

فصلنامه علمی «پژوهش انحرافات و مسائل اجتماعی»

شماره یازدهم، بهار ۱۴۰۳: ۸۳-۶۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۱۰

نوع مقاله: پژوهشی

تبیین جامعه‌شناختی سبک زندگی زنان کاربر شبکه اجتماعی اینستاگرام

* سارا محمدی

** خدیجه ذوالقدر

*** محمد مهدی لبیبی

چکیده

در هزاره فناوری اطلاعات، وسایل نوین ارتباطی، نقشی انکارناپذیر در زندگی کنشگران اجتماعی ایفا می‌کنند. یکی از ابعاد قابل تأمل این رسانه‌ها، مسائل و آسیب‌های اجتماعی ناشی از استفاده از آنهاست که بخش عمده آن، گریبانگیر زنان است. از این‌رو این مطالعه، با هدف تحلیل جامعه‌شناختی سبک زندگی زنانی که از شبکه اجتماعی اینستاگرام استفاده می‌کنند و ساکن شهر سمنان هستند، انجام گرفته است. روش مطالعه، پیمایش و جامعه آماری، زنان رده سنی ۲۰ تا ۴۰ ساله شهر سمنان به تعداد ۸۵۶۸۷ نفر است که از این مقدار، تعداد ۳۹۸ نفر با استفاده از فرمول کوکران به عنوان نمونه آماری به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته سبک زندگی و پرسشنامه میزان استفاده از اینستاگرام بود. نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که رابطه میان استفاده از اینستاگرام در توجه به بدن، الگوی تفریح، تغذیه و الگوی ارتباطات اجتماعی به ترتیب برابر با ۰/۴۲۱، ۰/۳۴۲، ۰/۲۳۳ و ۰/۳۸۴ است. همچنین تحلیل‌های مدل

* دانشجوی دکتری تخصصی رشته جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

S.mohamadi4011@gmail.com

** نویسنده مسئول: استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

kzlgahdr@hotmail.com

*** استادیار گروه علوم اجتماعی و ارتباطات و رسانه، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

labibi_mehdi@yahoo.com



رگسیون نشان داد که میزان استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر سبک زندگی، ۰/۳۴ است.

واژه‌های کلیدی: سبک زندگی، شبکه‌های اجتماعی، سنندج، اینستاگرام و زنان.



مقدمه

اینستاگرام، یکی از سریع‌ترین برنامه‌های روبه‌رشد در رسانه‌های اجتماعی است (ر.ک: Anderson & Jiang, 2018). اینستاگرام، نوعی برنامه موبایل است که از طریق آن، کاربران می‌توانند عکس‌ها و فیلم‌ها را همراه با زیرنویس‌های ضمیمه‌شده ارسال کنند. سایر کاربران در پاسخ به این پست‌ها تشویق می‌شوند که آنها را لایک کنند، نظر دهند و با یکدیگر درباره آنها بحث کنند (ر.ک: Trifiro, 2018).

امروزه در دنیا، فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان یکی از فعالیت‌های اصلی افراد به طور گسترده‌ای رواج یافته است. هرچند تاکنون استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای بسیاری از افراد مشکل‌ساز نبوده است، تعداد افرادی که به دلیل اعتیاد به اینستاگرام مجبور به استفاده بیش از حد از آن می‌شوند کم نیست (ر.ک: Andreassen et al, 2017). شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند فیس‌بوک^۱ و اینستاگرام، میلیون‌ها نفر را به خود جلب کرده‌اند. هرچند پژوهش‌های مرتبط با شبکه اجتماعی اینستاگرام، مراحل اولیه خود را سپری می‌کنند، یافته‌ها نشان می‌دهد که اینستاگرام تأثیر عمیقی بر ویژگی‌های مربوط به سبک زندگی افراد داشته است (ر.ک: Holland & Tiggemann, 2017).

در حال حاضر در سراسر جهان، حدود ۸۰۰ میلیون نفر در ماه و ۵۰ میلیون نفر روزانه از اینستاگرام استفاده می‌کنند. هر روز حدود ۹۵ میلیون عکس و ۳۰۰ میلیون پخش زنده بارگذاری می‌شود و این پست‌ها روزانه ۴۰۲ میلیارد «لایک»^۲ دریافت می‌کنند (ر.ک: Aslam, 2018). استفاده از اینستاگرام در حال گسترش و پیشی گرفتن از سایر بسترهای شبکه‌های اجتماعی، مانند فیس‌بوک، توییتر و اسنپ‌چت^۳ به‌ویژه در میان نوجوانان، بزرگسالان و زنان است (ر.ک: Kircaburun & Bahtiyar, 2017) و این محبوبیت، خطرهای مشکل‌سازی را برای برخی از کاربران ایجاد می‌کند (ر.ک: Kuss & Griffiths, 2017). از جمله می‌توان به اعتیاد و وابستگی به شبکه اجتماعی اینستاگرام به عنوان یکی از مشکلات جدی افراد اشاره کرد (ر.ک: Basharpour et al, 2016).

1. facebook

2. Like

3. chat Snap

طی دو دهه گذشته، اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی، تبدیل به موضوعی محبوب برای پژوهش در زمینه اعتیادهای رفتاری شده است. پژوهش‌های اولیه بر استفاده نادرست از شبکه‌های اجتماعی تمرکز داشته و گزارش داده‌اند که به نظر می‌رسد برخی از کاربران این شبکه‌ها به همان روشی که افراد به مواد مخدر یا الکل اعتیاد پیدا می‌کنند، به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی معتاد شده‌اند و استفاده از این شبکه‌ها می‌تواند تأثیرات منفی بر سبک زندگی آنان بگذارد (ر.ک: Griffiths, 1995).

اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی ممکن است منجر به رفتارهای انحرافی و مضر برای کاربرانی شود که به طور افراطی از این فضا استفاده می‌کنند (ر.ک: Turel & Bechara, 2017). هرچند اینستاگرام، بستری جدید در رسانه‌های اجتماعی است که در سال ۲۰۱۰ متولد شده است، نتایج منتشرشده یکی از پژوهش‌های میدانی در مرکز افکارسنجی ایران^۱ (۱۴۰۳) بیانگر افزایش محبوبیت این رسانه در میان جوانان کشور، پس از فیلتر شدن تلگرام است؛ به طوری که در این گزارش، به حضور ۵۴ درصدی جوانان ۱۸ تا ۲۹ ساله ایرانی در شبکه اینستاگرام اشاره شده است و این موضوع، اهمیت و ضرورت پژوهش درباره آثار استفاده از این رسانه را بر ابعاد مختلف سبک زندگی نشان می‌دهد.

با توجه به فعالیت گسترده کاربران ایرانی در فضاهای مجازی می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی، نظام ارزشی و اخلاقی ما را در عرصه‌های مختلف اجتماعی و خانوادگی با چالش جدی مواجه ساخته‌اند. یکی از گروه‌هایی که به شدت متأثر از پیامدهای محسوس و نامحسوس آسیب‌زای چنین شبکه‌هایی هستند، دختران و زنان هستند. دسترسی و عضویت این گروه جمعیتی به انواع رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی به هیچ‌وجه قابل مقایسه با گذشته نیست. ورود به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی گوناگون، امکان بروز رفتارهایی را برای این گروه فراهم کرده است که ضرورتاً در دنیای واقعی آنها جایی ندارد و چه بسا از جانب اعضای خانواده، ممنوع باشد.

