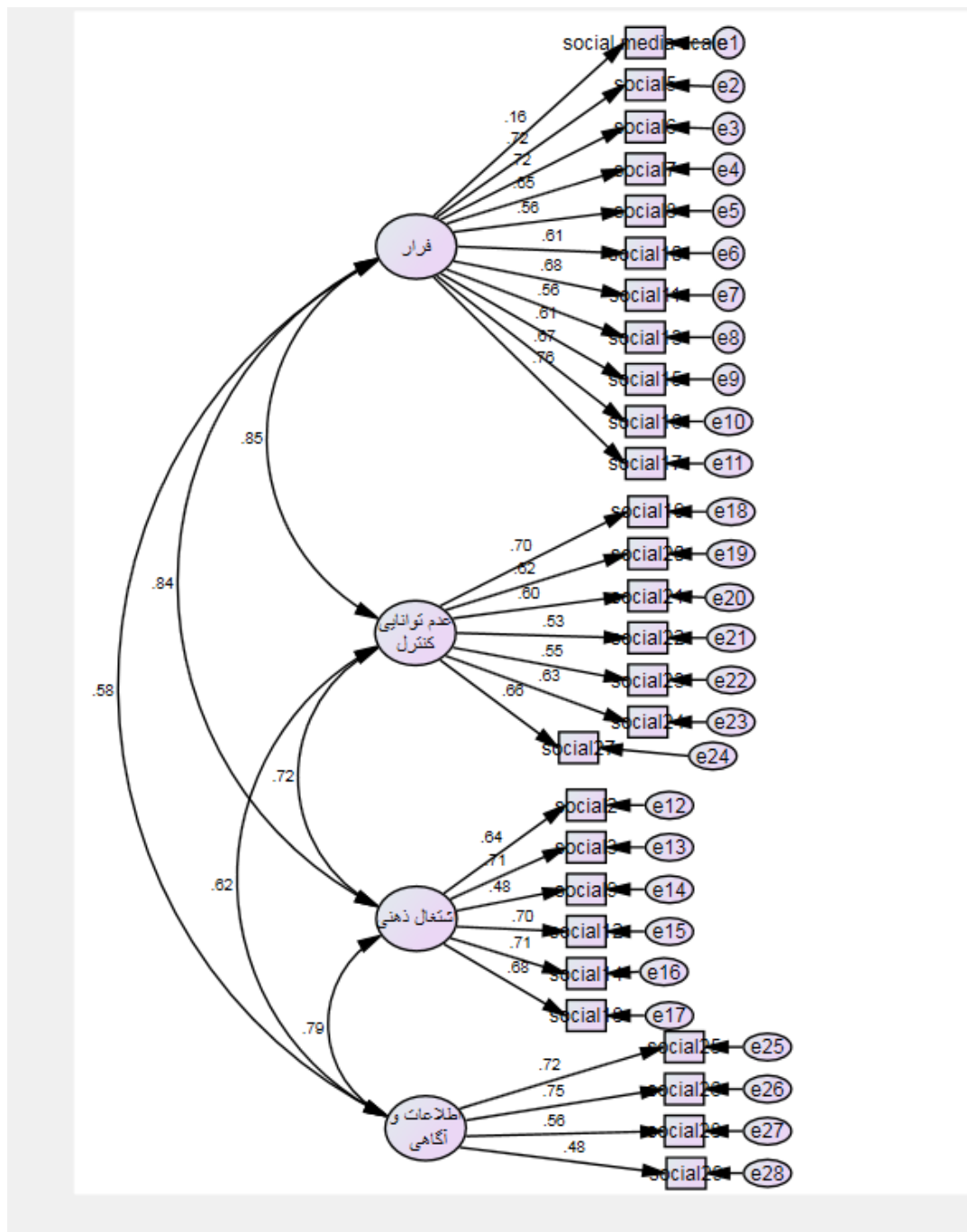
همچنین داده‌های مربوط به همسانی درونی، پایایی آزمون- بازآزمون حاکی از آن بود که عوامل دارای همسانی درونی و پایایی مناسبی هستند. در پایایی آزمون- بازآزمون، تفاوت معناداری بین نمرات دو آزمون دیده نشد ($p > ۰/۰۵$). (جدول ۴ و ۵).

