

The Impact of Agenda-Setting by the Instagram Social Network on the Psychological Security of Society

Case Study: Students of Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran

Alireza Amini: Assistant Professor, Department of Law, Faculty of Humanities, Aindegan Non-Governmental - Non-Profit University (Corresponding Author), Tonekabon, Iran. **email:** a.amini@aihe.ac.ir

Ali Karami: PhD student in political science, Iranian issues, Faculty of Law and Political Science, Islamic Azad University, Tehran Science and Research Branch, Tehran, Iran. **email:** 110.alikarami@gmail.com

The present study was conducted to examine the impact of agenda-setting by the Instagram social network on the psychological security of society, focusing on students of Islamic Azad University, Science and Research Branch of Tehran. The article seeks to answer the question of how Instagram can affect indicators of psychological security, including fear and anxiety, depression, social functioning, and peace of mind, and how purposefully produced content and the lack of protective infrastructure for safeguarding private environments influence these indicators.

The research includes one main hypothesis and two subsidiary hypotheses designed to examine these effects. The sample size consisted of 381 participants selected through simple random sampling. The research method was survey-based, and the injection theory of communication was used to analyze behaviors. Data were collected using a standardized 38-item questionnaire through the Porsline platform. Pearson and Spearman parametric and non-parametric statistical correlation tests were employed for data analysis, and all analyses were conducted using SPSS software.

The findings show that purposefully produced content and the absence of protective infrastructure for safeguarding private environments have a significant effect on psychological security indicators such as fear and anxiety, depression, social functioning, and peace of mind. Overall, all hypotheses were confirmed, and a significant relationship exists between the variables and the related indicators.

Keywords: Agenda-setting, social network, Instagram, psychological security, injection theory.

How to cite this paper: Amini, A. R., & karami, A. (2026). The Impact of Agenda-Setting by the Instagram Social Network on the Psychological Security of Society Case Study: Students of Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran. *Rasaneh*, 37(1), 95-121. [In persian]

تأثیر جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام بر امنیت روانی جامعه (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۰۸

نوشته

علیرضا امینی*

علی کرمی**

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام بر امنیت روانی جامعه، با تمرکز بر دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران انجام شده است. این مقاله به دنبال پاسخ به این سؤال است که چگونه شبکه اجتماعی اینستاگرام می تواند بر شاخص های امنیت روانی شامل ترس و نگرانی، افسردگی، کارکرد اجتماعی و آرامش تأثیرگذار باشد و همچنین محتوای هدفمند تولید شده و نبود زیر ساخت حفاظتی برای صیانت از محیط خصوصی چگونه بر این شاخص ها تأثیر می گذارد. این پژوهش شامل یک فرضیه اصلی و دو فرضیه فرعی است که به منظور بررسی تأثیرات مذکور تدوین شده اند. حجم نمونه این مطالعه شامل ۳۸۱ نفر بود و از طریق روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شده اند. روش تحقیق به صورت پیمایشی است و از نظریه ارتباطاتی تزیینی برای بررسی رفتارها استفاده شده است. داده ها با استفاده از یک پرسشنامه استاندارد ۳۸ سؤالی در بستر پرس لاین جمع آوری شده است. همچنین، برای تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS انجام گرفته است. پارامتری و ناپارامتری پیرسون و اسپیرمن استفاده شده و تمام این تحلیل ها با نرم افزار SPSS انجام گرفته است. نتایج پژوهش نشان می دهد که محتوای هدفمند تولید شده و نبود زیر ساخت حفاظتی در صیانت از محیط خصوصی، تأثیر معناداری بر شاخص های امنیت روانی نظیر ترس و نگرانی، افسردگی، کارکرد اجتماعی و آرامش دارند. به طور کلی، تمام فرضیه ها تأیید شده و رابطه معناداری بین متغیرها و شاخص های مربوطه وجود دارد.

کلیدواژه: جریان سازی، شبکه اجتماعی، اینستاگرام، امنیت روانی، نظریه تزیینی.

* استادیار گروه حقوق، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه غیر دولتی - غیر انتفاعی آیندگان (نویسنده مسئول)،

تنکابن، ایران a.amini@aihe.ac.ir

** دانشجوی دکتری علوم سیاسی گرایش مسائل ایران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی،

واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران 110.alikarami@gmail.com

نحوه استناد به این مقاله: امینی، علیرضا و کرمی، علی (۱۴۰۵). تأثیر جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام بر امنیت روانی جامعه (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران). رسانه،

۳۷(۱)، ۹۵-۱۲۱.

مقدمه

در امتداد گسترش قابل ملاحظه فناوری‌های ارتباطاتی و به عبارتی فضای سایبر، شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های تحت وب پدید آمده‌اند (خان و قرشی^۱، ۲۰۲۱). این شبکه‌ها که اینستاگرام یکی از انواع آن است، پایگاهی هستند که فراهم‌کننده امکاناتی چون علاقه‌مندی‌ها، اشتراک‌گذاری عقاید، افکار و فعالیت‌ها میان کاربران می‌شود (اسمیت و دوگان^۲، ۲۰۲۲). از ویژگی‌های این شبکه‌ها می‌توان به دسترسی آسان به منظور برقراری ارتباط میان فردا بدون محدودیت و توجه به تفاوت‌های آنان اشاره کرد که به منظور ترغیب و استوارسازی تعامل‌ها و تبادل‌های اطلاعات است (کاپلان و هنلین^۳، ۲۰۲۰).

لذا شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام با جریان‌های شکل‌گرفته در درون‌شان حول محتوای تولیدشده، امکان بازخورد بر افکار عمومی را متحمل ساخته و در دوره‌های معین حتی سبب ایجاد حرکت‌های جنبش‌گویانه و حتی اختناق‌آمیز در حوزه بیان عقاید می‌شود (بنت و سگربرگ^۴، ۲۰۲۱). در حال حاضر با توجه به انواع امنیت در سطح حاکمیت‌ها و هزینه‌های آنان نسبت به یکدیگر در حوزه نرم، مقابله در قالب جنگ‌های نوین شناختی، به دنبال اثر در بنیان‌های روانی جامعه‌های رقیب خود هستند (شکاری و همکاران، ۱۴۰۲).

امنیت برای تمام جامعه‌های سیاسی و شهروندان آن صرف‌نظر از هرگونه سطح توسعه و ایدئولوژی حاکم بر آن، مسئله مهمی به شمار می‌رود (پادوک^۵ و همکاران، ۲۰۲۵). امنیت به مثابه یکی از حقوق اساسی مردم مطرح بوده است (پاپاچاریسی^۶، ۲۰۲۱). در حال حاضر نیز امنیت فقط دوری از هرگونه تهدید سخت و نیز آمادگی رویارویی با آن خطرها نبوده و مفهومی نسبی و دارای شدت و ضعف است (نجفی‌مجتهدی و همکاران، ۱۴۰۲).

در مطالعات امنیتی تلاش می‌شود که این مفهوم به اجزای کوچک‌تر و قابل‌درک‌تری شکسته و به سطح‌های امنیت جهانی، بین‌المللی، منطقه‌ای، ملی، عمومی، اجتماعی، فردی و در نهایت روانی در بعدهای سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و زیست‌محیطی دنبال شود. این مفهوم با تعبیری چون امنیت در فضای رسانه، امنیت در فضای سایبر (شبکه‌های اجتماعی) و غیره با شیوه‌ای مترقی مطرح است که موجب زاویه جدیدی در یک جامعه از این نگرش که امنیت روانی است، می‌شود (والانزوئلا^۷، ۲۰۲۰).

شبکه‌های اجتماعی برخط امروزه کاربران و کنش‌گران زیادی را در کشورمان، به ویژه جامعه

1. Khan & Qureshi
2. Smith & Dogan
3. Kaplan & Haenlein
4. Bennett & Segerberg
5. Paduk
6. Papacharissi
7. Valenzuela

دانشجویی، جذب کرده‌اند. به فراخور افزایش کاربران شبکه‌های مزبور، وقوع کنش‌های مختلف در این شبکه‌ها نیز به سبب ویژگی‌های خاصی که به طور عمده برای جوانان ایرانی محتوای سرگرم‌کننده آن است، افزایش یافته و در تغییر هویت ملی آنان نقش داشته است (جعفری و فرج‌زاده، ۱۴۰۳). محبوبیت شبکه اجتماعی اینستاگرام در کشورها نیز دغدغه‌های فراوانی در خصوص امنیت ملی ایجاد کرده است (بولیان، ۲۰۲۰).

با توجه به این که استاندارد ملی کشور برای حفظ حریم خصوصی در این شبکه در نظر گرفته نمی‌شود و محتوای شکل گرفته در آن تهدیدی بزرگ در نفوذ خارجی از طریق دسترسی کشور سازنده به گنجینه‌ای از اطلاعات شخصی و داده‌های موقعیت‌های جغرافیایی به منظور جریان سازی و القای ذهنی مخاطبان به خصوص جامعه دانشجویی است (خنجر و خانقشلاقی، ۱۴۰۳). از این رو شبکه اجتماعی اینستاگرام در ایران نقش بسیار مهمی در مسائل امنیت روانی ایفا می‌کند و استفاده مکرر از این رسانه تعاملی با توجه به الگوریتم هوش مصنوعی آن، موجب اعتیادآور شدن آن از طریق تحمیل محتوا در بسترهای گوناگون قومی، قبیله‌ای و خرده فرهنگ‌ها با انواع مختلف برداشت‌ها می‌شود (دانش ناری، طبرسی و حجازی، ۱۴۰۳).

از این رو پژوهش به دنبال پاسخ به این پرسش اصلی است که چگونه شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام می‌توانند بر امنیت روانی جامعه تأثیر داشته باشند. روش پژوهش، توصیفی تحلیلی و دارای روند پیمایشی بوده و از نظریه تزریقی یا گلوله سربی برای بررسی رفتارها استفاده کرده و از شاخص‌های امنیت روانی بهره گرفته است. این مطالعه، موضوع را با پاسخ به دو پرسش فرعی یعنی چگونگی تأثیرگذاری رابطه‌های محتوای تولیدشده و عدم رعایت حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام بر امنیت روانی جامعه در شاخص‌های (عدم ترس و نگرانی، عدم افسردگی، عدم کارکرد اجتماعی، داشتن آرامش) بررسی می‌کند.