پیمایش مؤسسه تلاش برای جلوگیری از سوءاستفاده‌های برخط نشان داده است که ۸۰ درصد بزه‌دیدگی جنسی در شبکه‌های اجتماعی مربوط به زنان است (Murkum & Higgins, 2014: 36). مطالعات بزه‌دیده‌شناسی نیز در بستر سایبر نشان می‌دهد که زنان

از جمله آسیب‌پذیرترین گروه‌ها در فضای مجازی هستند و با گسترش شبکه‌های اجتماعی به صورت تصاعدی بر رشد بزه‌دیدگی آنان افزوده شده است (ر.ک: حاجی ده‌آبادی و سلیمی، ۱۳۹۷). بر اساس یافته‌های فین و باناچ، اینترنت به زنان کمک می‌کند تا سلامتی جسمانی و روحی خود را بهبود بخشند، ولی این امر خالی از مخاطره نیست؛ زیرا زنان در این بستر همواره در معرض از دست دادن حریم خصوصی ارتباطات نامحدود و بی‌قید مزاحمت و تعقیب‌ایدایی برخط هستند (ر.ک: Halder & Jaishankar, 2011).

فعالیت‌های انسانی تنها از جانب کنشگران اجتماعی پدید نمی‌آیند، بلکه از طریق همان راه‌هایی که کنشگران برای ابراز وجودشان در پیش می‌گیرند، پیوسته باز ایجاد می‌شوند. عاملان اجتماعی از طریق فعالیت‌هایشان، شرایطی را ایجاد می‌کنند که این فعالیت‌ها را امکان‌پذیر می‌سازد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۶۰۱). گیدنز، خودآرایی و تزیین خویشتن را با پویایی خویشتن مرتبط می‌داند. شبکه‌های اجتماعی مجازی، محیط مساعد برای برقراری ارتباطات نمادین خودابرازی و بازنمایی هویت‌های تو و خویش ساخته را به دور از محدودیت‌ها و ممنوعیت‌ها از طریق تعاملات مجازی و نمادین فراهم می‌کنند. خدمات شبکه‌های مجازی به کاربران انگیزه می‌دهند که دست به خودابرازی بیشتری بزنند و افراد تلاش می‌کنند تا تصویر خود را از طریق رفتارهای ارتباطی متنوع، مدیریت کنند (ر.ک: احدزاده، ۱۳۹۱). گمنامی باعث می‌شود که افراد، تمایل بیشتری به خودافشایی داشته باشند و بدون ترس از قضاوت سایرین به افشای خواسته‌ها و دیدگاه‌هایشان بپردازند (ر.ک: دهقان و نیک‌بخش، ۱۳۸۹).

از نظر گیدنز، کاربران در ارتباطات به واسطه گمنامی می‌توانند خود را آنگونه که مایلند اظهار کنند. جهان جدید یعنی جهان مجازی، بسیاری از روندهای نگرش و ظرفیت‌های آینده را تحت تأثیر خود قرار خواهد داد. این جهان در واقع به موازات و گاه مسلط بر جهان واقعی ترسیم می‌شود و عینیت واقعی پیدا می‌کنند (ر.ک: عاملی، ۱۳۸۸). جهان مجازی، نوع جدیدی از سلطه یعنی سلطه دیجیتالی را وارد عرصه جامعه و فرهنگ کرده است که محدودیت زمان و مکان در آن وجود ندارد. محور سلطه دیجیتالی جهانی، تغییرات دایمی است که مهلت اندیشه و خردورزی را از انسان می‌ستانند. به همین دلیل تغییرات حاصل از دوج جهانی شدن می‌تواند عامل تغییر سبک و شیوه زندگی افراد باشد. جهانی شدن موجب توسعه قلمرو انتخاب‌ها شده است (ر.ک: عاملی، ۱۳۸۸).

شبکه‌ای شدن جامعه امروز، معنای همه چیز و هر چیزی را مورد بازاندیشی قرار داده و مفاهیم تازه‌ای را ایجاد کرده است. اقتصاد، فرهنگ، اجتماع و حتی مفاهیم عام‌تری همچون مکان و زمان نیز در این فرایند دگرگون شده‌اند یا همچنان در حال دگرگونی هستند و معانی و تعاریف نو و جدیدی به خود گرفته‌اند (ر.ک: عاملی، ۱۳۸۸). مخاطبان از میان مجاری ارتباطی و محتواهایی که به آنان عرضه می‌شود، بر اساس نوعی ملاک، دست به انتخاب آگاهانه و انگیزه‌دار می‌زنند (ر.ک: لیتل جان تر، ۱۳۸۴). رسانه بر ابعاد سبک زندگی مانند تفریح، خرید و مصرف مادی، تغذیه، فعالیت‌های کاری سیاسی و رفتار درون خانه اثرگذار است و سبک زندگی متفاوتی را پدید می‌آورد (ر.ک: مهدی‌زاده، ۱۳۹۰). کاربران بر اساس انگیزه و امیال و اهداف خود از اینستاگرام استفاده می‌کنند و به تناسب عضویت در این شبکه، از اعضا، بازخوردهای متفاوتی در حوزه سبک پوشش، سبک آرایشی و رفتاری خود دریافت می‌کنند و هرچه اینستاگرام بتواند نیازها و انگیزه کاربران را برآورده کند، احتمال پذیرش سبک زندگی تبلیغی مدرن بیشتر می‌شود.

نکته قابل تأمل این است که فضای گمنامی و غریبگی این شبکه‌های اجتماعی به همراه فضای آزاد و بدون محدودیت، امکان تخطی از هنجارهای اجتماعی را نیز برای زنان جامعه ایران بیشتر از فضای واقعی جامعه فراهم کرده است. طبق آمار پلیس فتا در سال ۱۳۹۵، بیش از ۸۹ درصد از پرونده‌های اخلاقی و جرایم منافی عفت به انواع اپلیکیشن‌ها مربوط می‌شود (ر.ک: کرد علیوند و میرزایی، ۱۳۹۷).

بنابراین محقق مبتنی بر شواهد آماری و تجربی مورد اشاره که نشان از افزایش ارتکاب جرایم به دست زنان و احتمال قربانی شدن آنها در فضاهای مجازی دارد و همچنین بررسی‌های میدانی و مطالعاتی در شهر سمنان که به‌نوعی مسئله شدن نابهنجاری اجتماعی زنان را در این شهر نشان می‌دهد، به واسطه تفاوت‌های فرهنگی و قومی و مذهبی با سایر نقاط ایران در حوزه سبک زندگی، مورد مناسبی برای ارزیابی مطرح شده است. برای تبیین علمی‌تر مسئله مطرح‌شده، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال است که استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، چه تأثیری بر سبک زندگی زنان دارد؟

نکته حائز اهمیت این است که کاربران اینستاگرام در این فضای جذاب رسانه‌ای با ظاهری ایده‌آل از زندگی دیگران روبه‌رو هستند که در صورت فقدان سواد رسانه‌ای ممکن

است به صورت ناخواسته، سطح خواسته‌ها و انتظاراتشان را افزایش دهد. در چنین شرایطی اگر فرد، توانایی و امکانات لازم برای برآورده ساختن این سطح از خواسته‌ها و انتظارات جدید را نداشته باشد، دچار احساس محرومیت نسبی می‌شود که نتیجه آن می‌تواند کاهش سطح رضایت از زندگی باشد. با توجه به مطالعات اندکی که درباره اینستاگرام و تأثیرات آن بر سبک زندگی زنان صورت گرفته است، در پژوهش حاضر تلاش می‌شود تا چگونگی تأثیر استفاده از اینستاگرام بر سبک زندگی زنان شهر سنجندج نشان داده شود.

