اعتیاد به اینترنت و عوامل مؤثر بر آن در ساکنان منطقه ۲ غرب تهران

دکتر حسین درگاهی: * استادیار، گروه مدیریت خدمات بهداشتی ـ درمانی، دانشکده پیراپزشکی، دانشگاه علوم پزشکی تهران
دکتر سید منصور رضوی: استاد، گروه پزشکی اجتماعی، دانشکده پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی تهران

فصلنامه پایش
سال ششم شماره سوم تابستان ۱۳۸۶ صص ۲۷۲-۲۶۵
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۸۶/۳/۱۶

چکیده

اعتیاد به اینترنت موضوع تازه و جالبی است که در سال‌های اخیر به عنوان اعتیاد رفتار محور مورد توجه قرار گرفته است. هدف از انجام این مطالعه بررسی مشکل اعتیاد به اینترنت و ویژگی‌های رفتاری، شخصیتی و جمعیتی کاربران بر حسب درجه اعتیاد آنهاست.

این مطالعه به روش مقطعی بر روی ۷۳۲ نفر از کاربران اینترنت در سنین ۳۹-۱۵ سال در منطقه دو غرب تهران انجام شده است. در این مطالعه، ویژگی‌های روانشناختی و میزان اعتیاد کاربران با استفاده از ۳ نوع پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفته است. برای اندازه گیری درجه اعتیاد، از روش یانگ، برای سنجش نوع شخصیت کاربران از شاخص نوع مایرز ـ بریگز یا (Myers-Briggs Personality Type Introduction-MBTI) و جهت اندازه گیری میزان بیگانگی با خود از مقیاس احساس بیگانگی با خود دین (Dean's Alienation Scales-DAS) استفاده شد و پس از ثبت داده‌ها در نرم‌افزار SPSS ، برای تحلیل آنها از روش تحلیل همبستگی استفاده گردید.

در این بررسی ۳۰ درصد کاربران، به اینترنت اعتیاد داشتند و همه آنها درجات مختلفی از رفتارهای روانی ـ اجتماعی مانند احساس بیگانگی با خود، احساس ضعف و ناتوانی در انجام امور، رفتار ناهنجار اجتماعی، اجتماع گریزی، درون گرایی و رفتار احساسی را از خود نشان دادند. همچنین تمایل نوجوانان به اینترنت بسیار شدیدتر از سایر گروه‌های سنی بود. این رابطه در مورد افراد مجرد و دانش آموزان دبیرستانی نیز وجود داشت. اعتیاد به اینترنت در گروه سنی ۱۹-۱۵ سال در مقایسه با سایر گروه‌های سنی بیشتر و چندین برابر است. بین اعتیاد به اینترنت در کاربران، با احساس بیگانگی از خود و ابعاد آن و همچنین با ویژگی‌های شخصیتی درون گرا و دارای رفتار احساسی ارتباط واضحی دیده می‌شود. در کاربران معتاد شدید نیز بهره جویی از گفتگوی اینترنتی سه برابر کاربران است و هر چه از حالت طبیعی به اعتیاد در کاربران پیش می‌رویم بهره جویی از فیلم، موسیقی، بازی و گفتگوی اینترنتی بیشتر می‌شود.

با توجه به نتایج به دست آمده، تدوین برنامه‌های آموزشی مؤثر و ارائه روش‌های مشاوره به خانواده‌ها برای محدود کردن رشد اعتیاد به اینترنت در بین کاربران پیشنهاد می‌گردد.

کلیدواژه‌ها: اعتیاد به اینترنت، کاربران معتاد، اینترنت زدگی، عوامل مؤثر

* نویسنده پاسخگو: تهران، خیابان انقلاب، خیابان قدس، کوچه فردانش، پلاک ۲۱، دانشکده پیراپزشکی، دانشگاه علوم پزشکی تهران، گروه مدیریت خدمات بهداشتی ـ درمانی
تلفن: ۸۸۹۶۵۶۰۸ نمابر: ۸۸۹۵۱۷۷۵
E-mail: hdargahi@ sina.tums.ac.ir

[Downloaded from payeshjournal.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.16807626.1386.6.3.10.1]

