

Networked Health: Exploring the Instagramification of Health

Yousef Khojir  Associate Professor, Department of Communication,
Soore International University, Tehran, Iran

Abstract

This research seeks to identify the functions and challenges of Instagram usage in the healthcare sector, as viewed by academic elites and experts. The research approach is qualitative in nature, and thematic analysis is used to process the data collected through semi-structured interviews. King's coding (1998) is applied for data analysis. For this study, academic elites in the fields of health communication and information technology were chosen as participants. The criteria for selecting academic elites involved a minimum of a 10-year teaching or research experience in the areas of new media and health communication. Health specialists such as doctors or healthcare professionals using Instagram professionally in their specialized activities were also included in the study. The research employed a purposive sampling method and conducted 20 interviews. The findings demonstrated that the applications of Instagram in promoting users' health encompass increasing individuals' health literacy, providing information about diseases and medication side effects and advantages, accessing medical and health-related content, and facilitating online consultations and communication between doctors and patients. The negative effects of Instagram usage in the healthcare sector encompass issues such as addiction to Instagram, the spread of misinformation and fake news, promotion of self-medication which discourages doctor consultations, resistance to medical advice, potential for increased mental health

– Corresponding Author: khojir@soore.ac.ir

How to Cite: Khojir, Y. (2025). Networked Health: Exploring the Instagramification of Health, *Journal of New Media Studies*, 10(40), 127-158. DOI: 10.22054/nms.2025.82066.1758

issues, and excessive reliance on health and medical content, which may not necessarily be accurate. Participants expressed belief that monitoring and creating reliable pages in the field of medicine and health, furnishing reliable information and content on health matters, guiding individuals, building trust, and ensuring efficient access to Instagram can potentially contribute to establishing Instagram as a reliable reference in the healthcare sector.

Extended Abstract:

With the growing popularity of Instagram and its increasing presence in people's daily lives, users of the platform are increasingly recognizing its potential for enhancing their health and well-being. This study aims to identify and evaluate how Instagram impacts the health of Iranian users.

Materials and Methods:

This research adopts a qualitative approach and utilizes Theme analysis. Semi-structured interviews were employed to gather information, with King (1998) coding applied for data processing. The selected participants for this study are academic elites in the field of health communication and health professionals.

Discussion and Results:

The findings indicate that Instagram can be used to improve the health of its users. It can increase individuals' knowledge and awareness in the field of health, provide information about diseases and the side effects and benefits of medications, and provide access to medical and health-related materials. Instagram can also facilitate online communication and consultation between doctors and patients, contributing to improved health and well-being. The negative aspects of utilizing Instagram in the healthcare sector are also acknowledged. Addiction and excessive dependence on health content can occur, potentially leading to addiction and unhealthy behavior. False information and unreliable information can create confusion and ambiguity in decision-making regarding health. Self-medication and neglecting medical visits can occur when individuals over-rely on health content online. Resistance to medical advice, mental and emotional problems, and ambiguity in health decisions may arise as a

result of unfounded trust in health-related content.

Participants emphasize the importance of managing and creating reliable pages in the field of medicine and health. Reliable health information and content, with expert guidance and accurate information, contribute to creating reliable sources within Instagram. Establishing trust and facilitating quick access to Instagram can elevate the platform's status in the healthcare sector, making it a valuable reference. In the realm of network health, social networks' technical and structural capabilities highlight their ability to significantly impact the health of users and society at large. This is because Instagram's features make users increasingly drawn to it, particularly its 24/7 availability and access to the latest updates on medical and health information. Additionally, the interaction between doctors and patients adds to the platform's appeal. One of the primary motives driving users towards Instagram is their interest in health-related topics.

Instagram's role in the healthcare system enhances user management, especially in pre-surgery preparation, surgery, and recovery periods. The aesthetic appeal and unique features of Instagram, including video creation and image sharing, are particularly effective for documenting and illustrating medical concerns, making the platform appealing to health-conscious users. The benefits of Instagram for users' health are manifold. It serves as an accessible source of health information and education, delivering news and health-related content at minimal cost. Instagram's diverse functions for user health include promoting health and health education, facilitating news in the health sector, providing health treatment resources, facilitating online health consultations, fostering a culture of attention to overall wellness (mental, social, and spiritual health), encouraging adherence to health guidelines and treatment plans, mobilizing support networks, and fostering partnerships in the healthcare field.

The impact of misusing Instagram by users, particularly in regards to control of the medical conditions, carries both positive and negative consequences. While it offers free, extensive visibility and engagement opportunities for healthcare providers like doctors, doctors, clinics and hospitals, as well as promoting healthful behaviors, the dissemination of false and unsubstantiated health information poses risks. This can lead to self-medication of users and

neglecting doctor's advice, fostering addiction to Instagram, and consequently causing serious mental, physical, and social disorders and severe mental health issues. This research highlights an overlooked aspect - the emergence of Instagram as a platform where counterfeit drugs and false prescriptions are offered, effectively functioning as an online black market. The findings highlight the significance of trust in promoting Instagram as a reliable source of health information for users. Trust has emerged as a critical factor in Instagram's credibility, particularly when considering the potential risks associated with fake content and false health promotions.

Conclusions:

Trust is built by offering accurate and informative content, while minimizing political bias. Additionally, the information must be engaging to capture the user's attention. This involves monitoring popular health-related pages and their information dissemination. The goal is to prevent any negative consequences for the healthcare system caused by misleading content. Content producers in this field should possess expertise in both the realm of health and the virtual space, with a deep understanding of health journalism. Utilizing well-known figures in the healthcare industry can help attract and retain followers. Previous research in this area demonstrates a practical approach to leveraging Instagram as a tool for health promotion. The concept of Instagram referencing can be effectively utilized to enhance the health system, as stated by Khojir (1402). Proper understanding of Instagram's capabilities and limitations is crucial to maximizing its positive impact and promoting improvements in the health sector. The study findings indicate that strengthening the authority of social networks, particularly Instagram, can significantly contribute to improving the healthcare system as a whole.

Keywords: Health Communication; Networked Health; Social Network; Instagram.



سلامت شبکه‌ای شده: اینستاگرامی شدن سلامت

یوسف خجیر * | دانشیار ارتباطات، دانشگاه بین‌المللی سوره، تهران، ایران

چکیده

با توجه به رشد استفاده از اینستاگرام در حوزه سلامت، این پژوهش درصدد شناسایی کارکرد و کارکردی استفاده از اینستاگرام در نظام سلامت از دیدگاه نخبگان دانشگاهی و خبرگان است. این پژوهش از نوع کیفی و روش آن تحلیل مضمون است. برای گردآوری اطلاعات از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و برای پردازش داده‌ها از کدگذاری کینگ (۱۹۹۸) استفاده شده است. مشارکت کنندگان این پژوهش نخبگان دانشگاهی در حوزه ارتباطات سلامت و متخصصان حوزه سلامت بودند. معیار انتخاب نخبگان دانشگاهی تدریس یا پژوهش بیش از ۱۰ سال در حوزه رسانه‌های جدید و ارتباطات سلامت و در حوزه متخصصان نیز پزشکان یا متخصصان حوزه سلامت که از ظرفیت اینستاگرام در فعالیت تخصصی خود به صورت حرفه‌ای استفاده می‌کردند، بود. نمونه‌گیری به شیوه هدفمند و در مجموع با ۲۰ نفر مصاحبه شد. نتایج نشان داد، کاربردهای اینستاگرام در ارتقای سلامت کاربران، افزایش سطح دانش و آگاهی افراد در زمینه سلامتی، آگاهی دادن در مورد بیماری‌ها و عوارض و فواید داروها، دسترسی به مطالب پزشکی و سلامتی، برقراری مشاوره و ارتباط آنلاین بین پزشک و بیمار است. از کارکردهای منفی استفاده اینستاگرام در بخش سلامت اعتیاد به اینستاگرام، اخبار نادرست و جعلی، خوددرمانی و عدم مراجعه به پزشک، مقاومت در برابر توصیه‌های پزشکی، مبتلا شدن به مشکلات روحی و روانی، اعتماد بیش از حد به مطالب صفحات سلامتی و پزشکی است. همچنین مشارکت کنندگان براین باورند که با نظارت و ایجاد صفحات معتبر در حوزه پزشکی و سلامتی، ارائه اطلاعات و مطالب معتبر سلامتی، راهنمایی افراد در زمینه سلامتی، ایجاد اعتماد و دسترسی سریع به اینستاگرام می‌توان به مرجع‌سازی اینستاگرام در حوزه سلامت کمک کرد.

کلیدواژه‌ها: سلامت، ارتباطات سلامت، سلامت شبکه‌ای شده، شبکه اجتماعی، اینستاگرام.