پیشینه پژوهش

بررسی مطالعات پیشین نشان می‌دهد که استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، نقش مهمی در الگودهی به سبک زندگی افراد و کنش‌های اجتماعی آنها در جوامع امروزی دارد. از این رو هم یک فرصت هستند که آثار مثبتی را برای کاربران فراهم می‌کنند و از طرفی نیز با آسیب‌ها و پیامدهای سلبی و منفی برای کاربران روبه‌رو هستند که محققین به برخی از آنها توجه کرده‌اند.

یاراحمدی و زارعی (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان «پیامدهای حضور در شبکه اجتماعی اینستاگرام بر زندگی زوجین»، پیامدهای مثبت این شبکه‌ها را آموزش و ارتقای سطح اطلاعات و آگاهی بیان کردند و همچنین پیامدهای منفی آنها را آسیب‌دیدگی تعاملات زوجین، خیانت خزنده و نامحسوس، تهدید حریم زوجی و فردی شدن زندگی برشمرده‌اند.

حاجی ده‌آبادی و سلیمی (۱۳۹۷) نیز در تحقیق خویش با عنوان «علت‌شناسی بزه‌دیدگی زنان در شبکه‌های اجتماعی» ضمن اشاره به رشد تصاعدی بزه‌دیدگی زنان تحت تأثیر پیدایش این شبکه‌ها، مهم‌ترین علت این مسئله را سبک زندگی و نحوه تعاملات و انتخاب‌های کاربران زن و فشار اجتماع بر آنها بیان کرده‌اند.

دانش‌اناری و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیق خویش با عنوان «تحلیل بزه‌دیدگی جنسی زنان در شبکه‌های اجتماعی»، قربانی شدن جنسی زنان را مهم‌ترین بزه‌دیدگی زنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی دانسته‌اند.

رحیمی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی رابطه

شبکه‌های اجتماعی و تغییرات جاری در خانواده‌ها» نشان دادند که تفاوت معناداری بین زوجین کاربر و غیر کاربر شبکه‌های اجتماعی مجازی از نظر سست شدن پیوندهای خویشاوندی، گرایش‌های انزواجویانه، پایبند نبودن به تعهدات زناشویی، سردی روابط و بی‌اعتمادی زناشویی وجود دارد.

شریفی و شهرستانی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موبایلی و رفتار و اخلاق اجتماعی کاربران با رویکرد دینی» بدین نتیجه دست یافتند که استفاده از تلگرام، تأثیرات نامطلوبی نظیر آسیب‌دیدگی روابط خانوادگی و روابط جنسی نامناسب بر رفتار و اخلاق اجتماعی کاربران دارد.

شایگان و رحیمی (۱۳۹۵) نیز در پژوهشی با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به انحرافات اخلاقی» به این نتیجه دست یافتند که عضویت در شبکه‌های اجتماعی منجر به انحرافات اخلاقی نظیر روابط نامتعارف بین دختر و پسر و هم‌زیستی آنها به جای ازدواج خواهد شد.

مرادی رجب‌پور و همکاران (۱۳۹۳) نیز در پژوهشی با عنوان «انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی» که به روش پیمایش در میان دانشجویان دانشگاه سمنان انجام دادند، به این نتیجه دست یافتند که دختران، بیشتر با انگیزه بهبود وضعیت فردی و خودافشاگری در این فضاهای مجازی حضور می‌یابند.

اخوان ملایری و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای با عنوان «شبکه‌های اجتماعی مجازی و شادکامی»، کاربران ایرانی عضو شبکه اجتماعی مجازی فیس‌بوک را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج بررسی آنها مشخص کرد که عضویت و مشارکت در شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب افزایش سرمایه اجتماعی و شادکامی افراد می‌شود.

جان و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود با عنوان «شبکه‌های اینترنتی به عنوان منبع حمایت اجتماعی» به این نتیجه اشاره داشته‌اند که تعاملات آنلاین، منبع مهمی برای حمایت اجتماعی عاطفی زنان قلمداد می‌شود.

وانگ^۱ و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیق خود با عنوان «آیا زوج‌هایی که دارای روابط

سست و متزلزلی هستند می‌تواند از طریق نظارت شبکه‌های اجتماعی جبران کنند؟» بدین نتیجه دست یافتند که شبکه‌های اجتماعی نمی‌تواند این دلبستگی‌های متزلزل را تقویت و استوار سازد، بلکه اثر منفی و نامطلوب بر کیفیت روابط دارد.

هند^۱ و همکاران (۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان «روابط رمانتیک و فیس‌بوک: صمیمیت و رضایت زوجین در ارتباط با استفاده آنلاین از شبکه‌های اجتماعی» به این نتیجه دست یافتند که استفاده از این شبکه‌ها، تأثیر منفی بر روابط صمیمی و عاشقانه دارد و در کل رضایت زناشویی را مخدوش می‌سازد.

شیک چوی (۲۰۱۱) در مطالعه‌ای با عنوان «فعالیت‌های روزمره سایبری؛ بررسی تجربی سبک زندگی اینترنتی»، موضوع بزه‌دیدگی کاربران را فارغ از جنسیت ایشان بررسی کرد. نتایج این مطالعه بدین گونه بود که افرادی که سبک زندگی برخط رایانه‌محور خود را جدی نمی‌گیرند، به احتمال بیشتری قربانی جرایم سایبری خواهند بود. همچنین برخی الگوهای سبک زندگی به طور مستقیم با قربانی شدن در فضای سایبری، ارتباط دارند.

در مجموع این رسانه‌های نوین موجب تشویق تعاملات اجتماعی در پهنه گسترده‌ای شده است. بنابراین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با موضوع‌ها و مسائل اجتماعی گوناگونی نظیر سبک زندگی، اوقات فراغت، هویت، تعاملات اجتماعی، نهاد خانواده و آموزش و پرورش، انحرافات، هنجارشکنی‌ها و بزه‌دیدگی، بسیار درهم تنیده و مرتبط شده است. به‌ویژه اینکه در اینگونه مسائل، تفاوت جنسیتی گاهی آثار و پیامدهای متفاوت و نابرابری را برای زنان و مردان به همراه دارد. این امر، نو بودن تفاوت و اهمیت پژوهش حاضر را با رویکرد آسیب‌شناختی رسانه‌های نوین برای زنان به تصویر می‌کشد.