مقدمه

تعداد کاربران اینترنت به طور شگفت آوری در حال افزایش است. تا دسامبر سال ۲۰۰۲ میلادی تعداد استفاده کنندگان از اینترنت ۶۶۵ میلیون نفر گزارش شده است[۱]. امروزه اینترنت یک وسیله حیاتی برای بسیاری از مردم کشورها به شمار می‌رود و از این طریق اطلاعات ذی‌قیمتی به دست می‌آورند. با وجود این و علی‌رغم امتیازها و قابلیت‌های فراوان، اینترنت مشکلات جدی بسیاری را ایجاد کرده است، مانند انبوه سازی و انفجار اطلاعات، ارائه تصویرها و مطالب ناهنجار و محرمانه نماندن اطلاعات. جالب این است که اعتیاد به اینترنت با اعتیادهای دیگر شباهت نزدیکی دارد[۲]. اعتیاد به معنای بروز شرایطی است که در آن افراد به صورت جسمی و روانی به یک نوع ماده خاص، به ویژه مواد مخدر وابستگی پیدا می‌کنند. بسیاری از پژوهشگران، مفهوم اعتیاد را برای توجیه انواع خاصی از رفتارهای مشکوک نیز به کار می‌برند، زیرا یافته‌ها و نشانه‌های اعتیاد در این حالت نیز دیده می‌شود. انواع غیر ماده‌ای اعتیاد به عنوان اعتیادهای رفتار محور طبقه بندی می‌شوند[۶-۳]. بنابراین اعتیاد به اینترنت نیز اعتیاد رفتار محور محسوب می‌شود[۷]. «یانگ» معتقد است واژه معتاد برای کاربران اینترنت هم به کار گرفته می‌شود، زیرا نشانه‌های اعتیاد به اینترنت همان ویژگی‌هایی را دارد که در اعتیاد به الکل و سیگار دیده می‌شود. او توانست اعتیاد به اینترنت را با پرسشنامه ۲۰ سؤالی بر مبنای مقیاس ۵ تایی لیکرت طراحی و معرفی کند[۸].

مطالعات اخیر در مورد اعتیاد به اینترنت به طور عمده بر روی سه دسته عوامل مؤثر تأکید دارد که عبارتند از عوامل فردی، عوامل روان شناختی ـ اجتماعی و عوامل مربوط به اینترنت. عوامل فردی مانند خود اتکایی با درجه پایین [۹]، ویژگی‌های درون گرایی، رفتارهای غریزی و تمایلات آنی [۱۰] و نقص مهارت‌های ارتباطی [۱۱]، عوامل اجتماعی مانند حمایت ضعیف خانواده از اعضای خود و عوامل روانشناختی اجتماعی که از ارتباط ضعیف بین افراد خانواده با یکدیگر سرچشمه می‌گیرد [۱۲] و سرانجام عوامل مربوط به اینترنت مانند استفاده طولانی مدت از اینترنت، دستیابی سریع و آسان به آن و داشتن مهارت‌های بالا در استفاده از آن همگی در اعتیاد به اینترنت تأثیر دارند[۱۳].

تا کنون چندین مطالعه در مورد ارتباط اعتیاد به اینترنت با احساس بیگانگی با خود انجام شده است[۱۴]. «سیمن» احساس بیگانگی با خود را عدم تعادل و تطابق بین انتظارات و پاداش‌های دریافت شده یا بین داده‌ها و ستانده‌ها توسط یک فرد در جامعه می‌داند. بر مبنای این نظریه، احساس بیگانگی با خود شش بعد مختلف دارد که عبارتند از: ضعف و ناتوانی، احساس پوچی و بی معنی و بی اهمیت بودن، بروز رفتار ناهنجار اجتماعی، اجتماع گریزی، بیگانگی فرهنگی و انزواطلبی[۱۵]. چندین سال بعد «دین» توانست ابعاد ذکر شده بالا را مورد سنجش قرار دهد ومقیاس جدیدی را برای آزمون احساس بیگانگی با خود به وجود آورد[۱۶]. مقیاس احساس بیگانگی با خود دین (Dean's Alienation Scales) یا DAS که عمدتاً در حیطه‌های آموزشی و خانوادگی به کار می‌رود به ابعاد کوچک‌تری شامل ضعف و ناتوانی در انجام امور، رفتار ناهنجار اجتماعی و اجتماع گریزی تقسیم شده است[۱۷].