مقدمه

با گذشت بیش از دو دهه فعالیت شبکه‌های اجتماعی در زندگی اجتماعی افراد، شبکه‌های اجتماعی به تدریج از فضای سرگرمی به فضای خدماتی روی آورده‌اند خدماتی که به تعبیر بری ولمن (۲۰۱۲) به بهبود زندگی افراد کمک می‌کند. یکی از این خدمات، کمک به ارتقای سلامت افراد به‌ویژه کاربران این شبکه‌ها هستند. شبکه‌ها به دلیل استفاده از ابزارهای ارتباط تعاملی، اشتراک‌گذاری مطالب، ایجاد فضای گفتگو و به‌روز بودن، فضای مناسبی برای تولید محتوا در حوزه سلامت هستند (ایگر^۱ و همکاران، ۲۰۲۰: ۱۱). مطالعات متعددی نشان از این دارد که شبکه‌های اجتماعی در حوزه سلامت دارای دو بخش کارکرد مثبت و منفی است. کویدل^۲ (۲۰۱۸) معتقد است که شبکه‌های اجتماعی با انتشار اطلاعات سلامت باعث ارتقای سلامت کاربران می‌شود، هئور و بریتر^۳ (۲۰۱۸) بیان می‌دارند در بستر شبکه‌های تعاملی مشاوره‌های سلامتی آنلاین رونق فراوانی گرفته است، پورنقادی و هاشمی (۱۳۹۸) به این یافته دست یافتند که در دوره کرونا شبکه‌های اجتماعی در کنترل اپیدمی کرونا نقش اساسی در آگاهی‌بخشی بهداشتی - سلامتی شهروندان داشتند. از طرفی دیگر هازل، چون و سئونگان^۴ (۲۰۲۱) معتقدند با توجه به عدم کنترل اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی، اطلاعات نادرست بهداشتی و سلامتی در این فضا موج می‌زند. نادرینا، فنودی و مسگر (۱۳۹۸) معتقدند که با حضور پررنگ شبکه‌های اجتماعی رواج بازار سیاه سلامت رو به فزونی گذاشت. خجیر (۱۴۰۲) بر این باور است که شبکه‌ها علاوه بر فضای مناسب کسب آگاهی از بهداشت و سلامت باعث ترویج خوددرمانی و ارائه اطلاعات نادرست می‌شود.

همان‌طور که مطالعات نشان داد شبکه‌های اجتماعی می‌تواند توأمان فرصت و تهدیدی برای سلامت جامعه باشد؛ که در استفاده از آن باید شناخت درست داشت. یکی از این شبکه‌ها که در سال‌های اخیر ضریب نفوذ بالایی در بین کاربران جهان و ایران پیدا

1. Eger

2. Koidl

3. Heuer, Breiter

4. Hazel, Chun, Seungahn

کرده است اینستاگرام است. بر اساس گزارش دیجیتالی ایران ۲۰۲۳ سازمان فناوری اطلاعات ایران تعداد کاربران فعال در رسانه‌های اجتماعی ایران ۴۸ میلیون کاربر معادل ۵۴ درصد کل جمعیت کشور که بیشترین سهم آن با اینستاگرام است. (سازمان فناوری اطلاعات، ۱۴۰۳) این گزارش بیانگر این است که ۲۶/۶ درصد ترافیک اینترنتی متعلق با اینستاگرام است که در رتبه نخست استفاده کاربران ایرانی قرار دارد. اینستاگرام در جهان و ایران برای کاربران کارکردهای مختلف پیدا کرده است که یکی از آن‌ها ارائه اطلاعات در حوزه سلامت و بهداشت است. امروزه خیلی از مراکز سلامت و پزشکان از اینستاگرام برای ارائه اطلاعات حوزه پزشکی و سلامت استفاده می‌کنند و کاربران زیادی نیز اطلاعات مربوط به سلامت، تغذیه، بهداشت جسم و روان خود را از اینستاگرام دریافت می‌کنند. (هازل، چون و سئونگان، ۲۰۲۱: ۲۳) سازمان بهداشت جهانی در مطالعه‌ای به این نتیجه دست یافته است که اینستاگرام محملی برای انتقال اطلاعات سلامت و بهداشت و بازاریابی سلامت است. با توجه به رشد استفاده از اینستاگرام در نظام سلامت و بهداشت جامعه کشورمان، شناخت دقیق نقش (مثبت و منفی) و جایگاه آن در نظام سلامت حائز اهمیت است. این پژوهش کمک می‌کند تا ضمن شناخت دقیق از این ظرفیت‌ها به ارتقای جایگاه این رسانه در نظام سلامت پرداخت. با این تأکید این پژوهش درصدد این است که کارکردهای مثبت و منفی اینستاگرام در ارتقای نظام سلامت از دیدگاه نخبگان و خبرگان کدام‌اند؟ دلایل استفاده کاربران از اینستاگرام در حوزه سلامت و بهداشت چیست؟ چگونه اینستاگرام می‌تواند مرجعی مطمئن و قابل اعتماد برای ارتقای سلامت جامعه شود؟

پیشینه پژوهش

مطالعات پژوهش‌های پیشین نشان از این دارد که سه نگاه در خصوص استفاده از اینستاگرام در ارتقای سلامت کاربران وجود دارد. نگاه اول یک نگاه خوش‌بینانه است که معتقد است استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بدون قید و شرط باعث ارتقای کیفیت سلامت و ابعاد گوناگون آن می‌شود. ژانگ^۱ و همکاران (۲۰۲۲) معتقدند در دو دهه اخیر

1. Zhang

مشارکت آنلاین در برنامه‌های سلامت محور شبکه‌های اجتماعی و سکوها مجازی (اپلیکیشن) تأثیر شگرفی در بهبود سلامت اجتماعی و روانی کاربران داشته است و ادامه روند استفاده از برنامه‌های در شبکه‌ها به ویژه اینستاگرام می‌تواند باعث ارتقای نظام سلامت کشورهای شود که ضریب نفوذ شبکه‌های مبتنی بر سلامت در آن‌ها زیاد است. سیناپولس و هو^۱ (۲۰۱۹) در مطالعه «تبادل اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی جهت ارتقای سلامت کاربران در ایالات متحده آمریکا» به این نتیجه دست یافتند که انتشار اطلاعات سلامت-محور در شبکه‌های اجتماعی باعث ترویج کاربران به رعایت مسئله سلامت و بهداشت می‌شود این امر حتی در بین اینفلوئنسرهای حوزه بهداشت تأثیر بیشتری دارد. قنبری و همکاران (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای بر این باورند که در گیرسازی پیام‌های سلامت در بین کاربران اینستاگرام در شهر تهران به دلیل توجه کاربران به مدیریت بدنشان بالاست و اینستاگرام در ارتقای سلامت جسمی، تغذیه و ورزش کاربران نقش مستقیم و قوی داشته است. از سوی دیگر نگاه منفی و بدبینانه‌ای به نقش شبکه‌های اجتماعی و اینستاگرام به سلامت وجود دارد. هازل، چون و سئونگان^۲ (۲۰۲۱) معتقدند با توجه به عدم کنترل اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی، اطلاعات نادرست بهداشتی و سلامتی در این فضا موج می‌زند. همچنین حضور طولانی کاربران در شبکه‌های اجتماعی برای کسب اطلاعات درست و نادرست بهداشتی خود آسیب جدی بر سلامت روان و جسم کاربران می‌گذارد. وگمان و برند^۳ (۲۰۱۹) در پژوهش «شبکه‌های اجتماعی مشکل ساز» بر این باورند که شبکه‌های اجتماعی با ترویج اطلاعات نادرست و غلط در حوزه سلامت، رواج بازار سیاه کاسبان سلامت در شبکه‌ها، ترویج خوددرمانی باعث تخریب سلامت کاربران می‌شود. نوروزی کینچاه (۱۳۹۸) و نادرنیا و همکاران (۱۳۹۸) در دو مطالعه جدا به این نتیجه دست یافتند که حضور و استفاده زیاد در اینستاگرام باعث تخریب سلامت روان و اجتماعی کاربران می‌شود. مطالعات سوم با رویکرد عمل گرایانه و فرصت و تهدید توأمان بر این باور هستند که شبکه‌های اجتماعی دارای کارکرد مثبت و منفی برای سلامت کاربران

1. Sinapuelas and Ho

2. Hazel, Chun, Seungahn

3. Wegmann and Brand

هستند که کاربر در تجربه زیسته و سواد رسانه‌ای خود از اثرات منفی آن می‌کاهد و بر اثرات مثبت آن می‌افزاید. کوتنکو^۱ و همکاران (۲۰۲۱) بر این باورند که با توجه به کارکرد دوگانه اینستاگرام در سلامت کاربران، داشتن سواد رسانه‌ای برای استفاده بهینه از این شبکه اجتماعی در سلامت کاربران حائز اهمیت است. خانیکی و احمدی (۱۴۰۳) در پژوهشی به این نتیجه دست یافتند که شبکه‌های اجتماعی در دوران بحران کرونا نقش مثبتی در آگاهی‌سازی شهروندان داشتند اگرچه در همان زمان اخبار جعلی نیز توسط همین شبکه‌ها رواج یافته است (خانیکی و احمدی، ۱۴۰۳: ۶۲). خجیر (۱۴۰۲) بر این باور است که اینستاگرام علیرغم اینکه باعث ارتقای سواد سلامت و بهبود ارتباطات سلامت بین کاربران علاقه‌مند به این حوزه می‌شود اما باعث تخریب سلامت روان و جسم آن‌ها در استفاده بیش‌ازحد آن‌ها از اینستاگرام می‌شود. همچنین کسب اطلاعات سلامت‌محور در برخی موارد باعث خوددرمانی کاربران می‌شود. یافته‌های زمانی (۱۳۹۸) نشان می‌دهد که استفاده از اینستاگرام برای یادگیری و انتقال دانش و اطلاعات سلامت اجتماعی کاربران مفید است اما حضور بیش‌ازاندازه آن‌ها باعث اعتیاد مجازی می‌شود و سلامت روانی آن‌ها را تخریب می‌کند. شبیه همین یافته در پژوهش سهیلی و ملکیان (۱۳۹۹) نیز مشاهده شده است. درمجموع مطالعات پیشین نشان می‌دهند که اینستاگرام دارای کاربرد دوگانه مثبت و منفی برای ارتقای سلامت کاربران است و در استفاده صحیح از این شبکه برای ارتقای سلامت کاربران و متعاقب آن جامعه باید حتماً به بحث سواد رسانه توجه ویژه شود. اینستاگرام در عین اینکه می‌تواند با انتشار اطلاعات در حوزه سلامت و بهداشت، ایجاد گفتگوی سلامت‌محور در شبکه‌ها و ساخت اتاق‌های تخصصی سلامت‌محور باعث افزایش سلامت کاربران شود می‌تواند باعث تنش روحی و روانی، تخریب سلامت اجتماعی، اعتیاد مجازی و خوددرمانی مفرط آنان شود.