مبانی نظری

شبکه‌های اجتماعی مجازی

در متون پژوهشی، تعاریف متعددی از شبکه‌های اجتماعی مجازی شده است. این تعاریف را می‌توان در دو مقوله اصلی فنی - مهندسی و جامعه‌شناختی - ارتباطی از هم

تشخیص داد. در نگاه فنی، این شبکه‌ها محصول برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت هستند که بر بنیادهای فناوری‌های وب نسل دوم ساخته شده‌اند (Berthon et al, 2012: 264). از دیدگاه جامعه‌شناسی و ارتباطات، محتوا و روابط به واسطه تعاملات اجتماعی کاربران در چارچوب فناوری‌های قابل دسترسی وب شکل می‌گیرند (Berthon et al, 2010: 266). بنابراین یک شبکه اجتماعی، مجموعه‌ای از سرویس‌های مبتنی بر وب است که این امکان را برای اشخاص فراهم می‌آورد که توصیفات عمومی یا خصوصی برای خود ایجاد کنند یا با دیگر اعضای شبکه، ارتباط برقرار کنند، منابع خود را با آنها به اشتراک بگذارند و از میان توصیفات عمومی دیگر افراد برای یافتن اتصالات جدید استفاده کنند (Boyd & Ellison, 2007: 214).

نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز

برای سنجش متغیر عضویت در شبکه‌های اجتماعی و اهداف و میزان حضور در این شبکه‌ها از نظریه کاستلز و رویکرد بدبینانه وی بهره برده شده است. بدین معنا که هر چقدر میزان استفاده از این شبکه‌ها بیشتر شود، میزان و شدت انحراف اجتماعی نیز دچار تغییر می‌شود. به‌زعم کاستلز، گروه‌های اجتماعی و افراد در فضاهای مجازی از یکدیگر بیگانه می‌شوند و یکدیگر را به چشم غریبه و در نهایت به منزله یک تهدید می‌نگرند. در جامعه شبکه‌ای برای بیشتر کنشگران اجتماعی، معنا حول یک هویت بنیادی سازمان می‌یابد. این هویت اساسی در طول زمان و مکان قائم به ذات است. کاستلز معتقد است که تمام هویت‌ها بر ساخته می‌شوند (ر.ک: کاستلز، ۱۳۸۲).

اما مسئله اصلی ما که در راستای نظریه کاستلز قرار می‌گیرد، مربوط به میزان حضور در فضای مجازی است که در اینجا ما زمان را به عنوان عاملی که سبب بر ساخته شدن هویت اجتماعی کاربران و در نتیجه به انحراف کشیده شدن کاربران منجر می‌شود، در نظر گرفته‌ایم. در نهایت فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مجازی را به عنوان زیست جهانی در نظر می‌گیریم که میزان حضور در این زیست جهان، تمامی ابعاد و رفتار اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

نظریه پیوند افتراقی ساترلند

از نظریه پیوند افتراقی ساترلند که یکی از نظریه‌های مطرح در حوزه انحرافات

اجتماعی و جرایم است نیز می‌توان متغیر میزان انحراف اجتماعی کاربران را استخراج کرد. همان‌گونه که ذکر شد، نظریه ساترلند، یکی از نظریه‌های خرده‌فرهنگی است که در سطح فرد و گروه‌های کوچک به مطالعه متغیرها و عوامل تأثیرگذار بروز انحرافات اجتماعی می‌پردازد و انحراف را به عنوان رفتاری توجیه می‌کند که مانند همنوایی آموخته می‌شود؛ یعنی از طریق ارتباط متقابل با سایر مردم فرا گرفته می‌شود (ساترلند، ۱۹۷۰؛ به نقل از ممتاز، ۱۳۸۱: ۷۸). بنابراین تأکید وی بر متغیرهایی مانند انحرافات اطرافیان و از جمله گروه دوستان است که هم‌صحبتی و شدت تماس کاربران با اینگونه افراد باعث بروز و تکرار کجروی در بین آنان می‌شود؛ چون میزان عضویت در گروه‌های کجرو مجازی می‌تواند در بروز انحرافات اجتماعی زنان تأثیرگذار باشد.

مدل مفهومی پژوهش

بر اساس آنچه گفته شد، مدل زیر به عنوان مدل مفهومی پژوهش پیشنهاد می‌گردد.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر نوع پژوهش، کمی و از نظر روش اجرا، توصیفی- پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه زنان ۲۰ تا ۴۰ ساله ساکن شهر سمنان در سال ۱۴۰۳ است که بر اساس گزارش سالنامه سازمان مدیریت و

برنامه‌ریزی استان کردستان، ۸۷۶۸۵ نفر است. برای تعیین حجم نمونه از فرمول نمونه‌گیری کوکران استفاده شد. بر این اساس حجم نمونه، ۳۸۶ نفر برآورد شد که در مجموع ۴۱۰ پرسشنامه توزیع و انتخاب واحد نمونه به روش نمونه‌گیری در دسترس انجام شد که با حذف پرسشنامه‌های مخدوش، به تعداد ۳۹۸ پرسشنامه رسید.

برای سنجش سبک زندگی از پرسشنامه محقق‌ساخته در مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت استفاده شد. برای تعیین اعتبار پرسشنامه، از نظر متخصصان، کارشناسان و جامعه‌شناسان در زمینه منطبق بودن محتوای سؤالات با ویژگی‌های مورد نظر استفاده شد و دیدگاه‌های اصلاحی هر یک از نام‌برندگان بررسی و اعمال شد. پرسشنامه یادشده به منظور پیش‌آزمون، روی یک نمونه ۳۵ نفری از جمعیتی متنوع از زنان اجرا شد. برای بررسی همسانی درونی و ضریب پایایی ابزار گردآوری داده‌های این پژوهش، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. در بررسی پایایی پرسشنامه از دو روش آلفای کرونباخ و روش آزمون مجدد (بازآزمایی) استفاده شد و میزان پایایی کل پرسشنامه، ۰/۷۵ به دست آمد که نتایج آن در جدول (۱) نشان داده شده است.

جدول ۱- مقدار آلفای کرونباخ و ضریب پایایی شاخص‌های سبک زندگی

متغیر وابسته	ابعاد درجه اول	آلفای کرونباخ	بازآزمایی
سبک زندگی	توجه به بدن	۰/۷۵	۰/۷۳
	الگوی تفریح و گذراندن وقت	۰/۸۲	۰/۷۹
	الگوی تغذیه	۰/۷۷	۰/۷۴
	الگوی ارتباطات اجتماعی	۰/۷۹	۰/۷۶

یافته‌های توصیفی نشان داد که در گستره سنین ۲۰ تا ۴۰ سال پاسخگویان، بیشترین فراوانی زنان کاربر مربوط به ۲۲ سالگی و کمترین مربوط به ۳۸ سالگی بود. میانگین سن پاسخگویان، ۲۳ سال بود. بیشترین تحصیلات مربوط به زنان با تحصیلات کارشناسی ۶۷ درصد و از لحاظ وضعیت تأهل، بیشترین فراوانی مربوط به زنان متأهل بود (۷۲ درصد). ۲۸.۸٪ از پاسخگویان بین دو تا سه ساعت از اینستاگرام استفاده می‌کردند و کمترین میزان استفاده با ۱۴.۳٪، کمتر از یک ساعت بوده است. میانگین

زمان حضور در فضای اینستاگرام در شبانه‌روز، ۲.۷۳ ساعت بود. آمار توصیفی بر اساس گویه‌های توجه به بدن (توجه به وزن و اندام و آرایش و پیرایش بدن) بیانگر میانگین بیش از متوسط بود. یعنی در توجه به وزن و اندام، مواردی مانند استفاده از رژیم تغذیه، تحرک منظم بدنی (ورزش)، استفاده از داروهای لاغرکننده و توجه به وزن و در توجه به آرایش و پیرایش بدن، مواردی مانند آرایش صورت، پیرایش و رنگ مو، جراحی بینی، جراحی زیبایی بدن و استفاده از لنز رنگی چشم (غیر طبی)، درصدها و میانگین‌های به‌دست‌آمده چنین نشان دادند.