سایر مطالعات شامل مطالعه درباره ارتباط اعتیاد به اینترنت با صفاتی مانند اتکا به نفس، بی نیاز بودن از تعریف و تمجید و انزواطلبی است. «کیم» اعتقاد دارد معتادان به اینترنت افرادی هستند که از اتکا به نفس پائین‌تری برخوردار هستند[۱۸]. «کانگ» هم عنوان کرد که هر قدر احساس بیگانگی با خود و اضطراب و تنش در کاربران رایانه‌ای بیشتر باشد، این افراد اعتیاد بیشتری به ایجاد رابطه از این طریق پیدا می‌کنند[۱۹]. بر مبنای مطالعه کانگ کاربران رایانه‌ای که دارای شخصیت درون گرا هستند در مقایسه با افراد برون گرا بیشتر گفتگوی اینترنتی می‌کنند و افرادی که شخصیت احساسی و هیجانی دارند در مقایسه با شخصیت‌های تفکرگرا و عقلایی بیشتر از خدمات پست الکترونیک و داده‌های رایانه‌ای به صورت حرفه‌ای استفاده می‌کنند[۲۰]. بنابراین هدف از انجام این مطالعه بررسی اعتیاد به اینترنت بر روی کاربران و عوامل مؤثر بر آن است. در این پژوهش عوامل مرتبط با کاربران که در اعتیاد آنها نقش دارد و ویژگی‌های رفتاری معتادان و عوامل جمعیتی و ویژگی‌های شخصیتی آنها مورد بررسی قرار می‌گیرد.

مواد و روش کار

متغیر وابسته در این مطالعه «اعتیاد به اینترنت» است که یک اختلال روانشناختی است که با تاب و تحمل فرد و گوشه گیری او در ارتباط است. در این مطالعه افراد معتاد به اینترنت کسانی را تشکیل می‌دهند که برابر معیار پرسشنامه یانگ نمره نهایی وضعیت آنها برابر ۷۹-۵۰ (اعتیاد خفیف) و ۱۰۰-۸۰ (اعتیاد شدید) است.

متغیرهای مستقل نیز در این بررسی عبارت بودند از سن، جنس، وضعیت تأهل، شغل، میزان تحصیلات، مشکلات روانی ـ اجتماعی

[Downloaded from payeshjournal.ir on 2026-11-12]

[DOR: 20.1001.1.16807626.1386.6.3.10.1]

نظیر احساس بیگانگی با خود، احساس ضعف و ناتوانی در انجام امور، رفتار ناهنجار اجتماعی، انزواطلبی، درون گرایی و تفوق رفتار احساس بر رفتار منطقی، زمان استفاده و محل اتصال به اینترنت و سرانجام نوع برنامه اینترنتی.

گرد آوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز در این مطالعه به کمک سه پرسشنامه جداگانه به همراه سؤالات جمعیت شناختی صورت گرفت. برای اندازه گیری اعتیاد به اینترنت، پرسشنامه‌ای مبتنی بر تعداد ۲۰ سؤال بر مبنای مقیاس ۵ تایی لیکرت با استفاده از آزمون اعتیاد به اینترنت یانگ [۸] طراحی و تدوین گردید. در این پرسشنامه، پاسخگویان درخصوص هر یک از سؤالات مطرح شده یکی از اعداد ۱تا ۵ (هرگز = ۱نمره، به ندرت = ۲ نمره، گاهگاهی = ۳ نمره، اغلب = ۴ نمره و همیشه = ۵ نمره) را به عنوان معیار سازگاری با حالت خود انتخاب نمودند و پس از تعیین نمره نهایی، وضعیت کاربران مورد مطالعه به صورت زیر مشخص گردید (امتیاز برابر ۴۹-۲۰ = کاربر طبیعی، امتیاز برابر ۷۹-۵۰ = اعتیاد خفیف و امتیاز برابر ۱۰۰-۸۰ = اعتیاد شدید).

برای اندازه گیری میزان احساس بیگانگی با خود در کاربران اینترنت از پرسشنامه DAS در سه بعد احساس ضعف و ناتوانی در انجام امور، رفتار ناهنجار اجتماعی و اجتماع گریزی استفاده شد. در پرسشنامه نوع سوم برای سنجش شخصیت کاربران اینترنت مورد مطالعه از « شاخص نوع مایرز ـ بریگز (Myers-Briggs Personality Type Introduction-MBTI)» که شخصیت را به چهار نوع درون گرا / برون گرا و منطقی / احساسی تقسیم می‌کند بهره برداری به عمل آمد[۲۱]. برای جمع آوری اطلاعات ابتدا یک جلسه توجیهی برای پرسشگران در مورد نحوه تکمیل پرسشنامه‌ها و ارائه سایر اطلاعات ضروری تشکیل شد.

برای تعیین ضریب پایایی و روایی پرسشنامه‌ها نیز روش‌های آزمون ـ آزمون مجدد (Test-Re-test) و تناسب یا همبستگی (Internal Consistency) مورد استفاده قرار گرفت. روش آزمون ـ آزمون مجدد به وسیله همان مجموعه پاسخگویان اندازه‌گیری می‌شود. به این صورت که همان پاسخگویان پرسشنامه‌ها را در روزهای مختلف تکمیل می‌کنند تا معلوم گردد که پاسخ‌ها چقدر ثبات دارند و سپس ضرایب همبستگی برای مقایسه دو مجموعه پاسخ محاسبه می‌گردند. اگر ضرایب مساوی یا بزرگتر از ۷۰ درصد باشد، قابلیت اطمینان پرسشنامه خوب تلقی می‌شود.