ادبیات نظری

جامعه شبکه‌ای شده

در خصوص استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در جامعه رویکردهای نظری گوناگونی وجود دارد. یکی از این رویکردها متعلق به بری ولمن کانادایی با عنوان شبکه‌ای شده^۱ است. بری ولمن نگاه عمل‌گرایی (پراگماتیسمی) به جایگاه شبکه‌های اجتماعی در جامعه دارد. در نگاه وی به دلیل هم‌زمانی سه انقلاب اینترنت، رسانه‌های اجتماعی و تلفن همراه هوشمند، فردگرایی شبکه‌ای در جهان حاکم شده است. در این نگاه فرد این توان را دارد که از ظرفیت‌های شبکه‌ها برای تقویت پیوند ضعیف بین دیگران، گروه، سازمان و جامعه ایجاد کند. در نگاه عمل‌گرایی ولمن شبکه دارای فرصت و تهدید به صورت توأمان است. فرد طی تجربه زیسته خود از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده و از چالش‌های وی دوری می‌کند. در جامعه شبکه‌ای ولمن استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر مستقیم و مثبت بر تصمیم‌گیری‌های مردم در موضوعات روزمره دارد. رویکرد فردگرایی به حدی است که جامعه شبکه‌ای دستخوش تغییری پارادایمی از روابط گروه‌محور به فردگرایی شبکه‌ای شده است. جامعه دیگر مجموعه‌ای از محلات نیست، بلکه مجموعه‌ای از شبکه‌های اجتماعی فیزیکی و مجازی است. در مجموع نگاه بری ولمن به حضور در جامعه شبکه‌ای را می‌توان چنین دانست که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث گسترش شکل‌گیری پیوندهای ضعیف در جامعه شبکه‌ای می‌شود و در ابتدا این امر باعث کم رونق شدن پیوندهای قوی و انزوای کوتاه‌مدت کاربر می‌شود؛ اما به تدریج و با افزایش حضور بیشتر در شبکه‌های مجازی و سواد اطلاعاتی، سرمایه اجتماعی فرد افزایش می‌یابد که این افزایش سرمایه باعث تقویت ارتباطات و تعاملات در دنیای واقعی می‌شود. در جامعه شبکه‌ای اهمیت پیوندهای ضعیف در تعمیق اعتماد و همبستگی اجتماعی، حتی از پیوندهای قوی هم بیشتر است. اجتماع سنتی در اجتماع مجازی امتداد می‌یابد و این نتیجه فناوری جدید است. فناوری اطلاعات باعث شده اجتماع فیزیکی به

شکلی جدید بازسازی شود (خجیر و امیرحسینی، ۱۴۰۲: ۱۷۰).

سلامت و سلامت شبکه‌ای شده

سازمان بهداشت جهانی در منشور اتاوا براین باور هست که سلامت^۱ یکی از مهم‌ترین سرمایه‌ی زندگی انسان‌هاست که بر سرمایه‌های اجتماعی و فردی تأثیر مستقیم دارد (استرلینگ و همکاران^۲، ۲۰۲۰: ۱۳۱). سلامت فراتر از نقص عضو و بیماری است به‌نحوی که هالبرت آل. دان^۳ اندیشمند آمریکایی حوزه سلامت معتقد است سلامت نه‌فقط نداشتن بیماری و نقص عضو بلکه برخورداری از آسایش کامل جسمی، روانی و اجتماعی است. هنگامی که بتوانیم جنبه‌های محیطی، معنوی، حرفه‌ای، اجتماعی، هیجانی، هوشی و جسمی زندگی را به تعادل برسانیم، به سلامتی کامل حقیقی رسیده‌ایم (اشمیت و ویکس^۴، ۲۰۱۲: ۴۳۸).

ارتباطات سلامت^۵ حوزه نوینی است که وظیفه آن استفاده از ظرفیت‌های ارتباطی و رسانه‌ای در ارتقای سلامت جامعه است. به‌نحوی که می‌توان آن را هنر آگاه‌سازی، تأثیرگذاری و برانگیزاندن مخاطبان نسبت به موضوعات سلامت دانست. بوکارتا در کتاب دنیای شبکه‌ای و ارتباطات سلامت بر این باور است که هدف ارتباطات سلامت پیشگیری از بیماری‌ها، ارتقا سلامت و ارتقای کیفیت زندگی افراد جامعه است. در این شیوه ارتباطات به‌ویژه فناوری‌های جدید ضمن اینکه درصدد تبدیل سلامت به اولویت اول افراد است وظیفه انتشار اطلاعات سلامت و برقراری ارتباط بین مردم و متخصصان سلامت را برعهده دارد. (بوکاتاریا^۶، ۲۰۲۰: ۱۷۰). توماس والنته در کتاب شبکه‌های اجتماعی و سلامت بر این باور است ویژگی‌های ساختاری و فنی شبکه‌های اجتماعی باعث ارتقاء جایگاه سلامت و اخبار مربوط آن بین کاربران شده است. وی معتقد است شبکه‌های

-
1. Health
 2. Sterling, Esenwein, Tucker, Fricks, Druss
 3. Halbert L. Dan
 4. Schmidt, Wykes
 5. Health communication
 6. Bucatariu

اجتماعی با ویژگی تعاملی، هم‌زمانی، جهان‌شمولی و شبکه‌سازی توانستند موضوعات سلامت و بهداشت را در عرصه جهانی برجسته کنند و یک شبکه عظیمی از علاقه‌مندان به این حوزه گرد هم بیاورند. رشد موضوعات و صفحات سلامت در شبکه‌های اجتماعی پرتعداد نشان از این است. (والنته، ۲۰۲۳: ۲۵-۲۶) با این توضیحات می‌توان این ادعا را داشت که در عصر کنونی سلامت امری شبکه‌ای شده است و سلامت شبکه‌ای شده مفهومی است با این تعبیر که شبکه‌های اجتماعی در تمامی شئون سلامت حضور دارند. به مدد شبکه‌ها سلامت هم‌گیر و هم‌جایی می‌شود و مورد توجه قرار می‌گیرد. سکوه‌ای مرتبط با سلامت راه‌اندازی می‌شوند و محتوای برای ارائه سلامت در شبکه به صورت تخصصی تولید می‌شود. کاربر برای اخذ پیام سلامتی وابسته به شبکه می‌شود و در گیرسازی صورت می‌گیرد. زیرساخت‌ها نرم‌افزارها و مغزافزارهای سلامت مبتنی بر شبکه‌های نوین، تحول می‌یابند. در این مفهوم، شبکه‌های اجتماعی مجازی در عین اینکه باعث تقویت نظام سلامت می‌شوند می‌توانند به تخریب آن نیز بپردازند. استفاده بهینه و درست از شبکه‌ها در امر سلامت نیازمند تجربه زیسته و سواد شبکه‌ای است.

روش

این پژوهش از نوع کیفی و روش آن تحلیل مضمون است. برای گردآوری اطلاعات از مصاحبه نیمه‌ساختارمند عمیق و برای پردازش داده‌ها جهت حفظ داده‌های جزئی و کلی از کدگذاری سه‌گانه کینگ (۱۹۹۸) استفاده شده است. جامعه آماری شامل نخبگان حوزه ارتباطات سلامت که شامل استادان دانشگاهی و پژوهشگران این حوزه هستند و همچنین خبرگان این حوزه که به عنوان پزشکان و متخصصان در حوزه بهداشت و سلامت فعالیت دارند. انتخاب نمونه به شیوه نمونه‌گیری هدفمند با حداکثر تنوع و معیار انتخاب در بخش نخبگان تدریس بیش از پنج سال در حوزه تخصصی ارتباطات سلامت و آشنایی کامل با سلامت شبکه‌ای شده و در بخش پژوهشگران نیز داشتن پنج عنوان کتاب یا مقاله تخصصی در این حوزه بود در بخش خبرگانی نیز معیار پزشکان و متخصصان سلامتی که بیش از پنج سال در صفحات شبکه اجتماعی به تبلیغ، ترویج و انتشار موضوعات بهداشتی، سلامتی

سلامت شبکه‌ای شده: اینستاگرامی شدن سلامت؛ خجیر | ۱۳۹

و پزشکی فعال بودند. در این حوزه سعی شد از حوزه‌های مختلف پزشکی بهره گرفته شود. در مجموع ۸ استاد دانشگاه و ۱۲ متخصص و پزشک به‌عنوان مشارکت‌کننده به‌عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. هر ۱۲ متخصص دارای صفحه اینستاگرام بودند که یا توسط خودشان یا مدیر تولید محتوایشان اداره می‌شد. با اشباع دیدگاه‌ها و نظراتشان در خصوص موضوع، فرآیند مصاحبه متوقف شد. مصاحبه با این افراد به‌صورت حضوری و میانگین مصاحبه ۶۵ دقیقه بوده است. جدول افراد مشارکت‌کننده در فرآیند مصاحبه به شرح ذیل است:

جدول ۱. معرفی مشارکت‌کنندگان در مصاحبه

پست دانشگاهی / خبرگانی	سابقه کاری	سابقه حضور در اینستاگرام	توضیحات
دکترای روانشناسی	۱۵	۸	صاحب کلینیک رویش
فوق تخصص زیبایی	۱۲	۵	دارای صفحه در اینستاگرام
جراح و دندان‌پزشک	۲۲	۸	مدیر کلینیک دندان‌پزشکی بابکان
فوق تخصص سلامت	۱۴	۶	دارای صفحه در اینستاگرام
متخصص زنان	۹	۵	دارای صفحه در اینستاگرام
فوق تخصص زیبایی	۱۱	۶	کلینیک زیبایی و لاغری ایرانیا
جراح و فوق تخصص چشم	۲۰	۶	آشنا به شبکه‌های اجتماعی
جراح و فوق تخصص چشم	۱۱	۶	دارای صفحه در کلینیک نور
مدیر روابط عمومی	۱۴	۱۰	مسئول صفحات مجازی نور
متخصص سلامت سنتی	۱۵	۷	مدیر موسسه سلامت کده ولیعصر
مدیر تولید محتوای مجازی	۸	۸	بیمارستان نیایش
روزنامه‌نگار سلامت	۸	۷	مدیر محتوای زیبایی آفاق، فرشته و نصیری
استاد دانشگاه علامه	۳۰	۱۰	حوزه تخصصی شبکه اجتماعی و آشنا

پست دانشگاهی / خبرگانی	سابقه کاری	سابقه حضور در اینستاگرام	توضیحات
طباطبانی			با ارتباطات سلامت
استادیار دانشگاه علامه طباطبانی	۵	۶	ارتباطات سلامت
استادیار دانشگاه تهران	۷	۶	ارتباطات سلامت
استادیار علوم پزشکی ایران	۶	۵	بهداشت سلامت
دانشیار دانشگاه سوره	۱۵	۷	حوزه تخصصی شبکه اجتماعی و آشنا به ارتباطات سلامت
دانشیار دانشگاه صداوسیما	۱۴	۶	حوزه تخصصی شبکه اجتماعی و آشنا به ارتباطات سلامت
دانشیار دانشگاه پزشکی ایران	۲۵	۸	سلامت و بهداشت
پژوهشگر حوزه ارتباطات سلامت	۶	۵	یک کتاب/ پنج مقاله / دو سند پژوهشی

رعایت قابلیت اعتماد و اعتبار این پژوهش بر اساس رویکرد کرسول (۲۰۰۳) صورت گرفت. بدین صورت که در کلیه مراحل مصاحبه، محقق دیگری نیز در حین مصاحبه حضور داشت تا به جهت داربودن سؤال پژوهش و توصیف‌های عمیق مصاحبه‌شونده نظارت داشته باشد. همچنین به منظور یکسان‌سازی و توافق روی کیفیت متون استخراجی از مصاحبه‌ها از دو کارشناس کدگذار استفاده شد تا به صورت اولیه کدهای استخراجی را با متن انطباق دهند. برای پایایی نیز از سه روش استفاده شد. در روش نخست از یک فرایند ساخت یافته برای ثبت، نوشتن و تفسیر داده‌ها استفاده شد. در روش دوم از کارشناس دیگری به عنوان مصاحبه‌کننده دوم استفاده شد که به صورت جداگانه اما موازی استخراج مصاحبه‌ها را بر اساس یک راهنما انجام داد و در روش سوم از قابلیت کاربردی یا اجرایی-بودن استفاده شد بدین معنی که پژوهشگر سعی کرد که مشارکت کنندگان را از نظر سنی، سوابق علمی (درجه علمی، دارا بودن پژوهش‌های مرتبط با حوزه تحقیق) به نسبت گسترده

سلامت شبکه‌ای شده: اینستاگرامی شدن سلامت؛ خجیر | ۱۴۱

انتخاب نماید تا فراگیری و قابلیت اجرا و کاربست نتایج پژوهش حاضر در مکان‌ها و گروه‌های دیگر تضمین شود.

یافته‌ها

درمجموع ۱۸۴ عبارت کلیدی از مصاحبه‌ها استخراج شده است که در نرم‌افزار MAXQDA 10، ۸۷ مضمون پایه، ۴۶ مضمون سازمان دهنده و ۱۹ مضمون فراگیر به دست آمده است.

کارکرد مثبت اینستاگرام برای ارتقای سلامت

جدول ۲. مضامین کارکردهای مثبت اینستاگرام برای سلامت و بهداشت کاربران

مضمون پایه	مضمون سازمان دهنده	مضمون فراگیر
آموزش خودشنکوفایی و اعتمادبه‌نفس	آموزش سلامت روانی و اجتماعی	آموزش بهداشت و سلامت (تصویری)
آموزش زیست سالم در جامعه		
آموزش پیشگیری از بیماری‌های اپیدمی	آموزش رعایت بهداشت عمومی	
آموزش ارتباط با بیماران ناقل در جامعه	آموزش تغذیه و سلامت جسمی	
آموزش برنامه‌های ورزشی از صفحات مربیان		
آموزش تغذیه سالم از صفحه سلامتکده		
آگاهی از آخرین اخبار سلامت	آگاهی بیماران و پزشکان از آخرین اخبار سلامت	ارائه اطلاعات و اخبار
اخبار سلامتی مربوط به تغذیه و زیبایی	اطلاعات حوزه بهداشت و بیماری و مراقبت	
آگاهی از آخرین اخبار اپیدمی و پاندومی‌ها		
پیگیری اخبار مقابله با بیماری‌های جدید تب دنگی		
ویزیت قبل از مراجعه با سؤالات در اینستاگرام	ویزیت آنلاین	ارتباط آنلاین و تعاملی بین پزشک و بیمار
پیگیری در دسترس بعد از انجام جراحی و دوره مراقبت	مراقبت آنلاین بعد جراحی	
وقت‌دهی به‌صورت آنلاین و در صفحات مجازی	وقت‌دهی آنلاین	
ارائه کلیپ‌های در خصوص رعایت چاقی و دیابت	فرهنگ زیست سالم در جسم و روح	فرهنگ‌سازی در امر سلامت
اقتناع جهت واکسیناسیون‌های ضروری	ایجاد روحیه مشارکت در پیشگیری	بسپج‌سازی برای پیشگیری و درمان
مشارکت و همدلی در پیشگیری اپیدمی مثل کرونا		

مضمون پایه	مضمون سازمان دهنده	مضمون فراگیر
بسیج مردم برای کنترل و درمان تب دنگی، آبله میمون و ...	بسیج سازی برای درمان و کنترل	بیماری
آشنایی کاربران با فعالیت‌ها و جراحی پزشکان و جراحان	تبلیغات پزشکان و عملکرد آن‌ها در جراحی‌ها	تبلیغات و ترویج حرفه
تبلیغ درمانگاه، بیمارستان‌ها، کلینیک و پزشک		
اشاعه دستاوردهای جدید در حوزه زیبایی و دندان و آشنایی کاربران با این پیشرفت‌ها	اشاعه دستاوردهای جدید برای کاربران	

همان‌طور که جدول نشان می‌دهد مشارکت کنندگان بر این باور هستند که اینستاگرام دارای شش کارکرد مثبت، آموزش، انتشار اخبار، ارتباط تعاملی با پزشک، فرهنگ سازی، بسیج سازی و ترویج و تبلیغ برای حوزه سلامت است. در بخش آموزش اینستاگرام می‌تواند به صورت تصویری و ویدئویی به آموزش کاربران در حوزه سلامت روح و روان، سلامت اجتماعی و معنوی، بهداشت عمومی و سلامت جسم از طریق ورزش، تغذیه سالم و طب سنتی بپردازد. «از طریق اینستاگرام خیلی از همکاران بنده به آموزش نحوه مراقبت بیمار بعد از جراحی و دوره نقاهت می‌پردازند. آن‌ها دیگر نیاز نیست به مطب بیایند.» (م^۱). جراح زیبایی حتی یکی از استادانی که در حوزه بهداشت فعالیت طولانی دارد معتقد است: «در دوره کرونا یکی از ابزارهای اصلی که ما از طریق آن‌ها به رعایت بهداشت و نکات پیشگیری می‌پرداختیم اینستاگرام بود. اینستاگرام فضایی بود که نحوه استریلیزه کردن اماکن را از طریق ویدئو آموزش می‌دادیم. (م. هیئت علمی دانشگاه) از جمله کارکرد دیگر انتشار اخبار و اطلاعات در حوزه سلامت است. مشارکت کنندگان بر این باور هستند که اینستاگرام محمل مناسبی برای انتشار آخرین یافته‌های پزشکی، بیماری‌های جدید و نوظهور، بهداشت و سلامت روان و جسم است. «این اواخر یکی از کانال‌های ارتباطی ما برای مهار بیماری تب دنگی، ارائه اخبار درست و کامل از نحوه پیشگیری و درمان آن در صفحه اینستاگرام بود.» (م. عضو هیئت علمی دانشگاه) در خصوص اخبار سلامت نیز یکی از مدیران روابط عمومی کلینیک زیبایی بیان می‌دارد: «در صفحه اینستاگرام کلینیک من،

۱. م. مخفف مصاحبه‌شونده است.