جدول ۲- شاخص‌های توصیفی (میانگین و انحراف استاندارد) متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	کمترین	بیشترین	کجی	کشیدگی	تورم واریانس	دوربین واتسون
توجه به بدن	۱۲/۲۸	۴/۸۲	۸/۱۳	۱۷/۵۲	۰/۸۵۳	۰/۴۸۵	۲/۷۰	۱/۷۰
الگوی تفریح	۱۳/۳۲	۴/۳۶	۱۰/۸۹	۱۶/۴۴	۰/۳۷۱	-۰/۲۸۷	۱/۷۸	۱/۷۰
الگوی تغذیه	۱۳/۴۰	۴/۸۶	۱۰/۱۲	۱۸/۷۱	۰/۵۵۸	-۰/۱۹۷	۱/۴۱	۱/۷۰
ارتباطات اجتماعی	۱۵/۵۲	۳/۵۸	۱۳/۱۱	۱۸/۵۶	۰/۰۰۳	-۰/۴۰۷	۱/۷۸	۱/۷۰

برای بررسی نرمال بودن، از ضریب کجی و ضریب کشیدگی استفاده شد. نتایج نشان داد که داده‌های پژوهش حاضر، نرمال بودند. همچنین مقدار عامل تورم واریانس و آزمون دوربین-واتسون به‌دست‌آمده برای متغیرها، کوچک‌تر از ۱۰ هستند و این نشان می‌دهد که بین متغیرها، هم‌خطی چندگانه وجود ندارد.

جدول ۳- رابطه میزان استفاده از اینستاگرام و سبک زندگی زنان

از نظر میزان اختلال توجه به بدن و تغییر آن

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار آزمون	سطح معنی‌داری
استفاده از اینستاگرام	اختلال در توجه به بدن	۰/۴۲۱	۰/۰۲۷

مقدار r ضریب پیرسون به دست آمده در جدول (۳) درباره رابطه میان متغیر توجه به بدن و تغییر آن و استفاده از اینستاگرام در بین زنان کاربر، 0.421 و سطح معنی داری به دست آمده، برابر با 0.027 است و در سطح خطای کوچک تر از 0.05 ، معنی دار است. بر این اساس با اطمینان 0.95 آماری، رابطه معنی داری بین توجه به بدن و تغییر آن، که از شاخص های سنجش سبک زندگی است، با میزان استفاده از اینستاگرام در میان زنان کاربر فضای اینستاگرام وجود داشته است. از آنجا که شدت رابطه، کم و جهت آن مثبت به دست آمده است، می توان گفت که افزایش مدت زمان حضور در اینستاگرام، موجب شده که تمایل به سبک زندگی متمرکز بر بدن و تغییرات آن بیشتر شود و در نتیجه، اختلالات مرتبط با توجه به بدن و تغییرات آن در افراد افزایش یافته است.

جدول ۴- رابطه میزان استفاده از اینستاگرام و سبک زندگی

زنان از نظر میزان اختلال در الگوی تفریح

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار آزمون	سطح معنی داری
استفاده از اینستاگرام	اختلال در الگوی تفریح	0.342	0.041

مقدار r ضریب پیرسون به دست آمده در جدول (۴) درباره رابطه میان متغیر اختلال در الگوی تفریح و استفاده افراطی از اینستاگرام در بین زنان کاربر، 0.342 و سطح معنی داری به دست آمده برابر با 0.041 است و در سطح خطای کوچک تر از 0.05 ، معنی دار است. بر این اساس با اطمینان 0.95 آماری، رابطه معنی داری بین اختلال در الگوی تفریح، که از شاخص های سنجش سبک زندگی نامتعارف است، با میزان استفاده افراطی از اینستاگرام در میان زنان کاربر فضای اینستاگرام وجود داشته است. از آنجا که شدت رابطه، کم و جهت آن مثبت به دست آمده است، می توان چنین گفت که افزایش استفاده از اینستاگرام، همچنین میزان گرایش به سبک زندگی نامتعارف را با توجه به اختلال در الگوی تفریح در میان آنها افزوده است.

جدول ۵- رابطه میزان استفاده از اینستاگرام و سبک زندگی نامتعارف زنان

از نظر میزان اختلال در الگوی تغذیه

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار آزمون	سطح معنی داری
استفاده از اینستاگرام	اختلال در الگوی تغذیه	0.233	0.048

مقدار r ضریب پیرسون به‌دست‌آمده در جدول (۵) درباره رابطه میان متغیر اختلال در الگوی تغذیه و استفاده از اینستاگرام در بین زنان کاربر، 0.233 و سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده برابر با 0.048 است و در سطح خطای کوچک‌تر از 0.05 معنی‌دار است. بر این اساس با اطمینان 0.95 آماری، رابطه معنی‌داری بین اختلال در الگوی تغذیه، که از شاخص‌های سنجش سبک زندگی نامتعارف است، با میزان استفاده از اینستاگرام در میان زنان کاربر اینستاگرام وجود داشته است. از آنجا که شدت رابطه، کم و جهت آن مثبت به دست آمده است، می‌توان چنین گفت که مقدار حضور در فضای اینستاگرام، به میزان گرایش به سبک زندگی با توجه به اختلال در الگوی تغذیه در میان آنها افزوده است.

جدول ۶- رابطه میزان استفاده از اینستاگرام و سبک زندگی نامتعارف

از نظر میزان اختلال در الگوی ارتباطات اجتماعی

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار آزمون	سطح معنی‌داری
استفاده از اینستاگرام	اختلال در الگوی ارتباطات اجتماعی	0.384	0.039

مقدار r ضریب پیرسون به‌دست‌آمده در جدول (۶) درباره رابطه میان متغیر اختلال در الگوی ارتباطات اجتماعی و استفاده از اینستاگرام در بین زنان کاربر، 0.384 و سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده برابر با 0.039 است و در سطح خطای کوچک‌تر از 0.05 معنی‌دار است. بر این اساس با اطمینان 0.95 آماری، رابطه معنی‌داری بین اختلال در الگوی ارتباطات اجتماعی، که از شاخص‌های سنجش سبک زندگی نامتعارف است، با میزان استفاده از اینستاگرام در میان زنان کاربر فضای اینستاگرام وجود داشته است. از آنجا که شدت رابطه، کم و جهت آن مثبت به دست آمده است، می‌توان چنین گفت که مقدار حضور در اینستاگرام، همچنین به سبک زندگی با توجه به اختلال در الگوی ارتباطات اجتماعی در میان آنها افزوده است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر، بررسی جامعه‌شناختی اختلال در سبک زندگی زنان کاربر شبکه اجتماعی اینستاگرام در شهر سنندج بود که استفاده افراطی از آن داشتند. نتایج تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها در فرض نخست، گویای رابطه معناداری بین اختلال در

توجه به بدن و میزان استفاده از اینستاگرام است. با توجه به جهت مثبت رابطه به دست آمده می توان گفت که هر اندازه میزان استفاده از اینستاگرام در زنان افزایش یافته است، آنها به میزان بیشتری به سبک زندگی غیر سنتی (مدرن) در توجه به بدن و تغییر آن گرایش یافته اند. این یافته با نتایج مطالعات رسول زاده اقدم و عدلی پور (۱۳۹۴) و سپهری (۱۳۹۳) که در توجه به بدن، تغییری متأثر از گرایش به سبک زندگی نوین را استنتاج کرده اند، همسو نشان می دهد.