دیدگاه غالب معتقد است این شبکه‌ها از نظر آزادی بیان نامتناهی، انتشار خبرها، مسئله‌های غیراخلاقی، تنش‌های سیاسی، شایعه‌ها، موضوعات فرهنگی، مسئله‌های اقتصادی و اجتماعی مطرح، می‌توانند جامعه را نسبت به سلامت روان خود دچار واکنش کنند. در این خصوص پژوهش‌های خارجی و داخلی به موضوع شبکه‌های اجتماعی و تأثیرگذاری آن‌ها پرداخته‌اند. امیلی رایان و کانر لاینهان در مقاله‌ای با موضوع کاوش کیفی در عاملیت روان‌شناختی شخصی در استفاده از اینستاگرام از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و ترکیبی از تحلیل موضوعی استقرایی و قیاسی برای شناسایی و سازمان‌دهی الگوهای معنا در داده‌های تعدادی از کاربران اینستاگرام، استفاده از این شبکه را ساده، پیچیده و قابل تغییر دانسته و مطالعات قبلی در زمینه تأثیر اینستاگرام بر سلامتی را متناقض می‌بینند (رایان و لاینهان، ۲۰۲۲).

مارسین استانیفسکی و کاتارزینا اوروک در پژوهشی با عنوان "تأثیر اینستاگرام بر سلامت روان و تصمیم‌های خرید در یک بیماری همه‌گیر"، به بررسی تأثیر اینستاگرام بر سلامت روانی و رفتار کاربران آن پرداخته‌اند که با مطالعه روی ۳۵۹ پاسخ‌دهنده به پرسشنامه عزت نفس، بین مؤلفه‌های این متغیر، خودکنترلی و شایستگی همبستگی منفی و معناداری را اثبات کردند. نتایج تأیید می‌کند که استفاده طولانی و مکرر از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند تأثیر منفی بر عزت نفس ایجاد کند. دنبال کردن آشنایان (نه اینفلوئنسرها) و عدم انجام فعالیت (در خصوص تصمیم‌های خرید محصولات تبلیغاتی اینستاگرام) ممکن است تغییرهای در حال ظهور در جامعه را نشان دهد (استانیوسکی و اوروک، ۲۰۲۲).

الین والاس و ایزابل بویل در مقاله‌ای تحت عنوان "بررسی پیشایندهای خصیصه همانندخواهی هنجاری و فریبنده در اینستاگرام"، به بررسی لایک‌ها در اینستاگرام و پیامدهای منفی آن‌ها می‌پردازند و بیان می‌دارند که این امر به عنوان یک ویژگی محرک، سبب کنش‌های مخاطره‌آمیز در حوزه سلامتی می‌شود. با مطالعه روی ۴۳۶ کاربر اینستاگرام با استفاده از مدل‌سازی ساختاری، خودشیفتگی آسیب‌پذیر و ویژگی‌های خودنظارتی مرتبط با مصرف آشکار به عنوان پیش‌نیاز لایک‌جویی در اینستاگرام، به‌طور مستقیم با دوست‌یابی فریبنده مرتبط هستند. یافته‌ها بینش جدیدی را در مورد شدت اینستاگرام کاربران نشان می‌دهد (والاک و بویل، ۲۰۲۳).

حجت‌الله مرادی و مرتضی بهرامیان در مقاله‌ای به موضوع تأثیر فضای سایبری بر سلامت روانی دانشجویان دانشگاه‌های استان قزوین پرداخته و از روش آماری و پرسشنامه‌ای براساس تجزیه و تحلیل یافته‌ها، میزان ساعت بهره‌گیری از اینترنت و موضوعات مورد علاقه و عضویت در آن را بر سلامت اجتماعی و روانی مؤثر دانسته‌اند (مرادی و بهرامیان، ۱۳۹۳).

سعید شریفی رهنمو و سراجی در مقاله‌ای به موضوع تحلیل کانونی رابطه اعتیاد موبایلی با میزان امنیت روانی و فرهنگی جوانان پرداخته و از طریق روش آماری و پرسشنامه MPAS نشان دادند که بین اعتیاد موبایلی، امنیت فرهنگی و امنیت روانی رابطه معناداری وجود دارد (رهنمو و سراجی، ۱۴۰۰).

امیری و حبیب‌زاده در پژوهشی با عنوان "تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی با تأکید بر مدل SWOT" با استفاده از طراحی پرسشنامه دلفی به صورت تحقیقی کیفی با جامعه آماری کارشناسان علوم ارتباطات و کارشناسان امنیت با حجم نمونه ۲۰ نفره، به بررسی شاخص‌های محیط بیرونی شبکه‌های اجتماعی مجازی (تهدیدها و فرصت‌ها) و محیط داخلی (نقاط ضعف و قوت) با استفاده از تکنیک SWOT می‌پردازند. نتیجه‌های این تحقیق نشان‌گر این بود که تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی از بعد عامل‌های خارجی بیشتر در حوزه‌های

امنیتی و بین‌المللی و از بعد عامل‌های داخلی، شامل نقاط ضعف و قوت کاربران و سازمان‌ها در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی و امنیتی است (امیری و حبیب‌زاده، ۱۳۹۴). دیدگاه محققان نیز تأثیرگذاری ایده غالب منتسب از این شبکه اجتماعی بر مردم ایران به‌خصوص جامعه دانشجویان را با نگاه امنیتی و تلفیقی با سلامت روان و به‌طور خاص امنیت روانی مطرح می‌کند. این پژوهش به دنبال برداشتن گامی مؤثر و ادامه‌دهنده برای سایر تحقیقات انجام‌پذیرفته در زمینه شبکه‌های اجتماعی در راستای بهره‌برداری مناسب در امور زیرساختی ارتباطاتی در حوزه امنیتی کشور است که با نگاهی نو به نقش جریان‌سازی‌های شکل‌گرفته در شبکه اجتماعی اینستاگرام بر امنیت روانی جامعه می‌پردازد. دانشجویان به‌عنوان آینده‌سازان هر جامعه بشری در کانون توجه‌ها حول این محور مهم بوده‌اند که در این پژوهش نیز مشارکت‌کننده اصلی به‌منظور رسیدن به مقصودی مطابق معیارهای آماری هستند.

مفاهیم نظری پژوهش

جریان‌سازی

به تدبیری که ابزار ارتباط جمعی به‌کار می‌برند تا مخاطب را با خود همراه کنند، جریان‌سازی رسانه‌ای گویند (جانسون و اسمیت، ۲۰۲۳). موضوع تولید و انتشار خبرها به دو صورت پوشش خبری و جریان‌های متناسب با آن مطرح می‌شود:

الف) تولید و انتشار اخبار موجود برای اشباع دسته اطلاعات محور و ایجاد تسلط بر وضعیت خبری به‌عنوان رویکرد بنیادین در نقاب اخبار.

ب) انتخاب، پالایش و فیلتر خبری، پایش و تحریف خبری، تولید محتوای هدفمند خبر و در انتها انتشار بر مبنای برنامه‌ریزی، با آماج ابداع جریان خبر (تیلور و براون، ۲۰۲۲).

مراحل سه‌گانه جریان‌سازی:

۱. شناخت مخاطب و ارزشیابی و تشریح تفکر و نگرش وی.

۲. اقناع مخاطب، به‌خصوص اقناع نامحسوس و در پس زمینه، استحکام تدبیر اقناعی.

۳. تثبیت جریان‌سازی (هیراک^۳ و همکاران، ۲۰۱۲).

از این رو همراه‌سازی مخاطب از طریق اقناع‌سازی با تولید محتوای هدفمند، تعریف مورد نظر محققان از جریان‌سازی است.

شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی، عرصه‌هایی در دنیای استعاره‌ای یا مجازی هستند که برای تعامل و هماهنگی

1. Johnson & Smith
2. Taylor & Brown
3. Hirak

میان افراد گوناگون، با جنبه‌های متنوع دسترسی، به وجود آمده‌اند (تاجیک و تاجیک، ۱۴۰۳). در هر شبکه اجتماعی، کاربران می‌توانند هدف‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و همچنین هدف‌های شخصی را پیگیری کنند (پاتل و نگوین^۱، ۲۰۲۴). اعضا در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند دوستان و آشنایان قدیمی خود را پیدا کرده یا با فردهای جدید تعامل کنند (راستین و تقی‌آبادی، ۱۴۰۳).

شبکه‌های اجتماعی از نظر مسئله‌های نظری، پژوهش‌ها و روش‌های مربوط به یک تکنیک ضمنی، به جایگاهی تحلیل بنیان به منظور جهان‌بینی و یک الگوی تغییر یافته تبدیل شده است که از کل تا جزء، از ساختار تا افراد و روابط، و از اخلاق تا رفتار، شبکه‌های سراسری را مورد بررسی قرار داده است (پرتوریس و مک‌کاشین^۲، ۲۰۲۲). رابطه‌های ویژه در میان اجتماعات، شبکه‌های فردی مانند انجمن‌های خصوصی که افراد خاص در آن حضور دارند را به تعمق و کاوش می‌پردازد (بختیاری و عزیزخانی، ۱۴۰۰).

بنابراین از نظر محققان، شبکه اجتماعی، بستری مجازی برای ارتباط با افراد و سازمان‌های دیگر و اشتراک مطلب‌ها، عقیده‌ها و نظرات با دیگران است.

اینستاگرام

رسانه اجتماعی هم‌رسانی عکس و ویدیو است که کوین سیستروم و مایک کرایگر آن را بنیان نهاده و هم‌اکنون شرکت متا (با نام پیشین فیس‌بوک) مالکیت آن را بر عهده دارد (الهامی‌اطهر^۳، ۲۰۲۵). این نرم‌افزار این امکان را به کاربران خود می‌دهد که عکس‌ها و ویدیوهای خود را در دیگر رسانه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، توئیتر، تامبلر و فلیکر هم‌رسانی کنند.