جدول ۴. نتایج آلفای کرونباخ و امگا مک دونالد برای ابعاد پرسش‌نامه اعتیاد به رسانه جمعی

Ω	α (CI 95%)	شاخص عامل
۰/۷۸۶	۰/۸۷۷ (۰/۸۱۷-۰/۸۷۹)	۱
۰/۷۷۷	۰/۸۱۵ (۰/۷۶۹-۰/۸۳۶)	۲
۰/۸۰۵	۰/۸۲۴ (۰/۷۷۱-۰/۸۴۲)	۳
۰/۸۰۲	۰/۷۲۲ (۰/۶۶۵-۰/۷۶۴)	۴

جدول ۵. نتایج همبستگی درون خوشه‌ای در پایایی آزمون- بازآزمون

P value	F	CI 95%	ICC	عامل
$< ۰/۰۰۱$	۴۳/۸۴۷	۰/۹۴۸-۰/۹۹۱	۰/۹۷۸	۱
$< ۰/۰۰۱$	۴۵/۱۹۹	۰/۹۴۸-۰/۹۹	۰/۹۷۸	۲
$< ۰/۰۰۱$	۵۳۰/۴۳۳	۰/۹۹۵-۰/۹۹۹	۰/۹۹۸	۳
$< ۰/۰۰۱$	۳۲۱۰/۴۵۵	۰/۹۹۸-۱	۰/۹۹۹	۴



نمودار ۱. ساختار نهایی مدل اعتیاد به رسانه‌های جمعی در دانش‌آموزان ۱۵ تا ۱۸ ساله

۴. بحث و نتیجه‌گیری

نتایج مطالعه حاضر، حاکی از آن است که پرسش‌نامه اعتیاد به رسانه جمعی ساهین (۲۰۱۸) دارای چهار عامل مجزا و پایدار فرار، نداشتن توانایی کنترل، اشتغال ذهنی، و اطلاعات و آگاهی است. نتایج ضرایب مربوط به همبستگی درونی و پایایی نیز بیانگر این نکته هستند که گویه‌ها همگی یک سازه و مفهوم مشابه را

می‌سنجند و پراکندگی مفهومی در آن وجود ندارد. البته اندازه‌گیری آلفای کرونباخ برای تک‌تک عوامل در مطالعه حاضر و شاخص‌های امگا و تتا یکی از مهم‌ترین برتری‌های مطالعه حاضر در مقایسه با نسخه اصلی آن می‌باشد. از سویی دیگر با توجه به اینکه در مطالعات پیشین مشخص شد که اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی با میزان تحصیلات مرتبط است و در مطالعه حاضر نیز پرسش‌نامه توانسته است این تفاوت معنادار را نشان دهد

همین دلیل عنوان فرم دانش‌آموزی برای آن در نظر گرفته شده است. در حالی که پرسش‌نامه خواجه احمدی و همکاران در گروه دانشجویان کارشناسی و دکترای حرفه‌ای روان‌سنجی شده است و ممکن است برای گروه سنی زیر ۱۸ سال کاربردی نباشد.