روش تناسب (همبستگی) داخلی، یک معیار رایج سایکومتریک است که در ارزیابی پرسشنامه‌ها به کار می‌رود و نشان می‌دهد چقدر عبارات مختلف یک مفهوم را اندازه گیری کرده و بر روی آن متمرکز می‌شوند. این اندازه گیری به وسیله ضریب آلفا کرونباخ انجام می‌شود و معمولاً ضرایب قابل اطمینان ۰/۷ یا بیشتر هستند[۲۲].

بنابراین برای تعیین روایی پرسشنامه‌ها و تعیین ثبات آنها از تعداد ۵۰ نفر از همان پاسخگویان در سنین ۳۹-۱۵ سال که حداقل هفته‌ای یک بار از اینترنت استفاده می‌کردند، به طور تصادفی بهره گرفته شد و پرسشنامه‌ها توسط آنها تکمیل و ضرایب همبستگی برای محاسبه در مجموع دو پاسخ محاسبه و ضریب همبستگی بیشتر از ۷۰ درصد به دست آمد. ضریب پایانی پرسشنامه اعتیاد به اینترنت یانگ برابر ۰/۸۸ و ضریب پایایی پرسشنامه DAS در بعد ضعف و ناتوانی با ۸ سؤال برابر ۰/۸۶، در بعد رفتار ناهنجار اجتماعی با ۴ سؤال برابر ۰/۷۷ و در بعد اجتماع گریزی با ۸ سؤال برابر ۰/۸۸ بود.

در این مطالعه که به روش مقطعی انجام شد، چهارچوب نمونه را خانوارهای ساکن در منطقه ۲ شهرداری تهران تشکیل می‌دادند. خانوارهای موجود در خیابان‌های اصلی و متراکم این منطقه که دارای رایانه متصل به اینترنت بودند و در آن خانوار افراد ۳۹-۱۵ سال که در هفته حداقل یک بار از اینترنت استفاده می‌کردند شناسایی و به هر خانواده به تعداد کاربران پرسشنامه اعتیاد به اینترنت یانگ تحویل و در نتیجه ۷۳۲ پرسشنامه تکمیل شده، پس از سه بار مراجعه در هفته به منازل جمع آوری گردید. پس از ثبت و تحلیل این پرسشنامه‌ها و شناسایی کاربران معتاد به اینترنت، پرسشنامه DAS و مایرز ـ بریگز پس از مراجعه به منازل آنها تحویل و پس از تکمیل جمع آوری گردید. پس از ثبت تمامی اطلاعات در نرم‌افزار SPSS برای تحلیل آنها از آنالیز همبستگی استفاده گردید.

یافته‌ها

در این مطالعه ۷۳۲ نفر شرکت نمودند که بیشتر آنها مذکر، در سنین ۳۰ تا ۳۹ ساله و مجرد بودند و از نظر میزان تحصیلات، اکثراً تحصیلات دانشگاهی داشته و از نظر شغلی نیز یا کارمند بوده و یا شغل آزاد داشتند. اطلاعات کامل جمعیتی کاربران در جدول شماره ۱ آورده شده است.

[Downloaded from payeshjournal.ir on 2026-11-12]

[DOR: 20.1001.1.16807626.1386.6.3.10.1]

جدول شماره ۲ نشانگر توزیع فراوانی مطلق و نسبی کاربران مورد مطالعه بر حسب سن از نظر اعتیاد به اینترنت است. همانگونه که مشاهده می‌شود بین حد اعتیاد و سن کاربران اینترنت مورد مطالعه رابطه معنی‌داری وجود دارد. ۴ درصد از کاربران, شدیداً به اینترنت معتاد هستند و ۲۶ درصد نیز اعتیاد ضعیف دارند. اعتیاد به اینترنت به وضوح در گروه‌های سنی کاربران مورد مطالعه قابل تشخیص و تمایز است. تمایل نوجوانان (سنین ۱۹-۱۵ سال) به اینترنت بسیار شدیدتر از سایر گروه‌های سنی است($P<۰/۰۰۱$). همچنین نتایج به دست آمده نشان داد که تمایل به اعتیاد به اینترنت در گروه‌های مجرد و دانش آموزان دبیرستان نسبت به سایر گروه‌ها بیشتر است.