در قسمت نشر تصویرها نیز کاربران می‌توانند هرگونه اطلاعات یا نگارشی در ارتباط با موضوع یا هر توضیح دیگری را بدون محدودیتی به‌کار ببرند (لی و کیم^۴، ۲۰۲۳). اگرچه، این به این معنا نیست که پست شما را افراد خاصی بتوانند مشاهده کنند و فقط تصاویر به صورت خصوصی برای همه آن‌ها ارسال می‌شود. در مورد نشر ویدیو هم تمام این امکان‌ها وجود دارد با این تفاوت که در اینستا برای هر ویدیو محدودیت زمانی وجود دارد (گارسیا و مارتینز^۵، ۲۰۲۳).

از نظر محققان، شبکه اجتماعی اینستاگرام، رسانه‌ای هوشمند و هدفمند به منظور هم‌رسانی عکس و ویدیو با قابلیت‌های مختلف و مطابق با سیاست‌های کشور مؤسس است.

1. Patel & Nguyen
2. Pretorius & McCashin
3. Elhami Athar
4. Lee & Kim
5. Garcia & Martinez

امنیت روانی

امنیت، موهبتی الهی و یک نیاز فطری در انسان‌ها است (شمس‌مورکانی و همکاران، ۱۳۹۶). براساس دیدگاه اندیشمندان، امنیت در زندگی بشر از مفهوم ژرفی برخوردار است که دارای سابقه‌ای به بلندای حیات بشری است (پورقربان، ۱۳۹۶). در فرهنگ فارسی معین، امنیت به معنای در امان بودن است (عامری و همکاران، ۱۴۰۰).

به‌طور کلی امنیت به معنای احساس خشنودی و رضایت از دستیابی به خواسته‌های شخصی است که شامل موردهایی از جمله اطمینان خاطر، اعتماد به نفس و احساس ارزش شخصی است (هادیان‌تو^۱، ۲۰۲۵). مفهوم امنیت همانند سایر مفهوماها به مرور زمان با تغییر و رشد همراه بوده و یکی از بعدهای آن امنیت روانی است (میر فردی و عبدالهی، ۱۳۹۶). امنیت روانی مهم‌ترین فاکتور برای داشتن یک زندگی سالم است (خانی‌جزنی و علیجانی، ۱۳۸۸). امنیت روانی سازوکاری است که در تمام جنبه‌های زندگی از جمله داشتن رابطه‌های اجتماعی سالم و عزت نفس، دارای نقش اساسی است (هارت^۲، ۲۰۱۹). بنابراین از نظر محققان، امنیت روانی، رهایی نسبی از تهدیدهای زیان‌بخش، کارکرد اجتماعی مناسب، آرامش ذهنی و نداشتن ترس و نگرانی تعبیر می‌شود.

امنیت روانی از دیدگاه امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)

امام خامنه‌ای نیز به موضوع امنیت به‌خصوص امنیت روانی در جامعه یک نگاه جامع و ویژه دارند، به‌طوری که در سال‌های متمادی در بیاناتشان، زوایای این مسئله اساسی را مورد بررسی قرار داده‌اند. در بیست‌وششم شهریورماه سال ۱۳۹۰ در نخستین اجلاس بیداری اسلامی فرمودند:

ملت‌های منطقه بر این اعتقادند که برخورداری از امنیت روانی، عدالت، پیشرفت و شکوفایی جز در سایه شریعت اسلامی به‌دست نخواهد آمد.

در ادامه بیان داشتند:

یکی از حقوق اساسی مهم مردم این است که در آرامش روانی و در امنیت روانی زندگی کنند؛ در کشور امنیت اخلاقی برقرار باشد.

همچنین در هفتم تیرماه سال ۱۴۰۱ در دیدار رئیس و مسئولان قوه قضاییه در بیاناتی دیگر اذعان داشتند:

یکی از حقوق عمومی مردم همین است که امنیت روانی داشته باشند. امنیت روانی یعنی چه؟

1. Hadianito
2. Hart

یعنی هر روز یک شایعه‌ای، یک دروغی، یک حرف هراس افکننده‌ای در ذهن‌ها پخش نشود. حالا تا دیروز فقط روزنامه‌ها بودند که این کارها را انجام می‌دادند، حالا فضای مجازی هم اضافه شده. هر چند وقت یا چند روز یک بار، گاهی چند ساعت یک بار یک شایعه‌ای، یک دروغی، یک حرفی را یک آدم مشخصی یا نامشخصی در فضای مجازی منتشر می‌کند، مردم را نگران می‌کند، ذهن مردم را خراب می‌کند. یک دروغی را مطرح می‌کند، شایع می‌کند، خب، این امنیت روانی مردم از بین می‌رود. یکی از وظایف قوه قضاییه برخورد با این مسئله است. البته اینجا هم من شنیدم بعضی گفتند که قانون نداریم؛ اول می‌توان از همین قوانین موجود استفاده کرد و حکم این را فهمید؛ اگر قانون هم نداشت، سریع قانون تهیه کنید.

در ششم تیرماه سال ۱۴۰۲ نیز در دیدار رئیس و مسئولان قوه قضاییه، با توجه به وقایع و ناآرامی‌های اخیر یک سال گذشته، به‌طور مجدد فرمودند: «یکی از حقوق عامه، امنیت روانی جامعه است» (عامری و همکاران، ۱۴۰۰).

نظریه تزریق

این پژوهش از نظریه ارتباطاتی تزریقی یا گلوله سربی بهره گرفته است. این نظریه که به آن گلوله جادویی نیز گفته می‌شود، به بررسی تأثیرات مستقیم رسانه‌ها بر مخاطبان می‌پردازد. براساس این تئوری، پیام‌های رسانه‌ای و محتوای تولیدشده در اینستاگرام به‌عنوان گلوله‌ای از تفنگ رسانه تصور می‌شوند که به‌طور مستقیم به بیننده برخورد می‌کند (ایوبی و همکاران، ۱۴۰۴). در این دیدگاه، مخاطبان به‌طور کامل منفعل تلقی می‌شوند و نمی‌توانند از تأثیرات رسانه‌ها و به‌طور ویژه شبکه اجتماعی اینستاگرام فرار کنند.

در دنیای امروز، کاربران اینستاگرام ممکن است به‌طور غیرانتقادی به محتوای منتشرشده اعتماد کنند و این می‌تواند به ایجاد نگرانی و اضطراب در آن‌ها منجر شود (ویدزلی و ایسن، ۲۰۲۵). نظریه سوزن تزریق تأکید می‌کند که پیام‌های ارتباط جمعی، تأثیرات کم‌وبیش یکسان و قوی بر تمامی مخاطبان دارند. به عبارت دیگر، این نظریه فرض می‌کند که رسانه‌ها می‌توانند به‌طور مؤثر و یکسان روی همه فردا تأثیر بگذارند، بدون این که تفاوت‌های فردی یا اجتماعی در این تأثیرات وجود داشته باشد (اسمیت، ۲۰۲۳).

به‌طور کلی، انتخاب نظریه گلوله جادویی به‌عنوان مبنای نظری پژوهش، به دلیل وضوح و سادگی خود این امکان را می‌دهد تا بررسی دقیق تری از محتوای منتشرشده در اینستاگرام انجام شود و تأثیرات مستقیم و فوری آن‌ها شامل انتشار شایعات، خبرهای نادرست و غیره روی امنیت روانی کاربران تحلیل و نتایج قابل فهم و قابل دسترسی ارائه شود. این امر می‌تواند به درک بهتری از چگونگی شکل‌گیری نگرش‌ها و احساسات در جامعه کمک کند. همچنین علت

عدم استفاده از سایر نظریه‌های نوین ارتباطی، پیچیدگی، فرایندهای طولانی مدت، انحراف و عدم انطباق آن‌ها با موضوع پژوهش است.

روش‌شناسی پژوهش

نوع پژوهش حاضر، کاربردی و روش آن توصیفی تحلیلی است. در این پژوهش، اطلاعات به دو روش اصلی جمع‌آوری شده است: نخست، از طریق روش کتابخانه‌ای، که شامل گردآوری داده‌ها از آثار منتشرشده در موضوع مرتبط با پژوهش، از جمله مقالات و منابع آکادمیک است. در این راستا، فیش‌برداری به‌کار گرفته شده است تا اطلاعات مربوط به موضوع به‌طور سیستماتیک و منظم ثبت و سازمان‌دهی شوند.

دومین روش، استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته به‌صورت بسته و چندگزینه‌ای در بستر پرس‌لاین است. در این پژوهش، جامعه آماری شامل دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات است که جمعیت کل آن نزدیک به ۵۰۰۰۰ نفر در تمامی مقطع‌های تحصیلی دانشگاهی است. حجم نمونه انتخاب‌شده برابر با ۳۸۱ نفر بوده که از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و با استفاده از جدول مورگان تعیین شده است.

پرسشنامه شامل ۳۸ پرسش است که در چند بخش طراحی شده است. بخش اول شامل ۱۳ پرسش عمومی است که ویژگی‌های جمعیتی شرکت‌کنندگان را بررسی کرده و به‌عنوان غربالگری پیش‌نیاز قبل از پرسش‌های تخصصی عمل می‌کند. این پرسش‌ها به‌صورت چندگزینه‌ای و تک‌انتخابی طراحی شده‌اند.

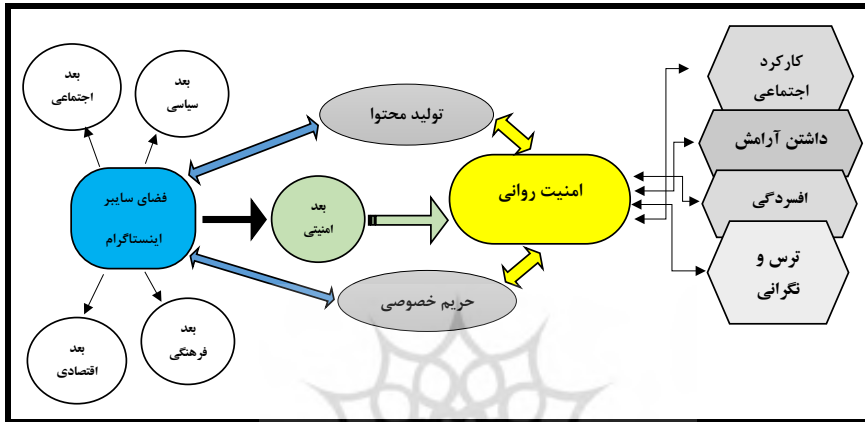
بخش دوم شامل ۱۶ پرسش مرتبط با پرسش نخست پژوهش است که به بررسی چگونگی تأثیر محتوای تولیدشده در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام بر شاخص‌های امنیت روانی (شامل عدم ترس و نگرانی، عدم افسردگی، کارکرد اجتماعی و داشتن آرامش) می‌پردازد. هر یک از این شاخص‌ها دارای سازه‌ای از پرسش‌های مختص به‌خود بوده و پرسش‌ها در قالب طیف لیکرت طراحی شده‌اند.