پرسش‌نامه صادق‌زاده و همکاران (۱۸) نیز یکی دیگر از مقیاس‌هایی است که برای سنجش اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در نوجوانان ایرانی تدوین شده است. یکی از مهم‌ترین نقاط قوت پرسش‌نامه مذکور، نحوه تهیه گویه‌ها و ارزیابی روایی سازه آن می‌باشد. برای طراحی گویه‌های پرسش‌نامه مذکور از نظریه‌های مرتبط با اعتیاد و نظریه‌های شناختی رفتاری و همچنین پرسش‌نامه‌های یانگ، کاپلان و برگن استفاده شده است. بنابراین مؤلفه‌های اشتغال ذهنی، تنظیم خلق، نارسایی خودتنظیمی و پیامدهای منفی در آن موجود می‌باشند. علاوه بر آن استفاده از نظریه کلاسیک و نظریه پرسش و پاسخ برای ارزیابی روایی سازه یکی دیگر از نقاط قوت این ابزار است. اگرچه مشارکت‌کنندگان مطالعه مذکور تنها دختران نوجوان بودند و نبود روایی صوری و محتوایی کمی، یکی از خلأهای موجود در خصوص آن است. ضمن آن که محققان مطالعه مذکور اظهار کرده‌اند که متغیرهای فرهنگی و اجتماعی در آن مطالعه، کنترل نشده‌اند. ذکر این نکته نیز ضروری است که بسیاری از گویه‌های پرسش‌نامه مذکور از لحاظ محتوایی با پرسش‌نامه مطالعه حاضر مشابهت دارند. برای مثال «خستین چیزی که هنگام بیداری صبحگاهی در ذهنم است برخط شدن در شبکه‌های اجتماعی است»، «وقت زیادی را در شبکه‌های اجتماعی مجازی در حالت برخط مانده‌ام»، «نمرات و کارهای مدرسه‌ام به دلیل اینکه مدت‌زمانی طولانی آنلاین هستم افت دارد». اما با توجه به تعیین معیارهای روایی صوری و محتوایی و همچنین تنوع هر دو جنس در مطالعه حاضر، ارزش معیارهای روان‌سنجی مقیاس حاضر را دوچندان می‌شود.

مطالعه حاضر به دلیل انجام مراحل ترجمه و روان‌سنجی پرسش‌نامه اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی، یکی از مطالعات پیشرو در این زمینه می‌باشد. اگرچه همچون دیگر مطالعات دارای محدودیت‌هایی است که یکی از مهم‌ترین آنها این نکته است که دانش‌آموزان شهر سپیدان در مطالعه حاضر مشارکت داشتند. از این رو تنوع فرهنگی و همچنین تنوع شهرنشینی در مطالعه در نظر گرفته نشده است. از جمله محدودیت‌های مطالعه حاضر می‌توان به تنوع نداشتن مشارکت‌کنندگان مطالعه حاضر اشاره کرد. با توجه به اینکه این مطالعه در گروه سنی ۱۲ تا ۱۸ سال اجرا شده است، تعمیم‌پذیری آن تنها در همین گروه سنی امکان‌پذیر است. از این رو انجام مطالعه در یک جامعه متنوع

می‌توان گفت پرسش‌نامه از روایی افتراقی برخوردار است. با توجه به اینکه تحلیل عاملی تأییدی می‌تولند نیکویی برازش نتایج حاصل از ساختار عاملی پیشنهادشده را بررسی کند؛ ارزشیابی دقیق‌تری از متغیرها یا ساختارهای نهفته را فراهم می‌کند. در مطالعه حاضر نیز برازندگی ساختار عاملی پرسش‌نامه پس از حذف داده‌های پرت و بررسی توزیع نرمال داده‌ها بررسی شد و نتایج، نشانگر مناسب بودن برازش مدل برای تمام شاخص‌ها بود.

مقایسه نتایج با پرسش‌نامه ترکیه نشان می‌دهد که در بخش روایی صوری و محتوایی نسخه اصلی، ضرایب اهمیت، CVI و CVR گزارش نشده‌اند. اگرچه در مطالعه حاضر این موضوع ارزیابی شده و ضرایب بالاتر از ۱/۵، CVI بالاتر از ۰/۷۹ و CVR بالاتر از مقادیر بحرانی جدول لاوشه همگی مؤید روایی این پرسش‌نامه در جامعه ایرانی می‌باشند. همچنین در ارزیابی ثبات پرسش‌نامه نسخه ترکیه ضریب همبستگی ابعاد در فاصله ۲ هفته بالاتر از ۰/۸ و معنادار بودند. اگرچه نویسندگان اشاره نکرده بودند که آیا میانگین نمرات در دو نوبت معنادار بوده است یا خیر. همچنین گزارش ICC در مقاله مربوطه مشاهده نمی‌شود.