در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود اعتیاد به اینترنت با احساس بیگانگی از خود رابطه نزدیکی دارد($P=۰/۰۰۱$). چنانچه این رفتار از نظر شدت به سه گروه خفیف، متوسط و شدید نیز تقسیم بندی شود باز هم این ارتباط دیده می‌شود. با توجه به ابعاد احساس بیگانگی از خود در پرسشنامه DAS, احساس ضعف و ناتوانی در انجام امور، رفتارها هنجار اجتماعی و اجتماع گریزی هر یک با اعتیاد به اینترنت رابطه دارند.

همچنین در جدول شماره ۴ نیز با استفاده از پرسشنامه مایرز ـ بریگز ارتباط بین شخصیت‌های درون گرایی و داشتن رفتار احساسی با اعتیاد به اینترنت به نمایش در آمده است.

جدول شماره ۱- توزیع فراوانی مطلق و نسبی ویژگی‌های دموگرافیک کاربران اینترنت مورد مطالعه

متغیر	تعداد	درصد
سن (سال)		
۱۹-۱۵	۱۶۸	۲۳
۲۹-۲۰	۲۶۵	۳۶/۱
۳۹-۳۰	۲۹۹	۴۰/۹
جنس		
مذکر	۳۸۵	۵۲/۵
مؤنث	۳۴۷	۴۷/۵
وضعیت تأهل		
مجرد	۴۸۳	۶۶
متاهل	۲۴۹	۳۴
شغل		
کارمند و شغل آزاد	۳۹۷	۵۴/۲
دانش آموز دبیرستان	۱۴۳	۱۹/۶
دانشجو	۱۰۳	۱۴
خانه دار	۸۹	۱۲/۲
میزان تحصیلات		
دیپلم و زیر دیپلم	۲۵۴	۳۴/۷
فوق دیپلم و کارشناسی	۴۳۱	۵۹
بالاتر از کارشناسی	۴۷	۶/۳

جدول شماره ۲- توزیع فراوانی مطلق و نسبی کاربران مورد مطالعه از نظر اعتیاد به اینترنت بر حسب سن

سن / حد اعتیاد	۱۹-۱۵ سال		۲۹-۲۰ سال		۳۹-۳۰ سال		جمع	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
خفیف	۶۷	۴۰	۶۱	۲۳	۶۲	۲۰	۱۹۰	۲۶
شدید	۱۲	۷	۵	۲	۹	۳	۲۶	۴
طبیعی	۸۹	۵۳	۱۹۹	۷۵	۲۲۸	۷۶	۵۱۶	۷۰
جمع	۱۶۸	۱۰۰	۲۶۵	۱۰۰	۲۹۹	۱۰۰	۷۳۲	۱۰۰

$P<۰/۰۰۱$

[Downloaded from payeshjournal.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.16807626.1386.6.3.10.1]

جدول شماره ۵ (قسمت‌های الف، ب و ج)، توزیع فراوانی کاربران اینترنت مورد مطالعه را از نظر شدت اعتیاد به اینترنت با زمان، محل و نوع استفاده از اینترنت نشان می‌دهد. به عبارتی معتادین به اینترنت در مقایسه با کاربران طبیعی از نظر نوع استفاده از اینترنت با یکدیگر تفاوت دارند.

همانگونه که در این جدول مشاهده می‌شود بیشتر کاربران طبیعی شب‌ها از اینترنت استفده می‌کنند و در مدرسه به اینترنت وصل می‌شوند، در حالی که از نظر نوع استفاده بیشترین مورد مربوط به پست الکترونیک و کمترین آن گفتگوی اینترنتی است. بهره جویی از برنامه‌های علمی ـ تخصصی اینترنت در کاربران طبیعی حدود سه برابر بیشتر از معتادین به اینترنت و بالعکس میزان بهره جویی معتادین شدید از گفتگوی اینترنتی بیش از سه برابر کاربران طبیعی است. در یک نگاه کلی، هر چه از حالت طبیعی به حالت اعتیاد پیش می‌رویم، میزان استفاده از پست الکترونیک و برنامه‌های علمی ـ تخصصی کمتر و استفاده از فیلم، موسیقی، بازی و گفتگوی اینترنتی بیشتر می‌شود(P=۰/۰۵).