بخش سوم نیز شامل ۹ پرسش مرتبط با پرسش دوم پژوهش است که به بررسی تأثیر نبود زیرساخت حفاظتی از صیانت محیط خصوصی در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام بر شاخص امنیت روانی (عدم ترس و نگرانی) می‌پردازد. تمامی پرسش‌های این بخش نیز در رابطه با شاخص مذکور و در قالب طیف لیکرت طراحی شده‌اند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق نرم‌افزار SPSS انجام شده است و برای تعیین پایداری پرسشنامه، از روش آلفای کرونباخ استفاده شده که نتایج آن نشان‌دهنده درجه بالای اعتبار پرسشنامه است.

مدل پژوهش

می‌توان مدلی مطابق شکل ۱، به‌منظور بررسی تأثیرات شبکه اجتماعی اینستاگرام که در بعدها‌ی مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و امنیتی بروز و ظهور یافته است و در بعدها‌ی مطابق تعاریف شامل تأثیرات مختلف است، مشاهده کرد. شکل ۱، تأثیر فضای سایبر (اینستاگرام) در بعدها‌ی مختلف بر امنیت روانی را نشان می‌دهد.



شکل ۱. مدل پژوهش

روایی و پایایی پژوهش

در این پژوهش، روایی مورد استفاده از نوع محتوایی و سازه است. روایی محتوایی (CVR) و سازه (CVI) به‌صورت فرم مکتوب دارای جداول به‌همراه پرسشنامه سؤال‌ها به تعداد ۵ نفر از استادان متخصص مرتبط با پژوهش در رشته علوم سیاسی و با مدرک تحصیلی دکتری توزیع شد. پس از تکمیل آن و انجام محاسبه‌ها، روایی پژوهش مورد تأیید قرار گرفت و می‌توان بیان کرد که پژوهش دارای اعتبار است. به‌منظور محاسبه ضریب قابلیت اعتماد، از ابزار اندازه‌گیری آلفای کرونباخ در نرم‌افزار SPSS بهره گرفته شده است.

جدول ۱. میزان آلفای کرونباخ پرسشنامه

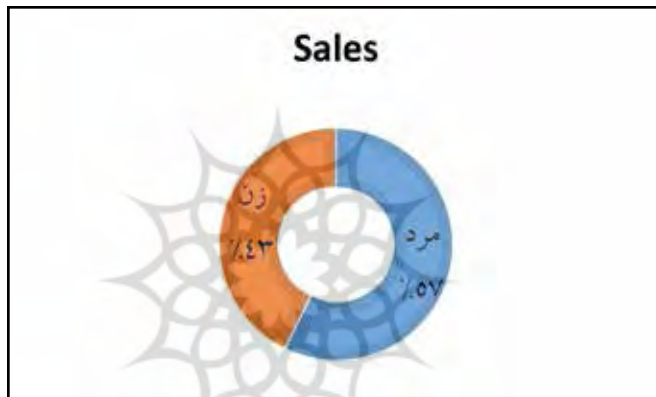
مؤلفه‌ها	آلفای کرونباخ	آلفای کرونباخ براساس موردی‌های استاندارد شده	تعداد سؤال
پایایی پرسشنامه	۰/۹۴۴	۰/۹۴۲	۳۸

مطابق جدول ۱، پایایی به‌دست آمده نشان‌دهنده ثبات و هم‌سانی عالی میان‌گویه‌ها و قابلیت اعتماد و پایایی مناسب است.

تجزیه و تحلیل توزیع پاسخ دهندگان بر مبنای جنسیت

جدول ۲. جنسیت پاسخ دهندگان

جنسیت	فراوانی پاسخ	درصد فراوانی
زن	۲۱۸	۵۷/۲
مرد	۱۶۳	۴۲/۷
جمع	۳۸۱	۱۰۰



نمودار ۱. جنسیت پاسخ دهندگان

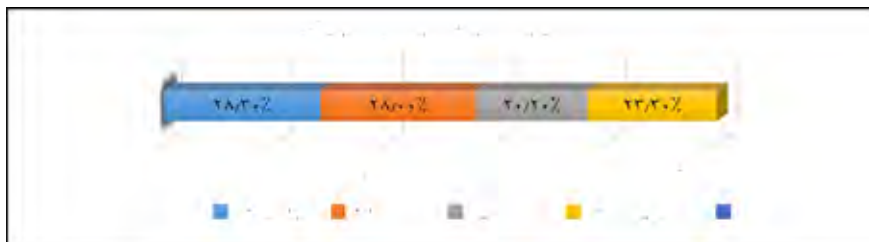
مطابق جدول ۲ و نمودار دایره ای ۱، از مجموع تعداد ۳۸۱ نفر دانشجویان پاسخ دهنده، ۵۷/۲ درصد با فراوانی ۲۱۸ نفر را دانشجویان خانم و ۴۲/۷ درصد با فراوانی ۱۶۳ نفر را دانشجویان مرد تشکیل می دهند.

توزیع پاسخ دهندگان بر مبنای سن

جدول ۳. سن پاسخ دهندگان

گزینه	فراوانی پاسخ	درصد فراوانی
۲۳ تا ۱۸	۱۰۸	۲۸/۳
۲۹ تا ۲۴	۱۰۷	۲۸

گزینه	فراوانی پاسخ	درصد فراوانی
۳۵ تا ۳۰	۷۷	۲۰/۲
بالای ۳۵ سال	۸۹	۲۳/۳
جمع	۳۸۱	۱۰۰



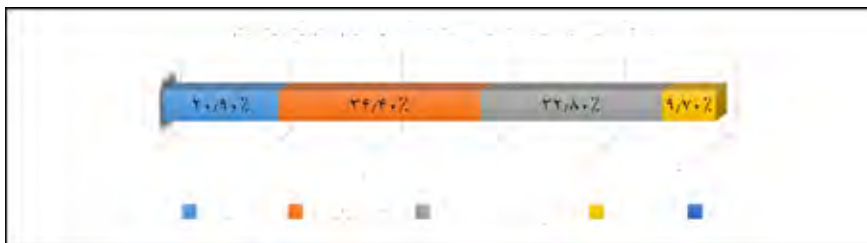
نمودار ۲. سن پاسخ‌دهندگان

مطابق جدول ۳ و نمودار ۲، از مجموع تعداد ۳۸۱ نفر دانشجویان پاسخ‌دهنده، ۲۸/۳ درصد با فراوانی ۱۰۸ نفر دارای سن ۱۸ الی ۲۳ سال، ۲۸ درصد با فراوانی ۱۰۷ نفر دارای سن ۲۴ الی ۲۹ سال، ۲۰/۲ درصد با فراوانی ۷۷ نفر دارای سن ۳۰ الی ۳۵ سال و ۲۳/۳ درصد با فراوانی ۸۹ نفر دارای سن بالای ۳۵ سال هستند؛ همان‌طور که مشاهده می‌شود، توازن مناسبی میان پاسخ‌دهندگان از نظر سنی وجود دارد.

توزیع پاسخ‌دهندگان بر مبنای مقطع تحصیلی

جدول ۴. توزیع پاسخ‌دهندگان بر مبنای مقطع تحصیلی

گزینه	فراوانی پاسخ	درصد فراوانی
کاردانی	۸۰	۲۰/۹
کارشناسی	۱۳۹	۳۶/۴
کارشناسی ارشد	۱۲۵	۳۲/۸
دکتری	۳۷	۹/۷
جمع	۳۸۱	۱۰۰



نمودار ۳. مقطع تحصیلی پاسخ‌گویان

مطابق جدول ۴ و نمودار ۳، از مجموع تعداد ۳۸۱ نفر دانشجویان پاسخ‌دهنده، ۲۰/۹ درصد با فراوانی ۸۰ نفر در مقطع تحصیلی کاردانی، ۳۶/۴ درصد با فراوانی ۱۳۹ نفر در مقطع کارشناسی، ۳۲/۸ درصد با فراوانی ۱۲۵ نفر در مقطع کارشناسی ارشد و ۹/۷ درصد با فراوانی ۳۷ نفر در مقطع دکتری مشغول به تحصیل هستند؛ همان‌طور که مشاهده می‌شود، دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد بیشترین مشارکت‌کنندگان را در انجام پژوهش تشکیل می‌دهند.

آمار و تحلیل استنباطی

در این قسمت، به منظور تعیین رابطه بین متغیرهای پژوهش، از آزمون‌های آماری مناسب جهت تحلیل داده‌ها استفاده شده است.

فرضیه‌های فرعی

فرضیه یکم

به نظر می‌رسد محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام بر امنیت روانی جامعه (شاخص‌های عدم ترس و نگرانی، عدم افسردگی، کارکرد اجتماعی و داشتن آرامش) تأثیرگذار است.

- رابطه بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان آرامش دانشجویان متأثر از آن

مجموعه آزمون فرض:

H_0 : بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان آرامش دانشجویان، رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان آرامش دانشجویان، رابطه وجود دارد.