همکاران علاوه بر انتشار فیلم جراحی‌های موفق، اخبار جدید در حوزه زیبایی منتشر می‌کنند، استوری و پست‌های این بخش از صفحه، طرفداران خیلی زیادی دارد. برای کاربران، اخبار جدیدترین پیشرفت‌های جراحی زیبایی خیلی حائز اهمیت است». (م. مدیر روابط عمومی کلینیک) کارکرد بعدی ارتباط آنلاین و در لحظه بین بیماران و پزشکان و پزشکان با یکدیگر است. اینستاگرام این فرصت را ایجاد کرده است که در برخی کلینیک‌ها تعیین وقت، ویزیت اولیه، بررسی اسناد و مدارک پزشکی و مراقبت‌های بعد جراحی در صفحات مجازی اتفاق می‌افتد. همچنین پزشکان از طریق این صفحات از پیشرفت‌های حوزه همدیگر مطلع و با یکدیگر تعامل دارند. «یکی از شیوه‌های که من بیمار را قبل از جراحی ویزیت می‌کنم در صفحات مجازی است. به کمک همکارانم مدارک و عکس‌ها از بیمار گرفته می‌شود در یک تماس کوتاه ویزیت می‌شوند و بعد به آن‌ها در خصوص جراحی و نحوه انجام کار و هزینه گفتگو صورت می‌گیرد. این یکی از شیوه‌های خوب برای مشتریان شهرستانی ما است.» (م. جراح چشم) کارکرد دیگر فرهنگ‌سازی در حوزه سلامت است. اینستاگرام می‌تواند محملی برای ارتقای فرهنگ سلامت در بین کاربران باشد. فرهنگ واکسیناسیون، فرهنگ رعایت بهداشت عمومی، فرهنگ تغذیه سالم و زیست غذایی مناسب برخی از این موارد است. «فرهنگ‌سازی سلامت یکی از مهم‌ترین وظایف ارتباطات سلامت است که با ورود شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام به خاطر محبوبیتش در بین کاربران ایرانی شرایط خوبی برای آن فراهم شده است. رعایت بهداشت عمومی، سلامت روان، سلامت اجتماعی، در اینستاگرام در حال اجراست.» (م. هیئت علمی دانشگاه)

کارکرد دیگر بسیج‌سازی کاربران برای کنترل بیماری و پیشگیری بیماری‌ها و اپیدمی‌ها و واکسیناسیون بیماری‌های نوظهور و پاندمی گونه است. «در زمان کرونا خیلی از مردم واکسن کرونا نمی‌پذیرفتند و حرف رسانه‌های رسمی و دولتی هم قبول نداشتند، شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام خیلی نقش مثبتی در مشارکت مردم در طرح واکسیناسیون داشت.» (م. هیئت علمی دانشگاه) مشارکت کنندگان بر این باور هستند که

قبل از حضور پررنگ شبکه‌های اجتماعی، خیلی از کلینیک‌های زیبایی، مراقبتی، دندان-پزشکی و طب سنتی در جامعه شناخته شده نبودند که این امر به مدد شبکه‌های اجتماعی به ویژه اینستاگرام است. اینستاگرام فضای مناسبی برای تبلیغ خیلی از کلینیک‌ها و جراحان و حتی طبابت سنتی شده است. «امروزه به مدد اینستاگرام خیلی از مردم با مفهوم طب سنتی، فعالیت‌هایش و اثرات درمانی آن آشنا هستند. حضور پررنگ مردم در کلینیک و نحوه آشنایی آن‌ها در فرم پذیرش نشان می‌دهد که اینستاگرام در ترویج و تبلیغ ما بی‌تأثیر نبوده است.» (م. متخصص طب سنتی)

کارکرد منفی اینستاگرام برای ارتقای سلامت

جدول ۳. مضامین کارکرد منفی اینستاگرام برای سلامت و بهداشت کاربران

مضمون پایه	مضمون سازمان دهنده	مضمون فراگیر
انتشار اطلاعات درست و غلط در مورد بیماری	اطلاعات نادرست در خصوص سلامت و بیماری	اخبار نادرست و جعلی
تبلیغات نادرست در خصوص دارو و داروهای مکمل		
ایجاد بازار سیاه از طریق تبلیغ نادرست	بازار سیاه از طریق اخبار نادرست	
اخذ نسخه رژیم غذایی از اینفلوئنسرهای اینستاگرامی	بی‌توجهی به کیفیت سلامت و درمان	خوددرمانی
عدم مراجعه به پزشک و اخذ راهنمایی از صفحات فیک		
مقاومت در مراجعه به پزشک متخصص		
بی‌توجهی به نسخه پزشک	بی‌توجهی به توصیه‌های پزشک	
صرف وقت زیاد در اینستاگرام و دوری از فضای واقعی	اختلال ارتباطی با دیگران – اختلال روحی	اعتیاد به اینستاگرام
مقایسه دائمی با دیگران و زوال سلامت روان		
نگاه منفی و سیاه به دنیای واقعی و سندروم دنیای پست	وابستگی شدید به جهان مجازی	
کاهش اعتماد به نفس و استقلال فکری	بیماری‌های روحی و روانی	درگیری روحی و روانی
تسری بیماری‌های نوظهور شبکه‌ای بر روان		

مضمون پایه	مضمون سازمان دهنده	مضمون فراگیر
کاربر و فومو ^۱		
چاقی و بی‌حرکی مفرط - اشتهای افراطی و تفریطی	بیماری‌ها و ناسالمی جسمی	
وجود صفحات فیک در خصوص سلامت و رژیم	ارائه نظرات غیر تخصصی جهت کسب درآمد	بی‌اعتمادی به نظام سلامت
عدم صحیح بودن همه مطالب پیج‌ها		
تبلیغ کاذب و سودجویانه افراد غیرمتخصص	بازار سیاه سلامت	

در خصوص کارکرد منفی اینستاگرام برای سلامت کاربران و متعاقب آن شهروندان جامعه، مشارکت کنندگان علاوه بر کژکارکردهای مرسوم رسانه، به پنج کژکارکرد یا کارکرد منفی اشاره می‌کنند. ارائه اخبار نادرست و جعلی نخستین کارکرد منفی است. انتشار اخبار نادرست و غلط در حوزه پزشکی، ارائه اطلاعات نادرست در خصوص داروها و درمان، ارائه اطلاعات ضدونقیض در خصوص اپیدمی‌ها به منظور سودجویی و ایجاد تشویش ذهنی در خصوص بیماری، سلامت و بهداشت از این دست هستند. «در دوره کرونا یکی از چالش‌های اصلی ما این بود که اخبار کذبی که در خصوص همه‌گیری و درمان این بیماری در اینستاگرام منتشر می‌شد باید خنثی می‌کردیم». (م. عضو هیئت علمی دانشگاه) «با حجم عظیمی از اطلاعات جعلی در خصوص طب سنتی در اینستاگرام مواجه هستیم که هدف آن‌ها فقط سودجویی است» (م. مدیر سلامت‌کده طب سنتی) از مسائل دیگر بی‌نیازی به پزشک و خوددرمانی است. کاربران با آشنایی با صفحات فیک سعی می‌کنند نسخه‌های خود را از آن‌ها دریافت کنند و به پزشک مراجعه نکنند و یا نسبت به تجویز پزشک که برخلاف استوری یا پست‌های اینستاگرام هست مقاومت می‌کنند. «با گسترش صفحات مجازی پزشکی میزان خوددرمانی نیز زیاد شده است. بیمار به جای مراجعه به پزشک، نسخه‌های درمانی خود را این صفحات اینستاگرامی می‌گیرند. این نیاز به کنترل وزارت بهداشت و نهادهای ناظر به فضای مجازی دارد». (م. فوق تخصص سلامت) کاگرد

1. FOMO

منفی دیگر اعتیاد به اینستاگرام است که خود عوارض منفی زیادی برای کاربران ایجاد کرده است که با سلامتی آن‌ها در تعارض است. استفاده بیش از اندازه از اینستاگرام برای اطلاعات سلامتی و بهداشتی باعث درگیری زیاد کاربر با اینستاگرام، کاهش ارتباطات انسانی، فویبای بیماری‌های جدید، اختلال روحی و روانی، کاهش اعتماد به نفس و عزت نفس کاربر شده است. «یکی از چالش‌های استفاده بی‌حد و حصر از اینستاگرام برای مسائل بهداشتی ایجاد پنیک و ترس از بیماری است که حتی در کشور ما نادر است. در کنار آن خیلی از مراجعان من به خاطر اعتیاد زیاد دچار اختلال روحی شدند و عزت نفس خودشان را از دست دادند. آن‌ها یک ارتباط معمولی را بلد نیستند.» (م. روانشناس)

کارکرد منفی دیگر اختلال‌های روحی، اجتماعی و جسمی کاربران در استفاده از اینستاگرام هست. مشارکت کنندگان معتقدند کاربر با امکان مقایسه خود با دنیای فرضی دیگران دچار اختلال سلامت روحی و اجتماعی و انزوای فردی و اجتماعی می‌شود. همچنین حضور در اینستاگرام باعث کم‌حرکی، چاقی و بیماری‌های عضلانی می‌شود که عوارض آن بعدها گریبانگیر کاربر می‌شود. «خوب این روزها یکی از عوارض استفاده از اینستاگرام بیماری چشم است این وضعیت را در بین نوجوانان و جوانان به‌وفور می‌بینیم.» (م. جراح چشم)