جدول شماره ۳- توزیع فراوانی شدت رفتار روانی - اجتماعی در کاربران دارای اعتیاد به اینترنت

شدت	خفیف		متوسط		شدید		جمع		P
رفتار روانی ـ اجتماعی	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	
احساس بیگانگی با خود	۱۸۳	۸۵	۲۷	۱۲	۶	۳	۲۱۶	۱۰۰	۰/۰۰۱
احساس ضعف و ناتوانی در انجام امور	۱۷۳	۸۰	۳۷	۱۷	۶	۳	۲۱۶	۱۰۰	۰/۰۰۱
رفتار ناهنجار اجتماعی	۱۴۵	۶۷	۶۳	۲۹	۸	۴	۲۱۶	۱۰۰	۰/۰۰۱
اجتماع گریزی	۱۸۴	۸۵	۲۸	۱۳	۴	۲	۲۱۶	۱۰۰	۰/۰۰۱

جدول شماره ۴- توزیع فراوانی نوع شخصیت در کاربران دارای اعتیاد به اینترنت

شدت	خفیف		متوسط		شدید		جمع		P
نوع شخصیت	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	
درون گرایی	۶۷	۳۱	۸۲	۳۸	۶۷	۳۱	۲۱۶	۱۰۰	<۰/۰۱
داشتن رفتار احساسی	۶۵	۳۰	۸۸	۴۱	۶۳	۲۹	۲۱۶	۱۰۰	<۰/۰۵

P<۰/۰۵

جدول شماره ۵ (الف)- توزیع شدت اعتیاد به اینترنت بر حسب زمان استفاده از اینترنت در کاربران اینترنتی مورد مطالعه

زمان استفاده از اینترنت	صبح تا ظهر		بعداز ظهر		شب	
شدت اعتیاد به اینترنت	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
کاربران طبیعی	۹۵	۲۰	۲۵۶	۵۳/۸	۱۲۵	۲۶/۲
اعتیاد خفیف	۳۹	۱۸/۲	۱۰۸	۵۰/۸	۶۷	۳۱
اعتیاد شدید	۵	۱۲	۱۰	۲۴	۲۷	۶۴

P<۰/۰۱

جدول شماره ۵ (ب)- توزیع شدت اعتیاد به اینترنت بر حسب محل اتصال به اینترنت در کاربران اینترنتی مورد مطالعه

محل اتصال به اینترنت	اداره یا شرکت		منزل		دانشگاه		مدرسه		کافی نت	
شدت اعتیاد به اینترنت	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
کاربران طبیعی	۷۵	۱۶	۱۵۸	۳۳	۳۸	۸	۱۸۰	۳۸	۲۵	۵
اعتیاد خفیف	۴۲	۲۰	۹۶	۴۵	۲۱	۱۰	۴۵	۲۱	۱۰	۴
اعتیاد شدید	۷	۱۷	۲۸	۵۳	۶	۱۴	۶	۱۴	۱	۲

P<۰/۰۰۱

[Downloaded from payeshjournal.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.16807626.1386.6.3.10.1]

جدول شماره ۵ (ج)- توزیع شدت اعتیاد به اینترنت بر حسب نوع استفاده از اینترنت در کاربران اینترنتی مورد مطالعه

نوع استفاده	پست الکترونیک		اخبار		فیلم و موسیقی		بازی		علمی ـ تخصصی		گفتگو		سایر	
شدت اعتیاد به اینترنت	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
کاربران طبیعی	۴۲۵	۸۹	۲۸۵	۶۰	۲۱۲	۴۴	۱۶۲	۳۴	۲۵۲	۵۳	۶۲	۱۳	۳۸	۸
اعتیاد خفیف	۱۸۳	۸۵	۱۰۵	۴۹/۱	۱۱۴	۵۳/۲	۹۷	۴۵/۴	۴۷	۲۲	۵۷	۲۶	۲۷	۱۲/۶
اعتیاد شدید	۳۵	۸۳/۳	۲۲	۵۲	۳۰	۷۱	۲۱	۵۰	۸	۱۹	۱۸	۴۲/۸	۹	۲۲

بحث و نتیجه گیری

اعتیاد باعث نابودی انسان‌ها و دوستی و صمیمیت بین آنها می‌شود، اعتیاد به اینترنت نیز از این قاعده مستثنی نیست[۲۱]. در این مقاله وضعیت کلی اعتیاد به اینترنت و مشکلات ناشی از آن، با تأکید بر عوامل جمعیتی و ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی معتادان به اینترنت مورد بررسی قرار گرفته است.

با توجه به نتایج مشخص گردید تمایل کاربران بین ۱۹-۱۵ سال به اینترنت در مقایسه با سایر گروه‌های سنی بیشتر است و اعتیاد خفیف و شدید نیز در این گروه سنی نسبت به سایر گروه‌ها بیشتر یا چندین برابر است. در مطالعه‌ای که در سال ۱۹۹۸ در دانشگاه ملی کره جنوبی انجام شد مشخص گردید که تمایل نوجوانان به اعتیاد به اینترنت بسیار جدی‌تر از سایر گروه‌های سنی مورد مطالعه است. این موضوع دلالت بر این دارد که اعتیاد به اینترنت یک مشکل اجتماعی جدی در این کشور محسوب می‌شود. زیرا نوجوانان معتاد به اینترنت به تدریج نیروی کار این کشور را تشکیل خواهند داد[۲۳].