جدول ۵. آزمون محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام
و میزان آرامش دانشجویان متأثر از آن

متغیر	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری	تعداد کل
محتوای تولیدشده در اینستاگرام	-۰/۴۱۲	۰/۰۰۰	۳۸۱
شاخص عدم آرامش			

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون اسپیرمن و سطح معناداری ($\text{sig}=0/000$) یا سطح خطای کمتر از یک درصد و با ۹۹ درصد اطمینان و همچنین ضریب همبستگی ($-0/412$) از مجموع ۳۸۱ نفر دانشجوی پاسخگو، می توان بیان کرد که فرض صفر یا همان H_0 رد می شود و میان دو متغیر محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان آرامش دانشجویان، رابطه منفی و متوسطی وجود دارد. بنابراین هرچه میزان تولید محتوا گسترده تر شود، میزان آرامش دانشجویان کاهش می یابد. در نتیجه فرض یک یا همان H_1 اثبات و اولین شاخص از فرضیه یکم تأیید می شود.

● رابطه بین محتوای تولید شده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان ترس و نگرانی دانشجویان متأثر از آن
مجموعه آزمون فرض:

H_0 : بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان ترس و نگرانی دانشجویان، رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان ترس و نگرانی دانشجویان، رابطه وجود دارد.

جدول ۶. آزمون بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام
و میزان ترس و نگرانی دانشجویان متأثر از آن

متغیر	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری	تعداد کل
محتوای تولیدشده در اینستاگرام	۰/۸۸۰	۰/۰۰۰	۳۸۱
شاخص ترس و نگرانی			

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون اسپیرمن و سطح معناداری ($\text{sig}=0/000$) یا سطح خطای کمتر از ۱ درصد و با ۹۹ درصد اطمینان و همچنین ضریب همبستگی ($0/880$) از مجموع ۳۸۱ نفر دانشجوی پاسخگو، می توان بیان کرد که فرض صفر یا همان H_0 رد می شود و میان دو متغیر محتوای تولیدشده در شبکه های اجتماعی مانند اینستاگرام و میزان ترس و

نگرانی آن‌ها، رابطه مثبت و بسیار قوی وجود دارد. بنابراین هرچه میزان تولید محتوا گسترده‌تر شود، میزان ترس و نگرانی دانشجویان نیز افزایش می‌یابد. در نتیجه فرض یک یا همان H_1 اثبات و دومین شاخص از فرضیه یکم تأیید می‌شود.

● رابطه بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان نمود افسردگی دانشجویان متأثر از آن مجموعه آزمون فرض:

H_0 : بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان نمود افسردگی دانشجویان، رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان نمود افسردگی دانشجویان، رابطه وجود دارد.

جدول ۷. آزمون بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان نمود افسردگی دانشجویان متأثر از آن

متغیر	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری	تعداد کل
محتوای تولیدشده در اینستاگرام	۰/۸۱۲	۰/۰۰۰	۳۸۱
شاخص افسردگی			

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون اسپیرمن و سطح معناداری ($sig=0/000$) یا سطح خطای کمتر از ۱ درصد و با ۹۹ درصد اطمینان و همچنین ضریب همبستگی (۰/۸۱۲) از مجموع ۳۸۱ نفر دانشجوی پاسخگو، می‌توان بیان کرد که فرض صفر یا همان H_0 رد می‌شود و میان دو متغیر محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان نمود افسردگی آن‌ها، رابطه مثبت و بسیار قوی وجود دارد. بنابراین هرچه میزان تولید محتوا گسترده‌تر شود، میزان نمود افسردگی دانشجویان نیز افزایش می‌یابد. در نتیجه فرض یک یا همان H_1 اثبات و سومین شاخص از فرضیه یکم تأیید می‌شود.

● رابطه بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان عدم کارکرد اجتماعی دانشجویان متأثر از آن مجموعه آزمون فرض:

H_0 : بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان عدم کارکرد اجتماعی دانشجویان، رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان عدم کارکرد اجتماعی دانشجویان، رابطه وجود دارد.

جدول ۸. آزمون بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان عدم کارکرد اجتماعی دانشجویان متأثر از آن

متغیر	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری	تعداد کل
محتوای تولیدشده در اینستاگرام	۰/۷۰۲	۰/۰۰۰	۳۸۱
شاخص کارکرد اجتماعی			

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون اسپیرمن و سطح معناداری ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$) یا سطح خطای کمتر از ۱ درصد و با ۹۹ درصد اطمینان و همچنین ضریب همبستگی ($۰/۷۰۲$) از مجموع ۳۸۱ نفر دانشجوی پاسخگو، می توان بیان کرد که فرض صفر یا همان H_0 رد می شود و میان دو متغیر محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان اخلاص یا عدم کارکرد اجتماعی آن ها، رابطه مثبت و قوی وجود دارد. بنابراین هرچه میزان تولید محتوا گسترده تر شود، موجب افزایش اخلاص یا عدم کارکرد اجتماعی دانشجویان می شود و عملکرد آن ها را تحت تأثیر قرار می دهد. در نتیجه فرض یک یا همان H_1 اثبات و چهارمین شاخص از فرضیه یکم تأیید می شود.

- رابطه بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام بر امنیت روانی جامعه مجموعه آزمون فرض:

H_0 : بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و امنیت روانی جامعه، رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و امنیت روانی جامعه، رابطه وجود دارد.

جدول ۹. آزمون بین محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام بر امنیت روانی جامعه

متغیر	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری	تعداد کل
محتوای تولیدشده در اینستاگرام	۰/۷۷۲	۰/۰۰۰	۳۸۱
امنیت روانی جامعه			

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون اسپیرمن و سطح معناداری ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$) یا سطح خطای کمتر از ۱ درصد و با ۹۹ درصد اطمینان و همچنین ضریب همبستگی ($۰/۷۷۲$) از مجموع ۳۸۱ نفر دانشجوی پاسخگو، می توان بیان کرد که فرض صفر یا همان H_0 رد می شود و میان دو متغیر محتوای تولیدشده در شبکه اجتماعی اینستاگرام و امنیت روانی جامعه، رابطه

مثبت و بسیار قوی وجود دارد. بنابراین هرچه میزان تولید محتوا گسترده تر شود، در میزان امنیت روانی دانشجویان نیز تأثیر می‌گذارد. در این آزمون، شاخص‌ها تبدیل به یک سازه (struc1) تحت عنوان امنیت روانی شده و همچنین سؤال‌های معیار محتوای تولید شده در اینستاگرام نیز به عنوان یک سازه (strucq1) برای بررسی در نظر گرفته شد و در مجموع محتوای تولید شده در موضوعات گوناگون با داده‌های موجود موجب کاهش امنیت روانی دانشجویان می‌شود.

فرضیه دوم

به نظر می‌رسد نبود زیرساخت حفاظتی از صیانت محیط خصوصی در شبکه اجتماعی اینستاگرام بر امنیت روانی (شاخص ترس و نگرانی) تأثیرگذار است. مجموعه آزمون فرض:

H_0 : بین عدم زیرساخت حفاظتی به منظور صیانت از محیط خصوصی در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان ترس و نگرانی دانشجویان، رابطه وجود ندارد.
 H_1 : بین عدم زیرساخت حفاظتی به منظور صیانت از محیط خصوصی در شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان ترس و نگرانی دانشجویان، رابطه وجود دارد.

جدول ۱۰. نبود زیرساخت حفاظتی از صیانت محیط خصوصی در شبکه اجتماعی اینستاگرام بر امنیت روانی (شاخص ترس و نگرانی)

متغیر	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری	تعداد کل
عدم زیرساخت حفاظتی از صیانت محیط خصوصی در اینستاگرام	۰/۴۱۶	۰/۰۰۰	۳۸۱
امنیت روانی (شاخص ترس و نگرانی)			

با توجه به نتیجه‌های به دست آمده از آزمون اسپیرمن و سطح معناداری ($\text{sig}=0/000$) یا سطح خطای کمتر از ۱ درصد و با ۹۹ درصد اطمینان و همچنین ضریب همبستگی (۰/۴۱۶) از مجموع ۳۸۱ نفر دانشجوی پاسخ‌گو، می‌توان بیان کرد که فرض صفر یا همان H_0 رد می‌شود و میان دو متغیر عدم زیرساخت حفاظتی از صیانت محیط خصوصی در اینستاگرام و امنیت روانی (شاخص ترس و نگرانی)، رابطه مثبت و متوسط وجود دارد. بنابراین هرچه فقدان زیرساخت حفاظتی از صیانت محیط خصوصی در شبکه اجتماعی اینستاگرام ذیل سیاست‌گذاری‌های کشور مؤسس افزایش یابد و آزادی‌های فردی در نظر گرفته نشود، میزان ترس و نگرانی دانشجویان را نیز افزایش می‌دهد و امنیت روانی آنان تحت تأثیر این موضوع قرار گرفته و کاهش می‌یابد. در این آزمون، امنیت روانی (شاخص ترس و نگرانی) تبدیل به

یک سازه (struc۲) و همچنین سال معیار عدم زیر ساخت حفاظتی از صیانت محیط خصوصی در اینستاگرام نیز به عنوان یک سازه (struc۲q) برای بررسی در نظر گرفته شد.

فرضیه اصلی

جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام بر امنیت روانی (شاخص های عدم ترس و نگرانی، عدم افسردگی، کارکرد اجتماعی و داشتن آرامش) جامعه تأثیرگذار است.

- رابطه میان جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان آرامش دانشجویان متأثر از آن مجموعه آزمون فرض:

H_0 : بین جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان آرامش دانشجویان، رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان آرامش دانشجویان، رابطه وجود دارد.

جدول ۱۱. آزمون میان جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان آرامش دانشجویان متأثر از آن

متغیر	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری	تعداد کل
جریان سازی اینستاگرام	-۰/۴۴۷	۰/۰۰۰	۳۸۱
شاخص آرامش			

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون اسپیرمن و سطح معناداری ($\text{sig}=۰/۰۰۰$) یا سطح خطای کمتر از ۱ درصد و با ۹۹ درصد اطمینان و همچنین ضریب همبستگی (-۰/۴۴۷) از مجموع ۳۸۱ نفر دانشجوی پاسخگو، می توان بیان کرد که فرض صفر یا همان H_0 رد می شود و میان دو متغیر جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان آرامش دانشجویان، رابطه منفی و متوسطی وجود دارد. بنابراین هرچه میزان جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام گسترده تر شود، میزان آرامش دانشجویان نیز کاهش می یابد. در نتیجه فرض یک یا همان H_1 اثبات و اولین شاخص از فرضیه اصلی تأیید می شود.