کژکارکرد آخر استفاده سودجویان و سوداگران سلامت از ظرفیت اینستاگرام برای کسب سود هستند که این امر در طولانی مدت باعث تخریب اعتماد کاربران به اطلاعات بهداشتی و سلامتی در فضای مجازی و سرمایه اجتماعی نظام سلامت می‌شود. «امروزه در حوزه رژیم، تندرستی، لاغری، ورزشی و تغذیه صفحات بسیار زیادی وجود دارد که با ارائه اطلاعات نادرست و برندسازی برای داروهای جعلی خودشان دنبال مشتری ناآگاه هستند. بیمارانی دارم که به خاطر مصرف داروهای نادرست و تقلبی کلیه‌های خود را از دست دادند. همه آن‌ها نیز از همین سایت‌ها و صفحات خریداری می‌کنند.» (م. فوق تخصص سلامت)

دلایل استفاده از اینستاگرام برای سلامتی توسط کاربران

جدول شماره ۴: دلایل استفاده کاربران از اینستاگرام برای سلامت

مضمون پایه	مضمون سازمان دهنده	مضمون فراگیر
اطلاعات بدون محدودیت زمان	هم‌زمانی و هم‌مکانی	در دسترس بودن در همه لحظات
استفاده در هر مکانی از اطلاعات		
وجود پیج‌های متنوع سلامت و پزشکی	تنوع اطلاعات پزشکی و سلامت	تنوع و به‌روز بودن اطلاعات سلامت و بهداشت
صفحات فراوان از کلینیک‌های معتبر		
اطلاعات به‌روز و جدید پزشکی	به‌روز بودن اخبار پزشکی و سلامت	
اخبار پیشرفت‌های به‌روز پزشکی		
پرسش و پاسخ در هر لحظه	ارتباط دوطرفه دائمی	تعاملی بودن و ارتباط دوسویه
پیگیری وضعیت مراقبت بعد جراحی		
گفتگوی آنلاین در خصوص بیماری	ارتباط مبتنی بر گفتگو	
کاهش زمان رفت‌وآمد به مطب	مدیریت و برنامه‌ریزی زمان	صرفه‌جویی در زمان و هزینه
مدیریت زمان قبل و بعد جراحی		
کاهش نیروی خدماتی و پرسنل	مدیریت منابع انسانی	
کاهش هزینه‌های اضافه	کاهش هزینه	
فیلم آموزشی برای ورزش و تغذیه	ویدئوهای آموزشی و اطلاعاتی	جذابیت‌های فنی
ویدئوهای جراحی‌ها موفق و نمونه کار		
وجود تصویر و فیلم جذاب	جذابیت فیلم برای کاربر	
علاقه‌مندی به موضوعات سلامت	بهبود زیست بهداشتی	دریافت پیام‌های بهداشتی
علاقه‌مندی به اخبار بهداشتی		

همان‌طور که جدول نشان می‌دهد شش دلیل اصلی برای استفاده کاربران از اینستاگرام در حوزه سلامت و بهداشت وجود دارد. دلیل نخست در دسترس بودن و در لحظه بودن استفاده از اینستاگرام است. «از خوبی‌های اینستاگرام این هست که کاربر در هر لحظه و در هر جایی می‌تواند اخبار و اطلاعات مربوط به سلامت را دریافت کند.» (م‌هیئت‌علمی دانشگاه) مشارکت‌کنندگان بر این باور هستند که تنوع و تعدد اخبار مربوط به سلامت و بهداشت در اینستاگرام دلیل دوم استفاده کاربران است. آن‌ها معتقدند کاربران اخبار به‌روز

حوزه سلامت و بهداشت را اینستاگرام دریافت می‌کنند. «هرروز کامنت‌های زیادی از کاربران داریم که هم خواهان اطلاعات جدید و نو در امور مراقبت‌های زیبایی هستند و هم از ما به خاطر به‌روز بودن اطلاعات پست و استوری تشکر می‌کنند.» (م. مدیر تولید محتوای کلینیک) اینستاگرام این فرصت را برای کاربر ایجاد می‌کند اطلاعات خود را به‌صورت تعاملی و آنی از صفحات اینستاگرامی کلینیک‌ها و مراکز بهداشتی دریافت کنند. به همین دلیل سومین علت استفاده از اینستاگرام دوسویه بودن فرایند ارتباط بین کاربر و پزشک، کاربر و عوامل مراکز بهداشتی و سلامتی است. «دائماً در اینستاگرام از ما در خصوص پزشک، نحوه جراحی، رضایت بیماران قبلی، هزینه‌های بیمارستان پرسیده می‌شود و همکاران ما نیز در همان زمان پاسخ می‌دهند این شیوه پاسخ تعاملی لحظه‌ای برای خیلی از کاربران جذاب است.» (م. مدیر روابط عمومی) دلیل دیگر صرفه‌جویی در هزینه و زمان است. «خیلی از بیماران من از شهرستان‌های دور و اطراف هستند که آشنایی آن‌ها با نمونه جراحی‌ها، معاینه اولیه و بررسی مدارک و حتی سؤالات بعد عمل در صفحه اینستاگرام اتفاق می‌افتد این باعث کاهش هزینه آن‌ها و حتی صرفه‌جویی در وقت و زمان رفت و آمد آن‌ها می‌شود.» (م. جراح زیبایی) دلیل دیگر جذابیت روزافزون اینستاگرام در ایران است. «یک گزارشی برای مجله تهیه می‌کردم که در آن خیلی از کاربران بیان کردند که جذابیت اینستاگرام، عکس و فیلم محور بودنش و دیدن عکس‌ها و ویدئوهای جراحی ترغیبشان کرده است که صفحات کلینیک‌های زیبایی و پوست تعقیب کنند.» (م. روزنامه‌نگار سلامت) و دلیل آخر که به‌زعم متخصصان ارتباطات سلامت بیشتر بعد از کرونا رشد پیدا کرده است گرایش و علاقه‌مندی مردم به پیام‌های بهداشتی و سلامتی است. «بعد کرونا مردم علاقه وافر به اخبار و گزارش‌های بهداشتی و پزشکی شده‌اند. به نظر پیام‌های بهداشتی جزء اولویت‌های اول مردم شده است.» (م. عضو هیئت علمی دانشگاه)

نحوه مرجعیت‌سازی اینستاگرام برای کسب اطلاعات سلامت و بهداشت

جدول ۵: مرجعیت‌سازی اینستاگرام برای سلامت

مضمون پایه	مضمون سازمان دهنده	مضمون فراگیر
ارائه اطلاعات منظم و تداوم انتشار	ایجاد صفحات معتبر در حوزه سلامت	اعتمادسازی بین کاربران علاقه‌مند
پرهیز از صفحات فیک و ناقص و مدت منقضی		
حضور دولت در نقش ناظر	حضور نظارتی دولت	پایش و نظارت صفحات در حوزه سلامت و بهداشت توسط دولت
کنترل صفحات موجود توسط یک نهاد بالادستی		
ارائه اخبار کامل و توجه به شش عنصر	توجه به محتوای صحیح و کامل	صحت و جامعیت اطلاعات
درستی و صحت اخبار و اطلاعات		
اطلاعات به‌روز و تازه	اطلاعات جدید	درگیرسازی اطلاعات با نیازهای سلامتی و بهداشتی کاربران
گزارش پیشرفت‌های پزشکی		
اطلاعات متناسب با نیاز مخاطب جامعه	اطلاعات موردنیاز	
سنجش سلیقه مخاطبان سلامت		
استفاده متخصصان از فناوری ارتباطی	حضور جراحان و متخصصان حاذق	استفاده از برندها در اینستاگرام
دوره‌های آموزشی ارتباط با فناوری نوین		
سواد رسانه‌ای متخصصان و جراحان	حضور کلینیک‌های برند کشور در اینستاگرام	
الزام حضور بیمارستان‌ها و کلینک‌ها در فضای مجازی		
استفاده از برنامه‌های تلویزیونی؛ و رادیویی	ارتباط تلفیقی	همگرایی ظرفیت ارتباطات
مشکل دسترسی به خاطر فیلترینگ	رفع فیلترینگ	سهولت دسترسی به صفحات اینستاگرام سلامت
هزینه بالای فیلترینگ و فیلتر شکن		
تولید محتوا توسط فرد آشنا با سلامت	به‌کارگیری کارشناس ذووجهین (سلامت و شبکه) در مراکز تولید محتوا	استفاده از نیروی متخصص در تولید محتوا
فرد آشنا به شبکه‌نویسی		

یافته‌های مصاحبه نشان می‌دهد که هشت عامل برای مرجعیت‌سازی اینستاگرام برای دریافت اخبار و اطلاعات سلامت و بهداشت حائز اهمیت است. نخستین عامل ایجاد اعتبار و اعتماد برای صفحه مجازی و کسب اعتماد کاربران است؛ که این امر با ارائه اطلاعات

منظم و مداوم و پرهیز از جعلیات محقق می‌شود. «اعتمادسازی از طریق اطلاعات دقیق و منظم در مرجعیت هر رسانه ویژه شبکه اجتماعی مهم است.» (م. عضو هیئت علمی دانشگاه) در کنار این عامل، صحت و جامعیت اطلاعات و ارتباط موضوعی آن به مخاطب نیز باید توجه شود. «باید از عناصر درگیرسازی شبکه‌ای کمک گرفت. مهم‌ترین آن توجه به نیاز و سلیقه مخاطب در حوزه سلامت است.» (م. روزنامه‌نگار سلامت) بیمارستان‌ها و کلینیک‌ها نیز باید از نیروهای متخصص در حوزه سلامت و شبکه‌های اجتماعی برای تولید محتوا در فضای مجازی استفاده کنند. نیروی انسانی متخصص در جذب و جلب اعتماد کاربر حرفه‌ای‌تر عمل می‌کنند. یکی دیگر از عوامل، توجه به ظرفیت‌های شیوه‌های مختلف ارتباطات در جذب کاربر و ایجاد علاقه آن به مطالب مجازی سلامت است. یک نهاد یا فرد متخصص تولیدکننده محتوا باید بداند که از ظرفیت ارتباط گفتگوی حضوری، ارتباط از طریق رسانه‌های رسمی چون تلویزیون و فناوری‌های نوین به صورت هم‌زمان و همگام باید استفاده کند. عامل مرجع‌سازی دیگر نظارت و کنترل دولت یا بخش خصوصی مشخص به صفحات و محتوای تولیدی آن است. استاندارد محتوا در این زمینه مهم است. نظارت و انسداد صفحات جعلی دارای اهمیت است.