یکی دیگر از مهم‌ترین یافته‌ها در کاربران مورد مطالعه ارتباط اعتیاد به اینترنت با احساس بیگانگی با خود در آنهاست. همچنین بین اعتیاد به اینترنت در بین کاربران با احساس ضعف و ناتوانی در انجام امور، داشتن رفتار ناهنجار اجتماعی و اجتماع گریزی ارتباط واضحی مشاهده می‌شود($P=۰/۰۰۱$). این ارتباط بین کاربران معتاد به اینترنت با انواع شخصیت‌های درون گرا و دارای رفتار احساسی نیز به چشم می‌خورد($P<۰/۰۵$).

همچنین اعتیاد به اینترنت با صفاتی مانند احساس ضعف و ناتوانی در انجام امور و اجتماع گریزی ارتباط دارد[۲۵-۲۴]. علاوه بر این «گانگ» هم گزارش کرد که هر قدر احساس بیگانگی با خود در کاربران اینترنت بیشتر باشد، این افراد اعتیاد بیشتری به اینترنت پیدا می‌کنند[۱۹].

در یکی از مطالعات انجام شده در کشور کره جنوبی مشخص شد که در دانش آموزان دبیرستانی، اعتیاد به اینترنت با احساس بیگانگی با خود ارتباط دارد. حتی هنگامی که این صفت به سه درجه شدید، متوسط و خفیف گروه بندی می‌شود باز هم این ارتباط برقرار است[۲۶].

دیگر یافته‌های به دست آمده در مطالعه حاضر ارتباط اعتیاد به اینترنت با تیپ‌های شخصیتی درون گرا و دارای رفتار احساسی است. این ارتباط در مطالعه «گانگ» و «سونگ» نیز گزارش شده است. در مطالعه اخیر بین ویژگی‌های روان‌شناختی انسان با نوع بهره برداری او از رایانه ارتباط دیده می‌شود. به طوری که، کاربران معتاد به اینترنت دارای شخصیت درون گرا در مقایسه با شخصیت‌های برون گرا بیشتر از گفتگوی اینترنتی بهره می‌برند. در حالی که کاربران دارای شخصیت‌های احساسی در مقایسه با شخصیت‌های تفکر گرا بیشتر از پست الکترونیک استفاده می‌کنند[۹].

آخرین مسأله قابل بحث با توجه به نتایج به دست آمده در این مقاله چگونگی و نحوه استفاده از اینترنت در کاربران مورد مطالعه است. همانگونه که مشخص شد بیشترین نوع استفاده کاربران طبیعی و کاربران با اعتیاد خفیف و شدید به اینترنت، پست الکترونیک و کمترین آن گفتگوی اینترنتی است و در کاربران معتاد شدید بهره جویی از گفتگوی اینترنتی سه برابر کاربران طبیعی است و هرچه که از حالت طبیعی به اعتیاد در کاربران پیش می‌رویم میزان استفاده از پست الکترونیک برنامه‌های علمی و تخصصی کمتر و بهره جویی از فیلم، موسیقی، بازی و گفتگوی اینترنتی بیشتر می‌شود.

در مطالعه انجام شده توسط «سان وو» مشخص شد که کاربران دارای اعتیاد شدید به اینترنت در مقایسه با کاربران طبیعی با استفاده از رایانه شخصی بیشتر در منزل به اینترنت وصل می‌شوند

[Downloaded from payeshjournal.ir on 2026-11-12]

[DOR: 20.1001.1.16807626.1386.6.3.10.1]

و از آن در هر ساعت از روز بهره جویی می‌کنند، در حالی که کاربران طبیعی غالباً در بعدازظهرها این کار را انجام می‌دهند. معتادین شدید به اینترنت اغلب با اتصال به اینترنت از فیلم، موسیقی، کارتون، بازی‌های رایانه‌ای، سایت‌های اجتماعی و گفتگوی اینترنتی استفاده می‌کنند، در حالی که کاربران طبیعی در موقع اتصال از اخبار، رویدادها، خرید، رزرو کردن و سایت‌های آموزشی و دانشگاهی بهره‌جویی می‌کنند. همچنین معتادین به اینترنت از آن به صورت غیر هدفمند و در مکان‌های بسته و خصوصی استفاده می‌کنند[۲۷].