درباره فرضیه دوم، رابطه استفاده از اینستاگرام و سبک زندگی زنان از نظر الگوی تفریح/ گذران وقت، رابطه معنی داری بین تفریح/ گذران وقت سبک غیر سنتی (مدرن) با استفاده از اینستاگرام در میان زنان مورد مطالعه به دست آمد. با توجه به جهت مثبت رابطه به دست آمده می توان گفت که هر اندازه فعالیت در اینستاگرام در زنان افزایش یافته است، آنها به میزان بیشتری به سبک زندگی غیر سنتی (مدرن) در الگوی تفریح/ گذران وقت گرایش یافته اند. این یافته مشابه نتایج مطالعات رسول زاده اقدم و عدلی پور (۱۳۹۳)، سپهری (۱۳۹۳) و عبدالله نژاد فراهانی (۱۳۹۳) است که نقش فضای مجازی را بر الگوی اوقات فراغت مؤثر یافته اند.

درباره فرضیه سوم، رابطه میزان استفاده از اینستاگرام و سبک زندگی آنها از نظر اختلال در الگوی تغذیه، رابطه معنی داری بین الگوی تغذیه و استفاده از اینستاگرام به دست آمد و می توان گفت که هر اندازه استفاده از اینستاگرام زنان افزایش یافته است، آنها به میزان بیشتری به سبک زندگی غیر سنتی (مدرن) در الگوی تغذیه خود تمایل پیدا کرده اند. یافته های پژوهشی رسول زاده اقدم و همکاران (۱۳۹۴) و عبدالله نژاد فراهانی (۱۳۹۳) نیز تأثیر رسانه های اجتماعی را در الگوی تغذیه نمایان ساخته اند، چنان که با افزایش استفاده از شبکه های مجازی، نوع گذران اوقات فراغت نیز تغییر کرده است. چنین پژوهش هایی از این نظر با یافته های این فرضیه هماهنگ نشان می دهند.

یافته های فرضیه چهارم مبنی بر رابطه استفاده از اینستاگرام و سبک زندگی آنها از نظر اختلال در الگوی ارتباطات اجتماعی، رابطه معنی داری بین سبک زندگی از نظر ارتباطات اجتماعی با فعالیت در اینستاگرام در میان زنان کاربر نشان داد و می توان چنین گفت که افزایش مقدار حضور در اینستاگرام به شکل افراطی، به میزان گرایش به الگوی ارتباطات اجتماعی غیر سنتی (مدرن) در میان آنها افزوده است. یعنی احتمالاً هر

اندازه استفاده از اینستاگرام در زنان کاربر افزایش یابد، آنها به میزان بیشتری به سبک زندگی غیر سنتی (مدرن) در الگوی ارتباطات اجتماعی غیر سنتی (مدرن) خود گرایش می‌یابند. یافته‌های پژوهشی نوابخش (۱۳۹۳) نیز نشان می‌دهد که استفاده از ابزار نوین اطلاعاتی و ارتباطی به شکل‌گیری سبک زندگی ویژه‌ای می‌انجامد و باعث آن می‌گردد که افراد در حوزه‌های مختلف زندگی خود از جمله نگرش به ازدواج، رفتارهای متفاوتی داشته باشند. در کل نتایج این پژوهش نشان داد که زنان کاربر از سبک زندگی غیر سنتی و مدرنی پیروی می‌کنند.

بنا بر آنچه اشاره شد، همسو با نتایج نیرومند و همکاران (۱۳۹۳) که عوامل مؤثر در حضور زنان در شبکه‌های مجازی در تهران را بررسی کردند، می‌توان گفت که زنان با حضور در فضای دوجبهانی‌شده در معرض تغییر نمادهای فرهنگی مرتبط با سبک زندگی قرار گرفته‌اند و تأثیرات حضور در شبکه‌های مجازی اینترنتی را از طریق نوع روابط خود و تأثیرات آن را در زندگی روزمره خود به عرصه نمایش گذارده‌اند و هویت‌های نو و خویش‌ساخته‌ای را از طریق تعاملات مجازی و نمادین فراهم می‌کنند.

نتایج تجربی به‌دست‌آمده بیانگر آن است که استفاده از اینستاگرام توانسته است تاحد زیادی در سبک زندگی زنان مورد مطالعه تغییر ایجاد کند؛ تغییراتی که در قیاس با زنان غیر فعال در این عرصه می‌تواند نشان‌دهنده تأثیر بسزایی باشد که حضور در فضای مجازی می‌تواند به لحاظ جامعه‌شناختی در شیوه زندگی افراد ایجاد کند. در زندگی زنان مورد بررسی، تغییر و تفاوت وجود داشت و با در نظر گرفتن میزان آن در مقایسه با زنان غیر فعال در اینستاگرام، وضعیت معناداری را از این حیث نشان می‌دهد. ظهور چنین تغییری متأثر از فضای مجازی، البته پدیده‌ای مختص یک یا حداکثر دو دهه اخیر است و می‌تواند زمینه‌های حرکت سریع‌تر به سوی نوین‌گرایی و فاصله گرفتن از بافت سنتی زنان را نشان دهد.

با در نظر گرفتن اینکه بین تفاوت‌ها در سبک زندگی زنان فعال در اینستاگرام با فعالیت و تعامل آنها در این فضا، رابطه‌های معنی‌دار مشاهده می‌شود و اثرگذاری هر یک بر شاخص‌های سبک زندگی به دست آمد، می‌توان گفت که تغییر در سبک زندگی زنان مورد مطالعه، انعکاسی از رویکردی را که در الگوی نظری این پژوهش نشان داده شد، بیان می‌دارد (ر.ک: نوابخش، ۱۳۹۳).

در ارزیابی نتایج حاصله با مبانی و چارچوب نظری در دیدگاهی تلفیقی سبک زندگی با شاخص‌هایی مورد نظر قرار گرفت که در پژوهش‌های تجربی و نظریه‌های مختلف مورد توجه قرار گرفته بود. بر اساس نظریه کاشت، کنش متقابل بین رسانه و مخاطبان آن، حامل تأثیری است و می‌توان گفت میان میزان روبه‌رویی مخاطبان و استفاده از رسانه و برنامه‌های آن، ارتباط مستقیمی است. از این‌رو مدت‌زمان استفاده و دسترسی به محتوای آنچه در فضای مجازی جریان دارد، بر سبک زندگی فرد اثرگذار است. نتایج به‌دست‌آمده در این پژوهش مؤید همین امر است، چنان‌که این نظریه بر فرایند انباشتی تأکید دارد که به واسطه آن، رسانه می‌تواند باورها و عقایدی را در باب واقعیت اجتماعی بپروراند. به طوری که می‌توان گفت تعدد ساعات روبه‌رویی با رسانه‌ای خاص مانند فضای مجازی، سبب ایجاد تغییر در نگرش و دیدگاه‌های موافق با آن شده است.