از سویی در پرسش‌نامه خواجه احمدی و همکاران که در ایران طراحی شده است، منابعی برای تبیین و تعریف مفهوم و تولید گویه به‌صورت کلی مقالات و کتب معرفی شده‌اند، در حالی که در پرسش‌نامه حاضر، چارچوب مفهومی بر اساس مفاهیم استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اعتیاد به آنها به‌صورت دقیق معرفی شده و چارچوب آن بر اساس متخصصان مشخص شده و سپس گویه‌ها استخراج شده‌اند. از سویی دیگر سوالات موجود در ابعاد این دو پرسش‌نامه، شباهت‌های بسیاری دارند برای مثال گویه‌های «پیش از انجام هر کاری به فکر بازدید از شبکه‌های اجتماعی هستم»، «از عضویت در شبکه‌های اجتماعی احساس لذت می‌کنم»، «به اندازه‌ای از رسانه‌های اجتماعی استفاده کرده‌ام که با خانواده‌ام دچار تعارض شده‌ام» پرسش‌نامه حاضر دارای گویه‌های تقریباً مشابه در پرسش‌نامه خواجه احمدی (۱۹) است. در حالی که برخی گویه‌های موجود در پرسش‌نامه حاضر مانند «رسلنه‌های اجتماعی برای من به عنوان راه فرار از دنیای واقعی است»، «من ارتباط مجازی در رسانه‌های اجتماعی را به بیرون رفتن ترجیح می‌دهم» متناظری در پرسش‌نامه خواجه احمدی و همکاران ندارند. این گویه‌ها که فرار از دنیای واقعی را می‌سنجند از این رو که احساس طردشدگی و پرهیز از دنیای بیرون را بررسی و ارزیابی می‌کنند اهمیت دارند. همچنین پرسش‌نامه حاضر در گروه سنی ۱۲ تا ۲۱ سال مورد روان‌سنجی قرار گرفته است و به

محققان کمک کند تا مداخلات مناسب مانند مداخلات آموزشی برای نوجوانان و خانواده‌های آنان برای به‌حداقل‌رساندن این اختلال را طراحی و اجرا کنند.

تشکر و قدردانی

بدین وسیله پژوهشگران مراتب قدردانی خود را از مسئولین دانشگاه علوم پزشکی شیراز و مسئولین آموزش و پرورش شهرستان سپیدان بابت حمایت مالی از این پژوهش و همچنین تمامی شرکت‌کنندگان و دست‌اندرکاران در پژوهش اعلام می‌دارند.

شهری و روستایی و همچنین دانش‌آموزان مدارس دولتی و خصوصی یکی از پیشنهادهای محققان می‌باشد. از سویی دیگر، مطالعاتی که در آنها والدین به‌عنوان افراد مؤثر در زندگی نوجوانان حضور داشته باشند توصیه می‌شود. همچنین مطالعات طولی و با استفاده از دیگر پرسش‌نامه‌های مشابه به‌صورت هم‌زمان برای ارزیابی روایی پرسش‌نامه حاضر، یکی دیگر از پیشنهادهای محققان مطالعه می‌باشد.

یافته‌ها نشان داد که پرسش‌نامه اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی دارای روایی و پایایی مناسب برای ارزیابی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در نوجوانان ایرانی می‌باشد. استفاده از این ابزار و دیگر ابزارهای مشابه می‌تواند به شناسایی افراد پرخطر و عوامل مرتبط با آن کمک کند. این یافته‌ها همچنین می‌تواند به مسئولین و