بحث و نتیجه‌گیری

جدول ۶. جمع‌بندی یافته‌ها بر اساس سؤال‌های پژوهش

دلائل استفاده اینستاگرام	کارکرد	کژکارکرد	مرجعیت‌سازی اینستاگرام
در دسترس بودن	آموزش بهداشت و سلامت	اخبار نادرست و جعلی	اعتمادسازی برای کاربران
تنوع و به‌روز بودن	ارائه اخبار و اطلاعات	خوددرمانی	پایش و نظارت بر صفحات
تعاملی بودن	ارتباط در لحظه و آنی	اعتیاد به اینستاگرام	صحت و جامعیت اطلاعات
صرفه‌جویی هزینه	ارتباط تعاملی بین کاربر و پزشک	بیماری جسمی و اجتماعی	درگیرسازی کاربران

دلائل استفاده اینستاگرام	کارکرد	کژکارکرد	مرجعیت‌سازی اینستاگرام
مدیریت زمان	فرهنگ‌سازی	نابسامانی روحی و روانی	استفاده از برندهای معتبر
جذابیت بصری و امکانات	اقتناع و بسیج‌سازی	بی‌اعتمادی به نظام سلامت	همگرایی ظرفیت ارتباطی
دریافت پیام بهداشتی	تبلیغات و ترویج	بازار سیاه مجازی	سهولت دسترسی
			تولیدکننده متخصص

در سلامت شبکه‌ای می‌توان بیان داشت که شبکه‌های اجتماعی با توجه به توان فنی و ساختاری می‌توانند نقش کلیدی در ارتقای سلامت کاربران و متعاقب آن جامعه داشته باشند؛ از این رو کاربران علاقه‌مند به استفاده از آن هستند. همان‌طور والنته (۲۰۲۳) معتقد است که ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی باعث گرایش کاربران به آن می‌شود، ویژگی در دسترس بودن در هر زمان و هر مکان، به‌روز بودن اخبار پزشکی و سلامت و تعامل بین پزشک و بیمار از دلایل اصلی استفاده کاربران از اینستاگرام برای سلامت و بهداشتشان است. اینستاگرام در نظام سلامت به کاربر کمک می‌کند که زمان خود را مدیریت کند و اطلاعات قبل از جراحی، ویزیت قبل از جراحی و بعد جراحی را در اینستاگرام دریافت کند. جذابیت بصری و امکانات و افزونه‌های خاص اینستاگرام محملی برای مستندسازی، ویدئوسازی و گزارش تصویری از مسائل بهداشتی و پزشکی است که برای کاربران جذاب است. آنان از طریق اینستاگرام با هزینه اندک با موضوعات سلامت و پیشگیری از بیماری، درمان و بهبود آن آشنا می‌شوند. یافته‌های این قسمت از پژوهش با پژوهش اگر و همکاران (۲۰۲۰) که معتقد بودند که ویژگی‌ها و خصایص خاص اینستاگرام باعث گرایش کاربران به آن در امر سلامت شده است، همخوانی دارد. از ظرفیت‌های ساختاری شبکه‌های اجتماعی ایجاد فضای گفتگو بین بیمار و پزشک، کارشناس سلامت و شهروند علاقه‌مند و کارگزار بهداشت با متقاضی این امر است. این امر در پژوهش سیناپولس و هو (۲۰۱۹) نیز مشهود است.

همان‌طور که در اندیشه‌های عمل‌گرای بری ولمن وجود دارد، شبکه‌های اجتماعی

دارای دو کارکرد مثبت و منفی به صورت توأمان هستند. آن‌ها در عین حال که ظرفیتی برای ارتقای جامعه و نظام‌های سازنده آن هستند، چالش نیز محسوب می‌شوند و باعث تخریب آن نظام‌ها از جمله نظام سلامت می‌شوند. با این نگاه نظری و یافته‌های پژوهشی می‌توان بیان داشت که اینستاگرام برای نظام سلامت دارای کارکرد و کژکارکرد (دژکارکرد) است و مدیریت استفاده بهینه آن می‌تواند کارکرد آن را قوی‌تر و استفاده نادرست آن کژکارکردی و بحران در نظام سلامت ایجاد کند. یافته‌های این پژوهش در راستای دیدگاه نظری بری ولمن کارکردهای اینستاگرام برای سلامت کاربران را آموزش بهداشت و سلامت، خبررسانی در حوزه سلامت، بهداشت و درمان، معاینه آنلاینی، فرهنگ‌سازی توجه به سلامت (روحی، اجتماعی و معنوی) و رعایت بهداشت و درمان، بسیج‌سازی و ایجاد مشارکت کاربران در کنترل بیماری‌ها به‌ویژه اپیدمی‌ها و پاندومی‌های نوظهور، تبلیغ رایگان، دائمی و با ضریب نفوذ بالا برای پزشکان، جراحان، کلینیک‌ها و بیمارستان‌های خاص است. این یافته‌ها همچنین با یافته‌های پژوهش ژانگ و همکاران (۲۰۲۲)، سیناپولس و هو (۲۰۱۹)، خجیر (۱۴۰۱) و قنبری و همکاران (۱۴۰۰) مطابقت دارد؛ اما آنچه در این پژوهش به آن اشاره شده و در پژوهش‌های قبلی مشهود نبود نقش توأمان اقناع‌سازی و بسیج‌سازی کاربران برای رعایت سلامت و بهداشت عمومی و پیشگیری از بیماری‌های واگیردار است. در این نقش کارگزار ارتباطات سلامت از طریق اینستاگرام به اقناع کاربر برای رعایت موازین بهداشتی و بسیج وی برای کنترل و پیشگیری از بیماری می‌پردازد. نمونه بارز آن ترغیب کاربر در رعایت مسائل بهداشتی در خصوص تب‌دنگی در تعطیلات تابستان ۱۴۰۳ در شهرهای پرخطر است. این امر حتی می‌تواند در نقش اینستاگرام در کنار سایر شبکه‌ها در جلوگیری از شیوع ویروس کرونا کویید ۱۹ در سال‌های ۱۳۹۸-۱۴۰۰ مشاهده کرد. آن‌سوی دیگر، اینستاگرام برای نظام سلامت دارای کژکارکردی‌های متعددی نیز هست. ارائه اخبار نادرست و جعلی در حوزه سلامت، خوددرمانی کاربر و عدم مراجعه به پزشک و کم‌توجهی به توصیه‌های وی، اعتیاد به اینستاگرام و متعاقب آن ایجاد تألمات و بیماری‌های روحی، جسمی و اجتماعی و اختلال‌های شدید روانی، بی‌اعتمادی به

نظام سلامت به دلیل عدم نظارت و کنترل در تولید و انتشار محتوای غیربهداشتی و ناسالم و رواج بازار سیاه مجازی برخی از این کژکارکردی‌ها هستند. این یافته‌ها همچنین با یافته‌های هازل، چون و سئونگان (۲۰۲۱)، و گمان و برند (۲۰۱۹) و نوروزی کینچاه (۱۳۹۸) مطابقت دارد. همچنین از یافته‌های این پژوهش که در پژوهش‌های دیگران به آن توجه نشده است اینکه اینستاگرام محملی برای عرضه ناپزشکان، تجویزهای نادرست و سودجویانه و داروهای تقلبی و درمجموع فضایی برای بازار سیاه آنلاین شده است.