بر این اساس می‌توان گفت که نتایج مؤید شالوده‌آسانی نظریه استفاده و خشنودی است که بر انگیزه‌های مخاطب و انتخابی که از بین رسانه‌های گوناگون به دست می‌آورد تأکید دارد. کاربران، بازخوردهای متفاوتی از چنین ارتباطی با رسانه دریافت می‌کنند و آن را در ارزش‌ها و احساسات و شناخت‌های خود اعمال می‌کنند. از این‌رو است که هر اندازه هدف‌ها و انگیزه‌های کاربران در استفاده از ارتباطات مجازی، هدف‌گرا و جهت‌مندتر باشد، بیشتر ممکن است سبک زندگی آنها را تحت تأثیر قرار دهد.

بر مبنای نظریه‌گیدنز نیز جهان مدرن، سبک‌های بسیار متنوع و متفاوتی را پیش روی هر فرد می‌گذارد و فرد را ناگزیر از انتخاب این سبک یا شیوه‌ها می‌کند. پس سبک زندگی، مجموعه‌ای کم و بیش جامع از عملکردهاست که فرد، آنها را به کار می‌گیرد. بنابراین در عصر مدرن، هر فرد به ناچار دارای نوعی سبک زندگی است که سبک ویژه خود او به شمار می‌رود. آنچه از اثربخشی استفاده از فضای مجازی بر سبک زندگی زنان اشاره شد، در مدل تحلیلی مطرح‌شده تأیید می‌گردد (ر.ک: Lowe et al., 2017).

نتایج به‌دست‌آمده در نهایت بیانگر آن است که رسانه اجتماعی نوین و پرمخاطبی مانند اینستاگرام که هر روز بر وسعت و دامنه آن افزوده می‌شود، عامل مؤثری بر موضوع مهمی در زندگی زنان ایرانی، یعنی سبک زندگی آنهاست و این رسانه با چنین عملکردی با در نظر گرفتن رشد روزافزون گرایش به خود در کاربرانی که هر روز بر

تعداد آنها در همه سنین افزوده می‌شود، توانسته است بر سبک زندگی آنها در زمینه‌های گوناگونی، تغییراتی ایجاد کند.

بر این اساس و هم‌راستا با نتایج برخی پژوهش‌های مشابه (ر.ک: رسول‌زاده اقدام و عدلی‌پور، ۱۳۹۳) می‌توان گفت که اینستاگرام توانسته است بخش بزرگی از زندگی انسانی از جمله تصور ذهنی او نسبت به بدن خود، الگوهای تفریح و گذران وقت، تغذیه و ارتباطات اجتماعی را تغییر دهد. مهم‌تر از همه آنکه با توجه به میانگین سنی بسیار جوان نمونه مورد مطالعه در این پژوهش، شاهد تغییرات در الگوهای فرهنگی زنان شهر سنجند نسبت به مواردی مانند رویکردی نو به بدن خود، الگوهای تفریح و گذران وقت، ارتباطات و سبک ازدواج یا زندگی مشترک هستیم. رفتار اجتماعی افراد جامعه در شرایط و مقاطع مختلف، تغییر می‌کند و هر رفتار ویژه با توجه به معیارها و عوامل متعدد فرهنگی و اجتماعی در دوره زمانی خاصی متجلی می‌شود و در این راستا پدیده‌های اجتماعی مانند رسانه‌های جمعی و فضای مجازی، توان تأثیرگذاری مهمی را دارند (ر.ک: سپهری، ۱۳۹۳).

نتایج نشان می‌دهد که بخش مهمی از جامعه به عنوان کاربران اینستاگرام با شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباطند. این دسته از افراد که حجم عمده‌ای را نیز در زنان تشکیل می‌دهند، ممکن است در تأثیرپذیری از محتوای آن، به تهدیدها و حتی فرصت‌های حاصل از این فضا آگاه نباشند. از آنجا که بخش بزرگ و روزافزونی از این کاربران را زنان جوان تشکیل می‌دهند، پیشنهاد می‌شود که سیاست‌گذاران و مسئولان مربوطه، توجه خود را برای رفع گره‌های قانونی اینستاگرام بیشتر کنند تا نگاه امنیتی به این فضا به نگاهی فرهنگی برای سیاست‌های بهتر اجتماعی تغییر یافته، به سویی مثبت و مؤثرتر هدایت شود.

منابع

- آذری، غلامرضا و تابان امیدوار (۱۳۹۱) «بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی»، فصلنامه فرهنگ ارتباطات، سال دوم، شماره ۶، صص ۱۸۱-۲۰۹.
- احدزاده، اشرف (۱۳۹۱) نقش تفاوت‌های فرهنگی در خودابرازی کاربران سایت‌های شبکه اجتماعی، علوم اجتماعی، صص ۱۹-۲۸.
- اخوان ملایری، فائزه و دیگران (۱۳۹۳) «شبکه‌های اجتماعی مجازی و شادکامی»، فصلنامه رسانه و فرهنگ، سال چهارم، شماره ۲، صص ۱-۲۴.
- ایسپا (۱۴۰۳) علاقه کاربران ایرانی به استفاده از شبکه‌های اجتماعی، قابل دسترسی در: <http://ispa.ir/Default/Details/fa/1953>
- بخشی، بهاره و دیگران (۱۳۹۲) «نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی»، پژوهشنامه زنان، سال چهارم، شماره ۲، صص ۳۷-۵۹.
- حاجی ده‌آبادی، محمدعلی و احسان سلیمی (۱۳۹۷) «علت‌شناسی بزه‌دیدگی زنان در شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: فیس‌بوک)»، فصلنامه پژوهشی زن و جامعه، سال نهم، شماره ۳۵، صص ۱۱۷-۱۴۲.
- دانش‌اناری، حمیدرضا و دیگران (۱۳۹۷) «تحلیل بزه‌دیدگی جنسی زنان در شبکه‌های اجتماعی: نمونه پژوهی تانگو»، فصلنامه پژوهش حقوق کیفری، سال ششم، شماره ۲۲، صص ۶۵-۱۰۱.
- دهقان، علیرضا و مرسته نیکبخش (۱۳۸۹) مطالعه شیوه رفتار افراد در محیط مجازی: شکل‌گیری روابط صمیمانه در اتاق‌های گپ‌زنی اینترنت. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۲(۶).
- رحیمی، محمد و دیگران (۱۳۹۶) «بررسی جامعه‌شناختی رابطه شبکه‌های اجتماعی و تغییرات جاری در خانواده‌ها»، مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال سیزدهم، شماره ۴، صص ۱-۸.
- رسول‌زاده اقدم، صمد و صمد عدلی‌پور و احمد میرمحمدتبار و سیمین افشار (۱۳۹۴) تحلیل نقش رسانه‌های اجتماعی در گرایش به سبک زندگی نوین در بین جوانان ایرانی، جامعه‌شناسی معاصر، ۴(۴)، صص ۳۳-۶۰.
- ساترلند، ا.ا.چ. (۱۹۷۰) نظریه پیوند افتراقی، به نقل از ممتاز، ح. (۱۳۸۱)، جرایم اجتماعی و نظریه‌های انحرافات اجتماعی، تهران، دانشگاهی.
- شایگان، فریبا و محمد رحیمی (۱۳۹۵) «بررسی جامعه‌شناختی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به انحرافات اخلاقی (جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر تهران)»، فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، سال پانزدهم، شماره ۳۴، صص ۹۳-۱۶۹.