با توجه به تمایل بیشتر کاربران ۱۹-۱۵ ساله به استفاده از اینترنت در مقایسه با سایر گروه‌های سنی، لازم است برای کاربران در سنین نوجوانی، برنامه‌های آموزشی مؤثر در خانه یا مدرسه طراحی و ارائه کرد تا این گروه سنی از کاربران که در گروه پر خطر قرار دارند راه‌های مناسب استفاده از اینترنت را بیاموزند.

در پایان، نویسندگان پیشنهاد می‌کنند به منظور بررسی بیشتر درباره موضوع اعتیاد به اینترنت، مطالعات کیفی با روش‌های مصاحبه با معتادین به اینترنت انجام شود تا دیگر عوامل مرتبط با اعتیاد به اینترنت را در جامعه ما مشخص کنند.

منابع

1- Chosunilbo. Korea number six internet use. Available at: www. Chosun. Com, Accessed at 4th December 2002
2- Sunwoo K, Rando K. A study of Internet addiction. Journal of Korean Home Economics Association, English Edition 2002; 3: 1-19
3- Lee w. Medical term dictionary. Academy Book: Seoul, 1996
4- Rachlin H. Why do people gamble and keep gambling despite heavy losses? Psychological Science 1990; 1: 294-97
5- Walker MB. Some problems with concept of gambling addiction: should theories of addiction be generalized to include excessive gambling? Journal of Gambling Behavior 1989; 3: 179-200
6- Young K.S. Cyber Disorders: The mental health concern for the new millennium. Press for Cyber Psychology and Behavior of 107th APA Convention. Available at www.net addiction.com, Accessed 1999
7- Young KS. Psychology of computer Use: a case that breaks the stereotype. Psychology Reports 1996; 79: 899-902
8- Young KS. Caught in the net: how to recognize the sings of internet addiction and a winning strategy for recovery. 1st Edition, John wiley & Sons: New York, 1998
9- Song W. Effects on self-efficacy and self-control on the addictive use of internet. Masters thesis: Yonsei University, 1999
10- Yun J. The relationship between internet addiction and mental depression, impulse, and sensitivity characteristics. Masters thesis: Korea University, 1998
11- Park J. A study on effective variables of the addictive usage of internet by adolescents. Masters thesis: Sook myung womans university, 2001
12- An S. A study on the addictive usage of the internet. Masters thesis: Yonsei University, 2000
13- Lee K. Emerging consumer issues and remedies in changing consumer environment. BK 21 project Team Report: Seoul National University, 2001
14- Hill Ronald R. Marketing and consumer research in the public interest. SAGE publication, by kim Y, seo J, Lee E, Jae M. Seou: Sigma Press, 2000
15- Seeman M. On the meaning of alienation. American Sociological Review 1959; 24: 783-91
16- Dean DC. Alienation: it is meaning and management. American Sociological Review 2002; 22: 670-77
17- Kang W. The relationship between the perceived father's/ mother's values, father/ mother – student emotional intimacy & father's/ mother's over control and university students' alienation. Doctorates thesis: Seoul National University, 2000
18- Kim J. A study on characteristics of internet addicts subgroups. Masters thesis: Yonsei University, 2000
19- Kang JE. The relationship of loneliness, social anxiety, coping styles and online addiction of PC communication users. Masters thesis: The Catholic University of Korea, 1999
20- Kang JM. A study on the relationship between PC communication service use pattern and personal characteristics. Masters thesis: Han young University, 1997
21- Briggs I, Mayers & Mccaully MH. The development and application of MBTI. Tr. By kim J, shim H, & Jes. Seoul: Korea psychological Testing Institute, 1999
22- Crombie Ik. Research in health care. John wiley, UK, 1997

[Downloaded from payeshjournal.ir on 2026-11-12]
[DOR: 20.1001.1.16807626.1386.6.3.10.1]

23- Kim K. Relationship between alienation and adolescent's problem behavior. Master's thesis: Seoul National University, 1990
24- Marlatt GA, Bear Js, Donowan DM. Addictive behaviors: etiology and treatment. Annual review of Psychology 1989; 39: 223-52
25- Kim S. The influence of computer communication addiction on the self identify of teenagers – focused on teeragers who often go to PC game room. Master's theries: Kyonggi University, 1999
26- Lee Jy. A study on student alienation in the society focusing on education. Master's thesis: Korea National University of Education, 1998
27- Sunwoo K, Rando K. A study of internet addiction: Status Causes and remedies. Journal of Korean Home Economies Association, English Edition 2002: 3; 1-19

[Downloaded from payeshjournal.ir on 2026-11-12]

[DOR: 20.1001.1.16807626.1386.6.3.10.1]