- رابطه میان جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان ترس و نگرانی دانشجویان متأثر از آن

مجموعه آزمون فرض:

H_0 : بین جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان ترس و نگرانی دانشجویان، رابطه

وجود ندارد.

H_1 : بین جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان ترس و نگرانی دانشجویان، رابطه

وجود دارد.

جدول ۱۲. آزمون میان جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان ترس و نگرانی دانشجویان متأثر از آن

متغیر	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری	تعداد کل
جریان سازی اینستاگرام	۰/۷۵۶	۰/۰۰۰	۳۸۱
شاخص ترس و نگرانی			

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون اسپیرمن و سطح معناداری ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$) یا سطح خطای کمتر از ۱ درصد و با ۹۹ درصد اطمینان و همچنین ضریب همبستگی ($۰/۷۵۶$) از مجموع ۳۸۱ نفر دانشجوی پاسخ گو، می توان بیان کرد که فرض صفر یا همان H_0 رد می شود و میان دو متغیر جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان ترس و نگرانی آن ها، رابطه مثبت و قوی وجود دارد. بنابراین هرچه میزان جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام گسترده تر شود، میزان ترس و نگرانی دانشجویان نیز افزایش می یابد. در نتیجه فرض یک یا همان H_1 اثبات و دومین شاخص از فرضیه اصلی تأیید می شود.

● رابطه میان جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان نمود افسردگی دانشجویان متأثر از آن

مجموعه آزمون فرض:

H_0 : بین جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان نمود افسردگی دانشجویان، رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان نمود افسردگی دانشجویان، رابطه وجود دارد.

جدول ۱۳. آزمون میان جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان نمود افسردگی دانشجویان متأثر از آن

متغیر	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری	تعداد کل
جریان سازی اینستاگرام	۰/۷۹۳	۰/۰۰۰	۳۸۱
شاخص افسردگی			

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون اسپیرمن و سطح معناداری ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$) یا سطح خطای کمتر از ۱ درصد و با ۹۹ درصد اطمینان و همچنین ضریب همبستگی ($۰/۷۹۳$) از مجموع ۳۸۱ نفر دانشجوی پاسخ گو، می توان بیان کرد که فرض صفر یا همان H_0 رد می شود و میان دو متغیر جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان نمود افسردگی آن ها، رابطه مثبت

و قوی وجود دارد. بنابراین هرچه میزان جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام گسترده تر شود، میزان نمود افسردگی دانشجویان نیز افزایش می یابد. در نتیجه فرض یک یا همان H_1 اثبات و سومین شاخص از فرضیه اصلی تأیید می شود.

- رابطه میان جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان عدم کارکرد اجتماعی دانشجویان متأثر از آن مجموعه آزمون فرض:

H_0 : بین جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان عدم کارکرد اجتماعی دانشجویان، رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان عدم کارکرد اجتماعی، رابطه وجود دارد.

جدول ۱۴. آزمون میان جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان عدم کارکرد اجتماعی دانشجویان متأثر از آن

متغیر	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری	تعداد کل
جریان سازی اینستاگرام	۰/۷۵۴	۰/۰۰۰	۳۸۱
شاخص کارکرد اجتماعی			

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون اسپیرمن و سطح معناداری ($sig=0/000$) یا سطح خطای کمتر از ۱ درصد و با ۹۹ درصد اطمینان و همچنین ضریب همبستگی ($0/754$) از مجموع ۳۸۱ نفر دانشجوی پاسخگو، می توان بیان کرد که فرض صفر یا همان H_0 رد می شود و میان دو متغیر جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و میزان اختلال یا عدم کارکرد اجتماعی آنها، رابطه مثبت و قوی وجود دارد. بنابراین هرچه میزان جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام گسترده تر شود، موجب افزایش اختلال یا عدم کارکرد اجتماعی دانشجویان می شود و عملکرد آنها را تحت تأثیر قرار می دهد. در نتیجه فرض یک یا همان H_1 اثبات و چهارمین شاخص از فرضیه اصلی تأیید می شود.

- رابطه میان جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و امنیت روانی جامعه مجموعه آزمون فرض:

H_0 : بین جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و امنیت روانی جامعه، رابطه وجود ندارد.

H_1 : بین جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و امنیت روانی جامعه، رابطه وجود دارد.

جدول ۱۵. آزمون میان جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و امنیت روانی جامعه

متغیر	مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری	تعداد کل
جریان سازی اینستاگرام	۰/۷۹۰	۰/۰۰۰	۳۸۱
امنیت روانی			

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون اسپیرمن و سطح معناداری ($\text{sig} = ۰/۰۰۰$) یا سطح خطای کمتر از ۱ درصد و با ۹۹ درصد اطمینان و همچنین ضریب همبستگی ($۰/۷۹۰$) از مجموع ۳۸۱ نفر دانشجوی پاسخگو، می توان بیان کرد که فرض صفر یا همان H_0 رد می شود و میان دو متغیر جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام و امنیت روانی جامعه، رابطه مثبت و قوی وجود دارد. بنابراین هرچه میزان جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام گسترده تر شود، میزان امنیت روانی دانشجویان را نیز تحت تأثیر قرار می دهد. در این آزمون، شاخص ها تبدیل به یک ساز (strucfinal) با عنوان امنیت روانی و همچنین سؤال های معیار جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام نیز به عنوان یک سازه (strucqfinal) برای بررسی در نظر گرفته شده و در مجموع، جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام در موضوعات گوناگون با داده های موجود موجب کاهش امنیت روانی دانشجویان می شود.

جدول ۱۶. رد یا تأیید فرضیه ها با توصیف آزمون ها

فرضیه	توضیح	نتیجه
به نظر می رسد محتوای تولید شده در شبکه اجتماعی اینستاگرام بر امنیت روانی جامعه (شاخص های عدم ترس و نگرانی، عدم افسردگی، کارکرد اجتماعی و داشتن آرامش) تأثیر گذار است.	میان هر شاخص امنیت روانی با محتوای تولید شده در اینستاگرام رابطه معناداری وجود دارد که منتهی به اثبات فرض یک یا همان H_1 شده و فرضیه یکم تأیید می شود.	✓
به نظر می رسد نبود زیر ساخت حفاظتی از صیانت محیط خصوصی در شبکه اجتماعی اینستاگرام بر امنیت روانی (شاخص ترس و نگرانی) تأثیر گذار است.	میان شاخص ترس و نگرانی با نبود زیر ساخت حفاظتی در شبکه اجتماعی اینستاگرام رابطه معناداری وجود دارد که منتهی به اثبات فرض یک یا همان H_1 شده و فرضیه دوم تأیید می شود.	✓
جریان سازی شبکه اجتماعی اینستاگرام بر امنیت روانی (شاخص های عدم ترس و نگرانی، عدم افسردگی، کارکرد اجتماعی و داشتن آرامش) جامعه تأثیر گذار است.	جریان سازی صورت گرفته در شبکه اجتماعی اینستاگرام با شاخص های امنیت روانی دارای رابطه های معنادار بوده که منتهی به اثبات فرض یک یا همان H_1 شده و فرضیه اصلی تأیید می شود.	✓

نتیجه گیری

در این پژوهش، به بررسی تأثیر شبکه اجتماعی اینستاگرام بر امنیت روانی دانشجویان پرداخته شد. هدف اصلی آن، شناسایی تأثیرات ناشی از رابطه‌های میان کاربران بهره‌بردار از این شبکه اجتماعی و احساس امنیت روانی در جامعه بود که فرضیه‌های پژوهش شامل تأثیر محتوای تولیدشده، نبود زیرساخت‌های حفاظتی و جریان‌سازی‌های موجود در اینستاگرام بر امنیت روانی دانشجویان با تکیه بر نظریه تزریقی با نگاهی نو مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تحلیل استنباطی نشان داد که برای اثبات رابطه میان متغیرها، از آزمون‌های فرض از نوع دوطرفه برای سازه‌های پارامتری و ناپارامتری استفاده شده است. با رد فرض صفر و قبول فرض یک، می‌توان رابطه‌ها را معنادار تعریف کرد.

فرضیه اول نشان داد که محتوای تولیدشده در اینستاگرام بر امنیت روانی جامعه تأثیرگذار است. یافته‌ها حاکی از آن است که هرچه میزان تولید محتوا در این شبکه اجتماعی افزایش یابد، آرامش دانشجویان کاهش یافته و ترس و نگرانی، افسردگی و اختلال در کارکرد اجتماعی آنان افزایش می‌یابد. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌هایی که توسط مارسین استانیفسکی و کاتارزینا اوروک در سال ۲۰۲۲ انجام شده است، هم‌راستا است و تأثیرات منفی استفاده مکرر از رسانه‌های اجتماعی بر عزت نفس را تأیید می‌کند.

فرضیه دوم بر این نکته تأکید دارد که نبود زیرساخت‌های حفاظتی در اینستاگرام بر امنیت روانی تأثیر منفی دارد. فقدان این زیرساخت‌ها موجب افزایش ترس و نگرانی دانشجویان و کاهش امنیت روانی آنان می‌شود. این یافته‌ها با نتایج تحقیق امیلی رایان و کانر لاینهان در سال ۲۰۲۲ که به پیچیدگی‌های رابطه‌های اجتماعی در استفاده از اینستاگرام پرداخته‌اند، هماهنگ است و نشان می‌دهد که مواجهه با محتوای منفی می‌تواند بر احساس امنیت کاربران تأثیر منفی بگذارد.