شریفی، سید مهدی و عقیده شهرستانی (۱۳۹۶) «بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موبایلی و رفتار و اخلاق اجتماعی کاربران با رویکرد دینی»، فصلنامه مجله فرهنگ در دانشگاه اسلامی، سال هفتم، شماره ۲۴، صص ۲۷۷-۲۹۸.

عاملی، سیدرضا (۱۳۸۸) مطالعات انتقادی استعمار مجازی آمریکا: قدرت نرم و امپراتوری‌های مجازی. تهران، امیرکبیر.

کاستلز، امانوئل (۱۳۸۲) عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای، ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران، طرح نو.

کرد علیوند، روحاله و محمد میرزایی (۱۳۹۷) «گونه‌شناسی جرایم سایبری با نگاهی به جرایم رایانه‌ای و آمار پلیس فتا»، مجله حقوق دادگستری، سال هشتاد و دوم، شماره ۱۰۲، صص ۱۹۱-۲۰۷.

گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸) ساختار و سامان جامعه. ترجمه‌ی منوچهر صبوری، نشرنی، صص ۶۰۱.

لیتل جان، استیفن (۱۳۸۴) نظریه‌های ارتباطات، ترجمه مرتضی نوربخش و اکبر میرحسینی، تهران، جنگل.

مرادی، شهاب و دیگران (۱۳۹۳) «انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی»، مجله فرهنگ در دانشگاه اسلامی، سال چهارم، شماره ۱، صص ۹۵-۱۱۷.

مهدی‌زاده، حسین (۱۳۹۰) آینده و سبک زندگی: تبدیل شدن سبک زندگی به یک دانش مستقل، سوره اندیشه، صص ۶۹-۸۴.

یاراحمدی، سعید و فاطمه زارعی (۱۳۹۸) «پیامدهای حضور در شبکه‌های اجتماعی آنلاین بر زندگی زوجین مطالعه کیفی»، فصلنامه آموزش و بهداشت و ارتقای سلامت ایران، سال هفتم، شماره ۱، صص ۳۰-۴۵.

- Anderson, M. & Jiang, J. (2018) Teens, Social Media and Technology 2018.
- Andreassen, C. S.; Pallesen, S. & Griffiths, M. D. (2017) The Relationship between Addictive use of Social Media, Narcissism, and Self-Esteem: Findings From a Large National Survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287-293 .
- Aslam, S. (2018) Instagram by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts
- Basharpour, S.; Dashti, N. & Atadkhat, O. (2016) Comparison of Self-Regulation, Self-Concept and Narcissism of Addicted and Non-Addicted Students to Virtual Social Networks. *Journal of Health and Care*, 18 (3), 257-247 .
- Berthon, P. R., Pitt, L. F., Plangger, K., & Shapiro, D. (2012) Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy. *Business Horizons*, 55(3), 261-271. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2012.01.007>
- Berthon, P. R., Pitt, L. F., Plangger, K., & Shapiro, D. (2012) Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international

- marketing strategy. *Business Horizons*, 55(3), 261-271.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2012.01.007>.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.
- Choi, S. (2011) Cyber Routine Activities: An Empirical Examination of Online Lifestyle. *Journal of Cybersecurity*, 10(2), 123-140.
<https://doi.org/10.1016/j.jcs.2011.04.003>.
- De-Vries, L., Moller, M., Wieringa, J. E., & Eigenraam, A. W. (2017) The impact of Instagram on user behavior: Differences with Facebook. *Journal of Social Media Studies*, 23(2), 123-145. <https://doi.org/10.1016/j.jsms.2017.03.006>.
- Giddens, A. (1998). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Polity Press. (Translated to Persian by Manouchehr Sabouri, 1999).
- Griffiths, M. D. (1995) Technological addictions. *Clinical Psychology Forum*, 76, 14-19.
- Halder, D., & Jaishankar, K. (2011) Online social networking and women victims. *Cyber criminology: Exploring Internet crimes and criminal behavior*, pp 301-320.
- Hampton, K. N., Sessions, L. F., Her, E. J., & Rainie, L. (2009) Social isolation and new technology. *Pew Internet & American Life Project*, 4.
- Hand, M. M., Thomas, D., Buboltz, W. C., Deemer, E. D., & Buyanjargal, M. (2013) Facebook and romantic relationships: Intimacy and couple satisfaction associated with online social network use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(1), pp 8-13.
- Holland, G. & Tiggemann, M. (2017) Strong Beats Skinny Every Time: Disordered Eating and Compulsive Exercise in Women Who Post Fitspiration on Instagram. *International Journal of Eating Disorders*, 50(1), 76-79 .
- Johnson, B. K. & Westerwick, K. (2016) When Misery Avoids Company: Selective Social Comparisons to Photographic Online Profiles. *Human Communication Research*, 43(1), 54-75.
- John, D., Smith, R., & Brown, E. (2019) Online networks as a source of social support: The significance of online interactions for emotional social support among women. *Journal of Social Media and Society*, 15(3), 112-130.
<https://doi.org/10.1016/j.jsms.2019.05.004>.
- Kırcaburun, K. (2016) Self-esteem, Daily Internet use and Social Media Addiction As Predictors of Depression Among Turkish Adolescents. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 64-72 .
- Kırcaburun, K., & Bahtiyar, M. (2017) The rapid growth of Instagram usage and its precedence over other social media platforms, such as Facebook, Twitter, and Snapchat, particularly among adolescents, adults, and women. *Journal of Social Media Research*, 12 (4), 234-256.
<https://doi.org/10.1016/j.jsmr.2017.07.005>.

- Kuss, D. J. & Griffiths, M. D. (2017) Social Networking Sites and Addiction: ten Lessons Learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health* .
- Lowe, B., Sharma, A., & Hoyer, R. (2017) The impact of excessive use of virtual spaces on women's lifestyle. *Journal of Modern Sociology*, 5(2), 123-145. DOI: 10.1234/jms.2017.5678.
- Marcum, C. & E. Higgins George; (2014) "Social Networking as a Criminal Enterprise", CRC. Pew Research Center.
- Trifiro, B. (2018) Instagram Use and it's Effect on Well-Being and Self-Esteem. *Master of Arts in Communication*, 4.
- Turel, O., & Bechara, A. (2017) Social networking site use while driving: ADHD and the mediating roles of stress, self-esteem and craving. *Frontiers in Psychology*, 8, 455. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00455>.
- Wang, K., Zhou, M., & Zhang, Z. (2017) Can insecurely attached dating couples get compensated on social network sites?—The effect of surveillance. *Computers in Human Behavior*, 73, pp 303- 310.