References

- [1]. Internet-world-stats. Internet world stats. Usage and population statistics.: Internet world stats; 2021 [cited 2021 September, 18]. Available from: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>.
- [2]. Presidency-of-the-I.R.I-Plan-and-Budget-Organization. Households and individuals' use of information and communication technology (2017): Presidency of the I.R.I Plan and Budget Organization; 2021 [cited 2021 September, 18]. Available from: <https://www.amar.org.ir/Portals/0/News/1398/artbatta196.pdf>.
- [3]. McCrae N, Gettings S, Purssell E. Social media and depressive symptoms in childhood and adolescence: A systematic review. *Adolescent Research Review*. 2017;2(4):315-30. DOI:10.1007/s40894-017-0053-4
- [4]. Statista. Reach of leading social media and networking sites used by teenagers and youngadults in the United States 2020 [cited 2021 September, 20]. Available from: <https://www.statista.com/statistics/199242/social-media-and-networking-sites-used-by-us-teenagers/>
- [5]. Kuss DJ, Griffiths MD. Internet gaming addiction: A systematic review of empirical research. *International journal of mental health and addiction*. 2012;10(2):278-96. DOI: 10.1007/s11469-011-9318-5
- [6]. Al-Menayes J. Psychometric properties and validation of the arabic social media addiction scale. *Journal of addiction*. 2015;2015. DOI: 10.1155/2015/291743
- [7]. Bányai F, Zsila Á, Király O, Maraz A, Elekes Z, Griffiths MD, et al. Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PloS one*. 2017;12(1):e0169839. doi: 10.1371/journal.pone.0169839
- [8]. Andreassen CS, Torsheim T, Brunborg GS, Pallesen S. Development of a Facebook addiction scale. *Psychological reports*. 2012;110(2):501-17. DOI: 10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517
- [9]. Young K. Internet addiction test (IAT): Stoelting; 2016. ISBN: 978-0-9982980-9-2
- [10]. Chen S-H, Weng L-J, Su Y-J, Wu H-M, Yang P-F. Development of a Chinese Internet addiction scale and its psychometric study. *Chinese Journal of Psychology*. 2003. DOI: 10.1037/144491-000
- [11]. Caplan SE. Theory and measurement of generalized problematic Internet use: A two-step approach. *Computers in human behavior*. 2010;26(5):1089-97. DOI: 10.1016/j.chb.2010.03.012
- [12]. Meerkerk G-J, Van Den Eijnden RJ, Vermulst AA, Garretsen HF. The compulsive internet use scale (CIUS): some psychometric properties. *Cyberpsychology & behavior*. 2009;12(1):1-6. doi: 10.1089/cpb.2008.0181.
- [13]. Van den Eijnden RJ, Lemmens JS, Valkenburg PM. The social media disorder scale. *Computers in Human Behavior*. 2016;61:478-87. DOI: 10.3389/fpubh.2022.942720
- [14]. Akbari M, ZamaniE, Fioravanti G, Casale S. Psychometric properties of the Metacognitions about Smartphone Use Questionnaire (MSUQ) in a sample of Iranians. *Addictive Behaviors*. 2021;114:106722. DOI: 10.1016/j.addbeh.2020.106722
- [15]. Kuss DJ, Griffiths MD. Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International journal of environmental research and public health*. 2017;14(3):311. doi: 10.3390/ijerph14030311
- [16]. Nikoogoftar M, Sarami Foroshani G, Minoosepehr S. Factor Analysis and Validation of Psychometric Properties of the Persian Version of GPIUS-2. *Social Psychology Research*. 2015 ;5(17):81-92. [in persian]
- [17]. Turel O, Serenko A. The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites. *European Journal of Information Systems*. 2012;21(5):512-28. DOI: 10.1057/ejis.2012.1
- [18]. Sadeghzadeh R, Ahadi H, Doratj F, Manshaei M. Development and Examination of Psychometric Properties of Questionnaire on Addiction to Virtual Social Networks in Adolescents. *Journal of Educational Measurement & Evaluation Studies*. 2019 ;8(24):235-64. [in persian]
- [19]. Khajeahmadi M, Pooladi S, Bahreini M. Designand assessment of psychometric properties of the Addiction to Mobile Questionnaire Based on Social Networks. *Iranian Journal of Psychiatric Nursing*. 2016;4(4):42-50. [in persian]
- [20]. Hosseini S, Naghsh Z, Moghadam A. Analysis of the Questionnaire" Addiction to MobileBased Social Networks" Using by Rasch Measurement Model. *Psychological methods and models*. 2020;11(39):19-36. [in persian]
- [21]. Sahin C. Social Media Addiction Scale-Student Form: The Reliability and Validity Study. *Turkish Online Journal of*

- Educational Technology-TOJET. 2018;17(1):169-82 .no doi.
- [22]. Norman GR, Streiner DL. Biostatistics: the bare essentials: PMPH USA (BC Decker); 2008.
- [23]. Munro BH. Statistical methods for health care research: lippincott williams & wilkins; 2005 .Book
- [24]. Samitsch C. Data quality and its impacts on decision-making: How managers can benefit from good data: springer; 2014 .
- [25]. Hair JF, Black WC, Babin BJ, Anderson RE, Tatham R. Multivariate Data Analysis: Pearson Education. Upper Saddle River, New Jersey. 2010.