فرضیه اصلی نیز به بررسی جریان‌سازی اینستاگرام و تأثیر آن بر امنیت روانی پرداخته است. نتایج نشان داد که میان جریان‌سازی در اینستاگرام و میزان آرامش دانشجویان رابطه منفی و متوسطی وجود دارد. همچنین، رابطه مثبت و قوی میان جریان‌سازی اینستاگرام و میزان ترس و نگرانی، افسردگی و اختلال در کارکرد اجتماعی دانشجویان مشاهده شد. این نتایج به وضوح نشان می‌دهد که جریان‌سازی در اینستاگرام تأثیرات منفی بر امنیت روانی جامعه دارد و یک گام پیشینه مطالعاتی را به جلو ارتقا داده و از نگاه امنیتی به رسانه‌های اجتماعی نگاه می‌کند. این موضوع، اصل تأثیر مستقیم و فوری محتوای رسانه‌های اجتماعی در رفتار و نگرش جامعه، انفعال مخاطبان و مواردی از این دست را بر مبنای نظریه تزریقی نیز تأیید می‌کند که با توجه به نتایج پژوهش، به رابطه‌ای معنادار منجر می‌شود. مطابق نتایج، آزمون‌ها همگی مورد تأیید و دارای همبستگی است.

در نهایت می‌توان بیان کرد محتوای تولیدشده و جریان‌سازی‌های شکل گرفته در بستر

اینستاگرام به تناسب جامعه آماری بر مبنای دسترسی آسان به مطالب و اخبار دلهره‌آور در حوزه‌های مختلف، مقایسه خود با دیگران در این بستر، استفاده بیش از حد از تلفن همراه و فضای سایر، منجر به اختلال هورمونی در افراد می‌شود که همین امر موجب افزایش نگرانی، اضطراب و ترسشان می‌شود. رصد طولانی مدت شبکه اینستاگرام و قیاس مطالب منتشرشده با زندگی شخصی افراد موجب القای حس بی‌ارزشی و همچنین برهم زدن خواب آنان شده و بروز نشانه‌های افسردگی را تسریع می‌کند. هدر دادن زمان و صرف اوقات بسیار در صفحات مجازی موجب اخلال در کارکرد اجتماعی اشخاص و به تعویق انداختن وظایفشان می‌شود. کمال‌گرایی و اهمال‌کاری که تحت تأثیر جریانات در این فضا بوده، از طریق جملات انگیزشی و غیرعلمی، ایجاد انتظار بیش از حد و عدم درک شرایط موجود خود در این بستر، موجب القای حس ناامیدی، بی‌ارزشی و عدم مسئولیت‌پذیری توسط افراد در جهت تدوین سبک زندگی مخرب ذیل ناآگاهی‌ها می‌شود. سلامت روان همانند سلامت جسمانی از جمله مهم‌ترین دارایی‌های هر فرد به حساب می‌آید که ذیل توجه به این مهم در شبکه‌های اجتماعی، آرامش و رضایت از زندگی اشخاص را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. با تأسی به قابلیت‌های هوش مصنوعی شبکه اجتماعی اینستاگرام می‌توان بر این نظر استوار بود که افراد هنگام نصب این برنامه به منظور صدور مجوزهای لازم، دارای دیدگاهی میانه بوده و نسبت به حفظ اطلاعات شخصی خود (دسترسی به اطلاعات تماس و مخاطبان، ضبط صدا، دوربین، گالری، موقعیت مکانی و مواردی از این دست) از اطمینان کامل برخوردار نبوده و این امر موجب افزایش ترس، نگرانی و ناامنی آن‌ها می‌شود.

پیشنهادهای پژوهش

پیشنهادهای پژوهشی و ساختاری

با توجه به این نتایج، پیشنهاد می‌شود که پژوهشگران آینده به بررسی تأثیرات سایر شبکه‌های اجتماعی دیگر بر سلامت روان جامعه بپردازند و از نظریه‌های رسانه‌ای متنوعی همچون "ماریچ سکوت" و "نظریه تعامل اجتماعی" در تحقیقات خود استفاده کنند. همچنین، طراحی مطالعات طولی می‌تواند به درک بهتری از تأثیرات مداوم استفاده از این شبکه‌ها بر رفتار و احساسات کاربران کمک کند. استفاده از رویکردهای ترکیبی (کمی و کیفی) در تحقیقات آتی می‌تواند الگوهای پیچیده‌تری از تجربه‌های فردی کاربران را شناسایی کند.

پیشنهادهای کاربردی و عملی

در سطح عملی، ایجاد برنامه‌های آموزشی در دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزشی به منظور افزایش آگاهی دانشجویان درباره تأثیرات منفی رسانه‌های اجتماعی و چگونگی مدیریت

زمان استفاده از آن‌ها، می‌تواند به بهبود وضعیت روانی آن‌ها کمک کند. همچنین، شبکه‌های اجتماعی باید به توسعه و تقویت زیرساخت‌های حفاظتی بپردازند تا کاربران در برابر محتوای منفی و تهدیدهای سایبری بهتر محافظت شوند. طراحی سیستم‌های فیلتر هوشمند برای شناسایی و محدود کردن محتوای آسیب‌زا نیز می‌تواند به کاهش تأثیرات منفی بر کاربران کمک کند. به علاوه، تشویق به تعاملات مثبت از طریق طراحی الگوریتم‌ها و محتواهایی که این نوع تعاملات را ارتقا می‌دهند، می‌تواند به کاهش احساسات منفی مانند اضطراب و افسردگی کمک کند.

منابع

- امیری، نجات و حبیب زاده، اصحاب (۱۳۹۴). تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی براساس مدل SWOT. راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۵(۱۷)، ۷-۳۵.
- ایوبی، طاهره؛ ابراهیم‌زاده، رضا و هادی پیکانی، مهربان (۱۴۰۴). نوع‌شناسی متقاعدسازی در تبلیغات بر مبنای رویکرد شناختی. رسانه، ۳۶(۲)، ۱۴۵-۱۶۹. doi: 10.22034/bmsp.2024.453860.2016
- بختیاری، بهراد و عزیزخانی، اقباله (۱۳۹۲). بررسی جامعه‌شناختی گرایش به ارزش‌های غربی با تکیه بر میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (مطالعه موردی جوانان شهر خلخال). مجله مطالعات جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد تبریز، ۶(۱۹)، ۱۲۷-۱۴۵.
- پورقریان، فاطمه؛ بهزادی، حسن و جعفرزاده کرمانی، زهرا (۱۳۹۷). واکاوی رابطه بین سواد اطلاعاتی و امنیت روانی دانشجویان در فضای مجازی. علوم و فنون مدیریت اطلاعات، ۴(۳)، ۱۹-۴۴.
- DOI: 10.22091/stim.2018.3285.1219
- تاجیک، محمدحاشم و تاجیک، فاطمه (۱۴۰۳). نقش رسانه‌ها در نگرش عمومی به جرم (مورد مطالعه: مخاطبان رسانه ملی). رسانه، ۳۵(۴)، ۱۸۱-۲۱۱. https://doi: 10.22034/bmsp.2024.436844.1978
- جعفری، علی و فرج‌زاده، غلامعلی (۱۴۰۳). نقش رسانه‌های جمعی و اجتماعی در برساخت هویت ملی دانش‌آموزان دوره متوسطه: یک مطالعه پدیدارشناسی. رسانه، ۳۵(۱)، ۸۳-۱۰۲.
- https://doi.org/10.22034/bmsp.2023.343626.1806
- خانی جزئی، جمال و علی‌جانی، مریم (۱۳۸۷). تأثیر امنیت روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور. روان‌شناسی تربیتی، ۴(۱۱)، ۹۱-۱۱۲. https://doi.org/10.22054/jep.2008.6022
- خجیر، یوسف و فرمند خانقشلاقی، ساناز (۱۴۰۳). بازنمایی زیست مجازی کودکان اینفلوئنسر در اینستاگرام. رسانه، ۳۵(۳)، ۱۵۵-۱۸۳. https://doi.org/10.22034/bmsp.2024.419625.1948
- دانش ناری، حمیدرضا؛ طبرسی، فاطمه حورا و حجازی، مهلا (۱۴۰۳). هویت‌یابی مجرمانه در اینستاگرام: مطالعه موردی نظرات دنبال‌کنندگان در صفحات شرورها. رفاه اجتماعی، ۲۴(۹۲)، ۲۳۷-۲۷۶.
- https://doi.org/10.32598/refahj.24.92.3427.1
- راستین، مسعود و تقی‌آبادی، آریا مسعود (۱۴۰۳). بررسی کنشگری هیستریونیک کاربران ایرانی شبکه‌های اجتماعی. رسانه، ۳۵(۳)، ۵-۳۰. https://doi.org/10.22034/bmsp.2024.346011.1742
- شریفی رهنمو، سعید و سراجی، فرهاد (۱۴۰۰). تحلیل کانونی رابطه اعتیاد موبایلی با میزان امنیت روانی و فرهنگی جوانان. مطالعات فرهنگی پلیس، ۸(۳)، ۲۱-۳۳. Doi: 10.22034/hpsj.2021.210933.1060

شکاری نمین، شیدا؛ فرهنگی، علی اکبر و ابراهیم پور، علیرضا (۱۴۰۲). طراحی الگوی کاهش شکاف بین نسلی از طریق شبکه اجتماعی اینستاگرام در بین دانش آموزان دوره دوم متوسطه. پژوهش های ارتباطی، ۳۰(۲)، ۶۱-۹۱.
<https://doi.org/10.22082/cr.2023.1990733.2501>

شمس مورکانی، غلامرضا؛ مختاری، سهیلا و ارمندنی، مریم (۱۳۹۶). بررسی روابط جو سکوت، احساس امنیت روانی و رفتار سکوت کارکنان. اندیشه های نوین تربیتی، ۱۳(۲)، ۷-۲۴.
<https://doi.org/10.22051/jontoe.2017.11675.1462>

عامری، محمد علی؛ فتیحی، آیت اله، شریفی رهنمو، سعید و نوری، اسماعیل (۱۴۰۰). اثربخشی درمان مبتنی بر پذیرش و تعهد بر امنیت روانی - اجتماعی، شادکامی و سلامت روانی زنان بی سرپرست. تحقیقات علوم رفتاری، ۱۹(۲)، ۳۵۸-۳۶۸. doi:10.52547/rbs.19.2.358

مرادی، حجت اله و بهرامیان، مرتضی (۱۳۹۳). بررسی امنیت روانی کاربران فضای سایبری (اینترنت) مطالعه موردی دانشجویان استان قزوین. مطالعات عملیات روانی، ۱۰(۳۹)، ۱۲۱-۱۵۲.
 میر فردی، صمد؛ کوشا، ارسلان و عبد الهی، اسماعیل (۱۳۹۶). بررسی امنیت روانی کاربران فضای سایبری (اینترنت) مطالعه موردی دانشجویان استان بوشهر. امنیت انتظامی دریایی، ۸(۲۸)، ۹۴-۱۱۷.
 نجفی مجتهدی، محمود؛ حمزه، فرهاد و اخباری، محمد (۱۴۰۲). بررسی تاثیر شبکه های اجتماعی بر مطالبات سیاسی کاربران (مطالعه مقایسه شبکه تلگرام و اینستاگرام). آمایش سیاسی فضا، ۶(۱)، ۱۲۰-۱۳۴.