یکی از موضوعات خاصی که در این پژوهش به آن توجه شده است، نحوه مرجعیت‌سازی اینستاگرام برای سلامت است. در این بخش محقق به دنبال این بود که چگونه می‌شود اینستاگرام مرجعی برای کسب اطلاعات سلامت و بهداشت کاربران شود. یافته‌ها نشان می‌دهد که اعتمادسازی برای کاربران یکی از مهم‌ترین عوامل مرجعیت‌سازی اینستاگرام است. این اعتمادسازی با ارائه اخبار و اطلاعات درست، جامع و شفاف و به‌دوراز حواشی سیاسی صورت می‌گیرد. در کنار ارائه اطلاعات جامع، اخبار و پیام‌ها باید به گونه‌ای برای کاربر جذابیت داشته باشد که درگیر آن شود. درگیرسازی باعث تعلق کاربر به صفحات اینستاگرامی می‌شود. در کنار این موارد، نهاد یا سازمانی باید بر صفحات رسمی و پرطرفدار این حوزه نظارت داشته باشد که انتشار اطلاعات و اخبار صفحات پرطرفدار باعث تخریب نظام سلامت نشود. همچنین کارگزاران تولید محتوا در این حوزه هم باید خود متخصص در حوزه سلامت و فضای مجازی باشند و آشنایی کامل با ژورنالیسم سلامت داشته باشند هم برای جذب و جلب طرفدار از افراد برند و معتبر در این حوزه استفاده کنند. به لحاظ فنی نیز سهولت دسترسی، سودمندی اطلاعات، جذابیت بصری نیز در مرجع شدن صفحات اینستاگرامی در حوزه سلامت حائز اهمیت است. همان‌طور که در بخش نظری ذکر شد که بخشی از مطالعات در این حوزه رویکرد عمل‌گرایانه در استفاده از اینستاگرام در ارتقای سلامت کاربران و جامعه دارند مرجع‌سازی اینستاگرام می‌تواند فضای مناسبی برای این نگاه باشد همان‌طور که خجیر (۱۴۰۲) بیان کرد که شناخت صحیح ظرفیت و نقاط قوت و ضعف اینستاگرام می‌تواند به استفاده

درست آن برای ارتقای زندگی بشر بهره گرفت، یافته‌های این پژوهش نیز گویا این امر هست که ارتقای مرجعیت اینستاگرام می‌تواند به کارایی شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام در ارتقای نظام سلامت کمک کند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Yousef Khojir



<https://orcid.org/0000-0002-5593-8974>



منابع

- پورنقدی، بهزاد و هاشمی، سیده زکیه (۱۳۹۸). بررسی رابطه و تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سلامت اجتماعی، ششمین کنفرانس بین‌المللی یافته‌های نوین علوم و تکنولوژی با محوریت علم در خدمت توسعه، تهران.
- خانیکی، هادی و احمدی، علی (۱۴۰۳). بازنمایی پاندمی کووید ۱۹ در رسانه‌های اجتماعی ایرانیان، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال دهم، شماره ۳۷، صص (۵۱-۸۴).
- DOI: 10.22054/NMS.2021.59288.1164
- خجیر، یوسف، رضائیان، مجید (۱۴۰۱). رابطه بین استفاده از اینستاگرام و نشاط اجتماعی جوانان شهر تهران، فصلنامه رهپویه ارتباطات، شماره ۱، ۸۷-۹۸. DOI: 10.22034/rcc.2022.251330
- خجیر، یوسف (۱۴۰۲). رابطه بین میزان استفاده از اینستاگرام و مدیریت بدن زنان، مطالعات راهبردی ارتباطات، شماره ۱. ۲۴-۵۴. DOI: 10.22034/rcc.2021.248923
- خجیر، یوسف و امیرحسینی، فاطمه (۱۴۰۲). دور و نزدیک فناوری؛ با اندیشمندان فناوری‌های نوین ارتباطی. تهران: انتشارات دانشگاهی موجک.
- سازمان فناوری اطلاعات (۱۴۰۳). گزارش از وضعیت فضای مجازی ایران. تهران: انتشارات سازمان فناوری اطلاعات.
- سهیلی، فرزاد و ملکیان، نازنین (۱۳۹۹). بررسی سلامت روان در نوع ارتباطات مجازی و ارائه مدل ارتباطی کاربران شبکه‌های اجتماعی. فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، دوره: ۶، شماره: ۲۳. DOI: <https://doi.org/10.22054/nms.2021.30686.441>
- زمانی، منیر (۱۳۹۸). پیش‌بینی انگیزه تحصیلی بر اساس سلامت روانی در دانشجویان، ششمین کنفرانس ملی روانشناسی، علوم تربیتی و اجتماعی، بابل، موسسه علمی تحقیقاتی کومه علم آوران دانش.
- نادرینا، هادی و فنودی، بهاره و مسگر، محبوبه (۱۳۹۸). واکاوی نقش شبکه‌های اجتماعی در سلامت اجتماعی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه سیستان و بلوچستان)، همایش ملی اقتصاد، مدیریت توسعه و کارآفرینی با رویکرد حمایت از کالای ایرانی، زاهدان.
- نوروزی کینچاه، طاهره (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین اعتیاد به استفاده از شبکه‌های اجتماعی با سلامت روان و ویژگی‌های شخصیتی در مردان و زنان ۱۵ تا ۴۰ ساله منطقه ۱۷ تهران،

اولین کنفرانس بین‌المللی توسعه پایدار و سلامت روانی-اجتماعی، اصفهان.

References

- Bucataru, L. (2020). The role of communications in managing a disaster: The case of COVID-19 in Vietnam. In B. George & Q. Mahar (Eds.), *International case studies in the management of disasters (Tourism security-safety and post conflict destinations)* (pp. 169-196). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83982-186-820201011>
- Chen, S.-C., & Lin, C.-P. (2019). Understanding the effect of social media marketing activities: The mediation of social identification, perceived value, and satisfaction. *Technological Forecasting and Social Change*, 140, 22–32. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.11.025>
- Eger, L., et al. (2020). Trust building and fake news on social media from the perspective of university students from four Visegrad countries. *Communication Today*, 11(1), 70-88. ISSN 1338-130X.
- Kwon, K. H., Shao, C., & Nah, S. (2021). Localized social media and civic life: Motivations, trust, and civic participation in local community contexts. *Journal of Information Technology & Politics*, 18(1), 55-69. <https://doi.org/10.1080/19331681.2020.1805086>
- Heuer, H., & Breiter, A. (2018). Trust in news on social media. In *Proceedings of the 10th Nordic Conference on Human-Computer Interaction (NordiCHI '18)* (pp. 137–147). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3240167.3240172>
- Kotenko, Y., Sharma, A., & Branitskiy, A. (2021). Predicting the mental state of social network users based on the Latent Dirichlet Allocation and fastText. In *2021 11th IEEE International Conference on Intelligent Data Acquisition and Advanced Computing Systems: Technology and Applications (IDAACS)* (pp. 191-195). <https://doi.org/10.1109/IDAACS53288.2021.9661061>
- Schmidt, U., & Wykes, T. (2012). E-mental health: A land of unlimited possibilities. *Journal of Mental Health*, 21, 327-331. <https://doi.org/10.3109/09638237.2012.705930>
- Sinapuelas, I. C., & Ho, F. N. (2019). Information exchange in social networks for health care. *Journal of Consumer Marketing*, 36(5), 692-702. <https://doi.org/10.1108/JCM-12-2017-2470>
- Sterling, E. W., Von Esenwein, S. A., Tucker, S., Fricks, L., & Druss, B. G. (2010). Integrating wellness, recovery, and self-management for mental health consumers. *Community Mental Health Journal*, 46, 130–138.
- Valente, T. W. (2023). *Social networks and health: Models, methods, and applications*. Oxford University Press.

- Wegmann, E., & Brand, M. (2019). A narrative overview about psychosocial characteristics as risk factors of a problematic social networks use. *Current Addiction Reports*, 6, 402–409.
- Zhang, W, Lin, W, Ma, Z, Yang, J, & Zhang, Y (2021) Users' health information sharing intention in strong ties social media: Context of emerging markets. *Library Hi Tech*.

Persian References

- Khaniki, H., & Ahmadi, A. (2024). Representation of the COVID-19 pandemic in Iranian social media. *Journal of New Media Studies*, 10(37), 51–84. <https://doi.org/10.22054/NMS.2021.59288.1164>
- Khojir, Y., & Rezaian, M. (2021). The relationship between the use of Instagram and the social vitality of young people in Tehran. *Rehpoueh Communication Quarterly*, 1, 87-98. <https://doi.org/10.22034/rcc.2022.251330>
- Khojir, Y. (2023). The relationship between the amount of use of Instagram and women's body management. *Strategic Communication Studies*, 1, 24-54. <https://doi.org/10.22034/rcc.2021.248923>
- Khojir, Y., & Amirhosseini, F. (2023). *Near and far technologies; with thinkers of new communication technologies*. Tehran: Mojak Academic Publishing.
- Information Technology Organization. (2023). *A report on the state of Iran's virtual space*. Tehran: Publications of Information Technology Organization.
- Naderinia, H., Fanoudi, B., & Mesgar, M. (2019). An investigation of the role of social networks in the social health of students (Case study: University of Sistan and Baluchestan). *National Conference on Economics, Development Management and Entrepreneurship with an Emphasis on Supporting Iranian Products, Zahedan*.
- Nowrozi Kinchah, T. (2018). Investigating the relationship between addiction to using social networks with mental health and personality traits in men and women aged 15 to 40 in Tehran's 17th District. *First International Conference on Sustainable Development and Psychosocial Health, Isfahan*.
- Sohaili, F., & Malekian, N. (2019). Examining mental health in the type of virtual communication and presenting the communication model of social network users. *New Media Studies Quarterly*, 6(23). <https://doi.org/10.22054/nms.2021.30686.441>
- Pournaqdi, B., & Hashemi, S. Z. (2018). Investigating the relationship and impact of virtual social networks on social health. *6th International Conference on New Findings of Science and Technology, centered on science in the service of development, Tehran*.

Zamani, M. (2018). Prediction of academic motivation based on mental health in students. *6th National Conference of Psychology, Educational and Social Sciences, Babol, Kome Alam Avaran Danesh Scientific Research Institute.*



استناد به این مقاله: خجیر، یوسف. (۱۴۰۳). سلامت شبکه‌ای شده: اینستاگرامی شدن سلامت، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۰ (۴۰)، ۱۲۷-۱۵۸. DOI: 10.22054/nms.2025.82066.1758



New Media Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License..