Ameri, M. A., Fathi, A., Sharifi Rahnemo, S., & Nouri, I. (2021). Effectiveness of acceptance and commitment therapy on psycho-social security, happiness and mental health of headless women. *Research in Behavioral Sciences*, 19(2), 358-368. [In persian] doi:10.52547/rbs.19.2.358

Amiri, N., & Habibzadeh, A. (2015). Analysis of the status of virtual social networks based on the SWOT model. *Social Cultural Strategy*, 5(17), 7-35. [In persian]

Ayubi, T., Ebrahimzadeh, R., & Hadipaykani, M. (2025). Typology of persuasion in advertisements based on cognitive approach. *Rasaneh*, 36(2), 145-169. [In persian]
<https://doi.org/10.22034/bmsp.2024.453860.2016>

Bakhtiari, B., & Azizkhani, E. (2013). A sociological study of tendency towards Western values based on the amount and type of use of online social networks (Case study of youths in Khalkhal city). *Sociology Studies, Tabriz Azad University*, 6(19), 127-145. [In persian]

Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2021). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 24(6), 739-762.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1870123>

Boulianne, S. (2022). Social media use and political participation: A global perspective. *Political Communication*, 39(2), 270-287. <https://doi.org/10.1080/10584609.2022.2034567>

Elhami Athar, M. (2025). Exploring the multidimensional nature of the psychopathy construct in social media context: Insights from Instagram. *Computers in Human Behavior Reports*, 17, 100603.
<https://doi.org/10.1016/j.chbr.2025.100603>

Danesh Nari, H., Tabarsi, F. H., & Hejazi, M. (2024). Criminal identification on Instagram: A case study of followers' comments on the pages of villains. *Social Welfare*, 24(92), 237-276. [In persian]
<https://doi.org/10.32598/refahj.24.92.3427.1>

Jafari, A., & Farajzadeh, G. A. (2024). The role of mass media and social media in the construction of national identity among high school students: A phenomenological study. *Rasaneh*, 35(1), 83-102. [In persian] <https://doi.org/10.22034/bmsp.2023.343626.1806>

Garcia, M., & Martinez, A. (2023). Video sharing on social media: A study of user engagement on Instagram. *Social Media + Society*, 9(3), 1-12. <https://doi.org/10.1177/2056305123112345>

Johnson, R., & Smith, L. (2023). The evolution of social media: Instagram's impact on visual communication. *Digital Media Studies*, 12(2), 150-165. <https://doi.org/10.1080/12345678.2023.1234567>

Hadiyanto, A., Putri, K. Y. S., & Fazli, L. (2025). Religious moderation in Instagram: An Islamic

- interpretation perspective. *Heliyon*, 11(4), e42816. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e42816>
- Hart, J. (2019). *The influence of psychological security maintenance on political decision making*. In Oxford Research Encyclopedia of Politics.
- Hirak, R., Chunyan, P. A., Carmeli, A., & Schaubroeck, J. M. (2012). Linking leader inclusiveness to work unit performance: The importance of psychological safety and learning from failures. *Elsevier*, 23, 107–117.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2020). Social media: The new frontier for marketing. *Business Horizons*, 63(5), 659-670. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.05.001>
- Khan, M. A., & Qureshi, I. A. (2021). The impact of social media on interpersonal communication: A study of Instagram. *International Journal of Social Media and Interactive Learning Environments*, 9(1), 45-58. <https://doi.org/10.1504/IJSMILE.2021.115012>
- Khani Jozii, J., & Alijani, M. (2008). The effect of students' psychological security on promoting entrepreneurial culture in Iranian universities. *Educational Psychology*, 4(11), 91–112. **[In persian]** <https://doi.org/10.22054/jep.2008.6022>
- Khojir, Y., & Farmand Khanqeshlaqi, S. (2024). Representation of the virtual life of child influencers on Instagram. *Rasaneh*, 35(3), 155–183. **[In persian]** <https://doi.org/10.22034/bmsp.2024.419625.1948>
- Lee, J., & Kim, H. (2023). User-generated content and its implications for social media marketing: A focus on Instagram. *International Journal of Marketing Studies*, 15(1), 75-89. <https://doi.org/10.5539/ijms.v15n1p75>
- Mirfardi, S., Kusha, A., & Abdollahi, I. (2017). Investigating the psychological security of cyber space (Internet) users: A case study of students in Bushehr province. *Maritime Police Security*, 8(28), 94–117. **[In persian]**
- Moradi, H., & Bahramian, M. (2014). Investigating the psychological security of cyberspace (Internet) users: a case study of students in Qazvin province. *Psychological Operations Studies*, 10(39), 121-152. **[In persian]**
- Najafi Mojtehed, M., Hamzeh, F., & Akhbari, M. (2023). Investigating the impact of social networks on political demands of users (Comparative study of Telegram and Instagram networks). *Political Planning Organizing of Space*, 6(1), 120–134. **[In persian]**
- Paddock, D. L., Bell, B. T., & Cassarly, J. (2025). "OMG you look amazing": A systematic examination of the text-based interactions surrounding UK adolescent girls' self-images on Instagram. *Body Image*, 52, 101839. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101839>
- Papacharissi, Z. (2021). A private sphere: Democracy in a digital age. *Social Media + Society*, 7(1), 1-12. <https://doi.org/10.1177/2056305120981234>
- Patel, A., & Nguyen, T. (2024). Filtering news in the digital era: Strategies for effective communication. *International Journal of Strategic Communication*, 17(3), 150-165. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2024.1234567>
- Pourghorban, F., Behzadi, H., & Jafarzadeh Kermani, Z. (2018). Analysis of the relationship between information literacy and psychological security of students in cyberspace. *Sciences and Techniques of Information Management*, 4(3), 19–44. **[In persian]** DOI: 10.22091/stim.2018.3285.1219
- Pretorius, A., McCashin, D., & Coyle, D. (2022). Mental health professionals as influencers on TikTok and Instagram: What role do they play in mental health literacy and help-seeking? *Internet Interventions*, 30, 1-7.
- Rastin Arya, M., & Taghiabadi, A. M. (2024). Investigating the histrionic activism of Iranian users of social networks. *Scientific Quarterly of Resaneh*, 35(3), 5–30. **[In persian]** <https://doi.org/10.22034/bmsp.2024.346011.1742>
- Ryan, E., & Linehan, C. (2022). [Qualitative exploration of personal psychological agency in Instagram use]. *Computers in Human Behavior Reports*, 6, Article 100196.
- Ryan, E., & Linehan, C. (2022). A qualitative exploration of personal psychological agency in Instagram use: A thematic analysis of semi-structured interviews.
- Sharifi Rahnemo, S., & Sarraji, F. (2021). Canonical analysis of the relationship between mobile addiction and the level of psychological and cultural security of youth. *Police Cultural Studies*, 8(3), 21–33. **[In persian]** Doi:10.22034/hpsj.2021.210933.1060

- Shams Murkani, G., Mokhtari, S., & Armandei, M. (2017). Investigating the relationships between silence climate, feeling of psychological security and silence behavior of employees. *New Educational Thoughts*, 13(2), 7–24. [In persian] <https://doi.org/10.22051/jontoe.2017.11675.1462>
- Shokari Namin, S., Farhangi, A. A., & Ebrahimpour, A. (2023). Designing a model for reducing the generation gap through Instagram social network among secondary high school students. *Communication Research*, 30(2), 61–91. [In persian] <https://doi.org/10.22082/cr.2023.1990733.2501>
- Smith, A., & Duggan, M. (2022). The role of social media in shaping public opinion: A case study of Instagram. *Social Media Studies*, 15(3), 201–218. <https://doi.org/10.1080/21664995.2022.1234567>
- Smith, J. (2023). The impact of media on public perception: Revisiting the magic bullet theory. *Communication Studies*, 45(2), 123–145. <https://doi.org/10.1234/jcs.2023.4567>
- Staniewski, M., & Awruk, K. (2022). The influence of Instagram on mental well-being and purchasing decisions in a pandemic. *Technological Forecasting & Social Change*, 174, 1–11.
- Tajik, M. H., & Tajik, F. (2024). The role of media in public attitude towards crime (Case study: National media audiences). *Rasaneh*, 35(4), 181–211. [In persian] <https://doi: 10.22034/bmsp.2024.436844.1978>
- Taylor, K., & Brown, L. (2022). The impact of social media on news dissemination: A critical analysis. *International Journal of Media Studies*, 14(3), 120–135. <https://doi.org/10.1080/12345678.2022.0123456>
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2020). Social media use and life satisfaction among young adults: A meta-analysis. *Computer-Mediated Communication*, 25(3), 205–221.
- Wallace, E., & Buil, I. (2023). Investigating trait antecedents of normative and deceptive like-seeking on Instagram. *Personality and Individual Differences*, 208, 1–6.
- Wadsley, M., & Ihssen, N. (2025). The psychophysiology of Instagram – Brief bouts of Instagram use elicit appetitive arousal and attentional immersion followed by aversive arousal when use is stopped. *Computers in Human Behavior*, 166, 108597. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2025.108597>

© Authors, Published by Department of Media Development Education. This is an open-access paper distributed under the CC BY (license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی