

## **The relationship between media consumption and psychological well-being among young Instagram users**

**Mehran Samadi**

*Assistant Professor, Department of Social Communication, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran (Corresponding Author). E- mail: m\_samadi@iaut.ac.ir*

**Yasser Mehrayin**

*Master of Social Communication Sciences, Department of Social Communication Sciences, Islamic Azad University, Electronic Unit.*

The aim of the present study was to determine the relationship between media consumption and psychological well-being of young Instagram users. This research was of correlation type and was done using the survey method. Young people aged 18 to 25 who use the social network Instagram have formed the statistical population of this research. The sample size of 384 people was determined based on Cochran's formula. In order to measure the variable of media consumption, the Trifiro (2018) questionnaire and the Jerson et al. (2017) questionnaire were used, and the Riff (1989) questionnaire was used to measure the psychological well-being variable. To analyze the data, structural equation modeling approach was used by partial least squares method. The obtained results showed that, there is a positive and significant relationship between the amount of media consumption and positive relationships with others of young Instagram users with a path coefficient of 0.431 with 95% confidence. There is a negative and significant relationship between the amount of media consumption with the variables of self-acceptance, mastery of the environment and autonomy with path coefficients of -0.305, 0.277 and -0.252 and with 95% confidence. No significant relationship was observed between the amount of media consumption with the targeted life variables of users and the personal growth of young Instagram users.

### ***Conflict of interest:***

ACCORDING TO THE AUTHORS, THE ARTICLE DID NOT HAVE ANY CONFLICT OF INTEREST.

**Key words:** *Media Consumption, Psychological Well-being, Instagram, Structural Equations.*

## رابطه بین مصرف رسانه‌ای و بهزیستی روان‌شناختی در بین کاربران جوان اینستاگرام

مهران صمدی<sup>۱</sup>

یاسر مهرآیین<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۳/۴/۱۰

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۳/۵

### چکیده

هدف پژوهش حاضر، تعیین رابطه بین مصرف رسانه‌ای و بهزیستی روان‌شناختی کاربران جوان اینستاگرام بود. این تحقیق از نوع همبستگی بود و با استفاده از روش پیمایش انجام گرفت. جوانان ۱۸ تا ۲۵ ساله که از شبکه اجتماعی اینستاگرام استفاده می‌کنند، جامعه آماری این تحقیق را تشکیل داده‌اند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شد. به منظور سنجش متغیر مصرف رسانه‌ای از پرسشنامه تریفیرو (۲۰۱۸)، و پرسشنامه جرسون و همکاران (۲۰۱۷)، و برای سنجش متغیر بهزیستی روان‌شناختی از پرسشنامه ریف (۱۹۸۹)، استفاده شد. برای تحلیل داده‌ها از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی بهره گرفته شد. نتایج به دست آمده نشان داد که بین میزان مصرف رسانه‌ای و روابط مثبت با دیگران کاربران جوان اینستاگرام با ضریب مسیر  $0/431$  با اطمینان ۹۵ درصد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بین میزان مصرف رسانه‌ای با متغیرهای پذیرش خود، تسلط بر محیط و خودمختاری به ترتیب با ضریب مسیر  $-0/305$ ،  $0/277$  و  $-0/252$  با اطمینان ۹۵ درصد رابطه منفی و معناداری وجود دارد. بین میزان مصرف رسانه‌ای با متغیرهای زندگی هدف‌مند کاربران و رشد شخصی کاربران جوان اینستاگرام رابطه معناداری مشاهده نشد. واژگان کلیدی: مصرف رسانه‌ای، بهزیستی روان‌شناختی، اینستاگرام، معادلات ساختاری.

۱. استادیار گروه ارتباطات اجتماعی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران (نویسنده مسئول).

E-mail: m\_samadi@iaut.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی.

**مقدمه**

در سالیان اخیر رویکرد آسیب‌شناختی به مطالعه سلامتی انسان مورد انتقاد قرار گرفته است. بر خلاف این دیدگاه، که سلامتی را به عنوان نداشتن بیماری تعریف می‌کنند، رویکردهای جدید بر خوب بودن به جای بد یا بیمار بودن تاکید می‌کنند (۲۵: ۷۹). از این منظر عدم وجود نشانه‌های بیماری روانی شاخص سلامتی نیست؛ بلکه سازگاری، شادمانی، اعتماد به نفس و ویژگی‌های مثبت از این دست نشان دهنده سلامت است. بر این اساس، دیدگاه جدیدی در علوم وابسته به سلامت به طور اعم و در روان‌شناسی به طور اخص شکل گرفته است. در این دیدگاه و رویکرد علمی، تمرکز بر روی جنبه‌های مثبت سلامت روان بوده و مفاهیمی هم‌چون بهزیستی روان‌شناختی توجه قابل ملاحظه‌ای را دریافت کرده‌اند. بهزیستی روان‌شناختی به عنوان رشد استعداد‌های واقعی هر فرد تعریف می‌شود و تلاشی است برای کمال در جهت تحقق توانایی‌های بالقوه واقعی فرد. بهزیستی انسان، که به عنوان احساس، انجام و عملکرد خوب در زندگی درک می‌شود، به طور فزاینده‌ای به عنوان یک هدف کلیدی در زمینه‌های اجتماعی و سیاسی و هم‌چنین در مراقبت‌های بهداشتی و ارتقای سلامت روان شناخته شده است (۱۹: ۲). تحقیقات هم‌چنین نشان داده است که بهزیستی انسان یک پیش‌بینی کننده کلیدی پیامدهای مرتبط با سلامتی، از جمله طول عمر است (۱۳: ۱۲۴). مطالعه بهزیستی روان‌شناختی هم به عنوان یک نتیجه و هم به عنوان پیش‌بینی کننده سایر عوامل مرتبط با سلامت، مطالعه آن را به یک موضوع مهم در مباحث روان‌شناختی تبدیل کرده است (۳۲: ۱). تحقیقات نشان داده‌اند که بهزیستی روان‌شناختی با ترکیبی از عوامل بیولوژیکی، روان‌شناختی و اجتماعی در ارتباط است و برخی تحقیقات نشان داده‌اند که قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها با بهزیستی ارتباط دارد (۱۵: ۲).

قرار گرفتن در معرض رسانه‌های اجتماعی مزایا و معایبی از نظر پیامدهای شناختی، عاطفی و اجتماعی در پی دارد که باید شناخته شوند (۳۱: ۲). در بین رسانه‌های اجتماعی، اینستاگرام یکی از سریع‌ترین برنامه‌های رو به رشد است. امروزه، اینستاگرام به بخش مهمی از زندگی همه مردم دنیا و از جمله ایرانیان در فضای مجازی تبدیل شده است (۱: ۳۴).

نکته حایز اهمیت این است که کاربران اینستاگرام در این فضای جذاب رسانه‌ای، با ظاهری ایده‌آل از زندگی دیگران روبرو هستند که در صورت فقدان سواد رسانه‌ای، ممکن است به صورت ناخواسته، سطح خواسته‌ها و انتظارات‌شان را افزایش دهد. در چنین شرایطی، اگر فرد از توانایی و امکانات لازم برای برآورده ساختن این سطح از خواسته‌ها و انتظارات جدید برخوردار نباشد، دچار احساس محرومیت نسبی می‌شود که نتیجه آن می‌تواند کاهش سطح رضایت، اعتماد به نفس و احساس خوشبختی باشد (۳۴: ۷۷). با این که پژوهش‌های مرتبط با شبکه اجتماعی اینستاگرام مراحل اولیه خود را سپری می‌کنند؛ یافته‌ها نشان می‌دهد که اینستاگرام تأثیر عمیقی بر ویژگی‌های روان‌شناختی افراد داشته است. پوناسامی و همکاران (۲۰۲۰)، رابطه منفی استفاده از اینستاگرام و رضایت از زندگی را گزارش کرده‌اند. با توجه به آن

چه گفته شد، نتایج ضد و نقیضی در زمینه تاثیر مصرف رسانه‌ای اینستاگرام بر بهزیستی روان‌شناختی و رضایت زندگی کاربران وجود دارد. بنابراین مسأله اصلی این پژوهش، خلاء یک بررسی سیستماتیک و عمیق در این زمینه است که اطلاعات کافی در زمینه تاثیر مصرف رسانه‌ای کاربران اینستاگرام بر بهزیستی روان‌شناختی را فراهم کند. بر این اساس، این پژوهش در پی یافتن پاسخی برای این پرسش است که چه رابطه‌ای بین میزان مصرف رسانه‌ای و سطح بهزیستی روان‌شناختی کاربران جوان وجود دارد؟ هدف کلی تحقیق، تعیین رابطه بین میزان مصرف رسانه‌ای و سطح بهزیستی روان‌شناختی کاربران جوان اینستاگرام است.

### رسانه اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی، گروهی از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت که با اتکا به بنیان‌های فناورانه، امکان ایجاد و تبادل محتوای تولید شده به وسیله کاربران را می‌دهند. همچنین رسانه اجتماعی به عنوان یک برنامه کاربردی آنلاین، پلتفرم یا رسانه تعریف می‌شود که تعاملات، کار مشترک یا به اشتراک‌گذاری محتوا را تسهیل می‌کند.

رسانه‌های اجتماعی به دسته‌ای از برنامه‌های کاربردی برخط گفته می‌شود که هدف‌شان تسهیل تعاملات و تشریح محتوای تولید شده به وسیله کاربران را می‌دهند. همچنین رسانه اجتماعی به عنوان یک پلتفرم یا رسانه تعریف می‌شود که تعاملات، کار مشترک یا به اشتراک‌گذاری محتوا را تسهیل می‌کند. رسانه‌های اجتماعی به دسته‌ای از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت است که بر پایه‌های فناوری وب ساخته شده و اجازه خلق و تبادل محتوای تولید شده خود کاربران را می‌دهد. رسانه‌های اجتماعی، استفاده از فناوری‌های مبتنی بر وب، تلفن همراه و ارتباطاتی است که به گفتگو منجر می‌شود. رسانه‌های اجتماعی برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت است که بر روی پایه‌های ایدئولوژیک و فناوری وب ۲، اجازه ایجاد تولید محتوا را به کاربر می‌دهد. محتوای تولید شده توسط کاربر، مانند پست‌های متنی یا نظرات، عکس‌ها یا فیلم‌های دیجیتال و داده‌هایی که از طریق همه تعامل‌های آنلاین ایجاد می‌شوند، خون حیات رسانه‌های اجتماعی است (۲۱).

بریان سولیس (۲۰۰۶)، در تعریف رسانه اجتماعی می‌گوید: «رسانه‌های اجتماعی از محتوای دموکراتیک تشکیل شده و درک درستی از روند نقش مردم دارد؛ زیرا وظیفه آن‌ها تنها خواندن و منتشر کردن اطلاعات نیست، بلکه آن‌ها اطلاعات را تولید و برای دیگران به اشتراک می‌گذارند. رسانه‌های اجتماعی، ابزارهای مبتنی بر رایانه هستند که به افراد، شرکت‌ها و سازمان‌ها اجازه می‌دهند تا اطلاعات، منافع شغلی، ایده‌ها، عکس و ویدئو را در شبکه‌ها و اجتماعات مجازی تولید کنند و با دیگران به اشتراک بگذارند (۲).

### بهزیستی روان‌شناختی

یکی از شاخص‌های مهم در ارتقاء سلامت انسان، بهزیستی روان‌شناختی است. بهزیستی روان‌شناختی به معنای تلاش برای ارتقاء است که در تحقق یافتن استعدادها و توانایی‌های فرد نمایان می‌شود. بهزیستی روان‌شناختی به گذران زندگی به شیوه‌ای سرشار از شادی و عمیقاً خشنود کننده اطلاق می‌شود (۶: ۶۷). این مفهوم بیان می‌کند که بهزیستی روان‌شناختی یک حالت پیامدی و نهایی نیست، بلکه فرایندی است که بر خوب زیستن یا به فعل در آوردن اکثر توانایی‌های انسان تمرکز دارد (۲۰: ۵۴) و (۲۶: ۱۲)، بهزیستی را بر مبنای زندگی آرمانی و به معنای شکوفاسازی توان‌مندی‌های انسان مفهوم‌سازی کرده و خاطر نشان می‌کند که این دیدگاه در بردارنده ملاک‌های مشابه و مکمل سلامت روان‌شناختی است.

معنی لغوی بهزیستی یک حالت رضایت از شاد بودن، سلامتی و موفقیت است که به تجربه و عملکرد روان‌شناختی مطلوب اشاره می‌کند (۲۷: ۴۷۱). بهزیستی روان‌شناختی، اشاره به حسی از سلامتی داشته که آگاهی کامل از تمامیت و یکپارچگی در تمام جنبه‌های فرد را شامل می‌شود. در واقع بهزیستی روانی، بزرگ‌ترین آرزو و مهم‌ترین هدف زندگی بشر بوده که بیش از هر عامل دیگری بهداشت روانی افراد را تحت تاثیر قرار می‌دهد. بهزیستی به نوعی از احساس سلامتی اشاره دارد که از آگاهی کامل از تمامیت و یکپارچگی جنبه‌های فردی ناشی می‌شود و از عناصر معنوی زندگی تشکیل شده است (۲۹: ۷). بهزیستی روانی بیانگر آن است که افراد چه احساسی از خودشان دارند و شامل پاسخ‌های هیجانی افراد، رضایت‌مندی از زندگی و قضاوت درباره کیفیت زندگی می‌شود. بهزیستی روانی ساختار مهمی است که در سطح پایین منجر به افسردگی و انزوای اجتماعی و باعث فقدان احساس رضایت و اعتماد به نفس و احساس بوده و به کاهش سلامت روانی و جسمی منجر می‌شود. بهزیستی روانی و بیماری روانی دو قطب متضاد نیستند، بلکه شاید بتوان آن‌ها را از نقطه‌هایی بر روی یک پیوستار فرض کرد بهزیستی روان، حالت موفقیت‌آمیز یک کنش روانی است که نتایج آن فعالیت‌های اثربخش، روابط رضایت‌بخش با دیگران، توانایی سازگاری با تغییرات و کنار آمدن با ناملازمات است.

### پیشینه تحقیق

شریفی و همکاران (۲۸)، با هدف شناسایی رابطه میزان اعتیاد اینترنتی با اهمال‌کاری تحصیلی و بهزیستی روان‌شناختی دانش‌آموزان پژوهشی را انجام دادند. جامعه هدف را کلیه دانش‌آموزان دختر دوره دوم متوسطه شهر همدان تشکیل دادند و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از آزمون همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس و رگرسیون چندگانه استفاده شد. نتایج نشان داد، مؤلفه‌های اعتیاد به اینترنت قادر است، تعلق‌ورزی تحصیلی نوجوانان دختر را به صورت مثبت و بهزیستی روانی را به صورت منفی و معناداری پیش‌بینی نماید.

عربی و همکاران(۵)، در پژوهشی به پیش‌بینی وابستگی به شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس نارسایی هیجانی، سبک‌های دل‌بستگی، بهزیستی روان‌شناختی و احساس تنهایی پرداختند. یافته‌ها نشان داد که نوع رسانه‌ای که افراد برای پیگیری اخبار استفاده می‌کنند، تنها بر بهزیستی روان‌شناختی، اثرپذیری از رویداد، اضطراب و افسردگی تفاوت معناداری را نشان می‌دهند. از سوی دیگر، مدت پیگیری می‌تواند تفاوت اضطراب، استرس و بهزیستی روان‌شناختی میان گروه‌ها را سبب شود. علاوه بر این، تعامل میان عامل مدت و نوع منبع تنها سبب تفاوت در افسردگی، اضطراب و بهزیستی می‌شود. لازم به ذکر است که شیوع اختلال‌های روانی تفاوت چشمگیری را نشان نمی‌دهد به جز استرس که رشد دو برابری را نشان می‌دهد. در نتیجه تعامل نوع رسانه و مدت زمان پیگیری اخبار از آن رسانه‌ها می‌تواند سبب مشکلات سلامت روانی و کاهش بهزیستی روان‌شناختی فرد شود.

بابائی و بابائی(۷)، رابطه اثرات عضویت در شبکه‌های اجتماعی با بهزیستی ذهنی و بنیان‌های اخلاقی را مورد بررسی قرار دادند. جامعه آماری دانشجویان دانشگاه علم و فناوری مازندران بودند و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که بین اثرات عضویت در شبکه‌های اجتماعی و بهزیستی ذهنی و بنیان‌های اخلاقی در گروه‌های مورد مطالعه رابطه معناداری به لحاظ آماری وجود دارد و عضویت در شبکه‌های اجتماعی تا حدودی می‌تواند بهزیستی ذهنی و بنیان‌های اخلاقی در دانشجویان را پیش‌بینی کند.

زرگر(۳۴)، تأثیر اعتیاد به اینستاگرام را بر اعتماد به نفس و احساس خوشبختی افراد بررسی نمود. نمونه پژوهش شامل ۲۱۱ نفر از دانشجویان دانشگاه علوم و تحقیقات تهران بوده است. نتایج حاصل از آزمون نشان داد که اعتیاد به اینستاگرام، تأثیر منفی و معنادار بر احساس خوشبختی و اعتماد به نفس دانشجویان و داشتن اعتماد به نفس، اثر مثبت و معنادار بر حس خوشبختی آنان دارد. به عبارت دیگر، اعتیاد به اینستاگرام منجر به کاهش اعتماد به نفس و احساس خوشبختی در دانشجویان می‌شود.

عابدینی و همکاران(۳)، رابطه مصرف رسانه‌ای با مهارت‌های ارتباطی و رفتارهای اخلاقی دانشجویان رشته علوم ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد که مصرف رسانه‌ای بر مهارت‌های ارتباطی و رفتارهای اخلاقی و مهارت‌های ارتباطی نیز بر رفتارهای اخلاقی دانشجویان علوم ورزشی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

مهدی‌پور(۱۸)، در پژوهشی به مطالعه بهزیستی روان‌شناختی کاربران اینستاگرام بر اساس صفات شخصیتی عاملیت- همراهی، جهت‌گیری مقایسه‌ای اجتماعی و الگوی استفاده پرداخت. جامعه آماری این پژوهش تمام کاربران ایرانی اینستاگرام بودند که تعداد ۲۳۳ نفر با روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند و به پرسشنامه‌های آنلاین پاسخ دادند. داده‌های پژوهش به وسیله پرسشنامه فرم کوتاه بهزیستی روان‌شناختی ریف، مقیاس عاملیت- همراهی، مقیاس جهت‌گیری مقایسه‌ای اجتماعی یووا- ندرلندز و مقیاس الگوی استفاده فعال و منفعل جمع‌آوری و با روش مدل‌یابی معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل شد.

یافته‌ها نشان داد که بهزیستی روان‌شناختی کاربران اینستاگرام به کمک صفات شخصیتی عاملیت-همراهی و الگوهای استفاده قابل پیش‌بینی است.

امینا و خلیلی (۴)، تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر بهزیستی روان‌شناختی معلمان متوسطه اول را در شهرستان استهبان مورد مطالعه قرار دادند. نتایج پژوهش با استفاده از روابط همبستگی پیرسون نشان داد که از بین ابعاد تاثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی (بعد فردی، بعد فرهنگی اخلاقی و بعد اجتماعی) بعد فردی آن با بهزیستی روان‌شناختی رابطه معکوس معنادار داشته است در حالی که بعد فرهنگی اخلاقی آن با بهزیستی روان‌شناختی رابطه مستقیم معنادار داشته است. نتایج رگرسیون گام به گام نیز نشان داد که از بین ابعاد تاثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی، بعد فردی فرهنگی اخلاقی آن به طور معنادار پیش‌بینی کننده بهزیستی روان‌شناختی بوده‌اند.

سلیمانی و بیگی (۸)، اثربخشی رسانه‌های تصویری در بهزیستی روان‌شناختی و امنیت فرهنگی جوامع را با تاکید بر تلویزیون مورد بررسی قرار دادند. نمونه آماری ۲۵۰ نفر از دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بوده و داده‌های جمع‌آوری شده از نمونه تحقیق، با رویکرد معادلات ساختاری مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که رسانه نقش مهمی در سلامت و بهزیستی روان‌شناختی و امنیت فرهنگی دارد.

عباسی و همکاران (۱)، همبستگی بین رضایت از زندگی، احساس تنهایی و استفاده مشکل‌زا از اینترنت را مورد مطالعه قرار دادند. داده‌های این پژوهش از ۳۴۸ نفر از مراجعه کنندگان به کافی نت‌های شهر کرمان مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج پژوهش نشان داد بین رضایت از زندگی با استفاده مشکل‌زا از اینترنت و همچنین احساس تنهایی ارتباط منفی وجود داشت. همچنین بین احساس تنهایی و استفاده مشکل‌زا از اینترنت ارتباط مثبت وجود داشت. وضعیت تاهل، جنس، استفاده از سرویس‌های اینترنتی یا هو و فیس بوک و استفاده از اینترنت در منزل بر استفاده مشکل‌زا از اینترنت تاثیر مثبت داشتند و سبب زیاد شدن آن می‌شدند.

پدالینو و کامرینی (۲۲)، رابطه استفاده از اینستاگرام (به عنوان مثال، مرور پروفایل دیگران، نظر دادن در مورد ظاهر دیگران، ارسال عکس‌ها یا استوری‌های خود) را با نارضایتی بدن (یعنی تفاوت تصویر بدن و عدم رضایت از بدن) با میانجی‌گری مقایسه اجتماعی صعودی با همسالان نزدیک، همسالان دور و تاثیرگذاران رسانه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار دادند. داده‌های مقطعی خود گزارشی جمع‌آوری شده از ۲۹۱ دختر نوجوان و زن جوان با مدل‌سازی معادلات ساختاری تحلیل شدند. نتایج نشان می‌دهد که مرور در اینستاگرام با سطوح پایین‌تری از رضایت از بدن همراه بود که به طور کامل توسط مقایسه اجتماعی رو به بالا با اینفلوئنسرهای رسانه‌های اجتماعی انجام می‌شود، نه همسالان نزدیک یا دور.

یو و همکاران(۳۳)، رابطه استفاده از رسانه‌های اجتماعی با بهزیستی روان‌شناختی و سلامت جسمانی در میان ساکنان ووهان (۱۲۱۴ نفر) را بررسی نمودند. یافته‌ها نشان داد که استفاده از رسانه‌های اجتماعی در زمینه مطالب غیر مرتبط با کووید ۱۹ با بهزیستی روان‌شناختی ارتباط مثبت و معنی‌داری داشته است. در حالی که مصرف اطلاعات مرتبط با کووید ۱۹ با بهزیستی روان‌شناختی ارتباط منفی و معنی‌داری داشته است. علاوه بر این، استفاده عمومی از رسانه‌های اجتماعی با بهزیستی روان‌شناختی پایین‌تر همراه بود که به نوبه خود سلامت جسمانی پایین‌تری را به دنبال داشته است. افراد قرنطینه بیشتر از افراد غیر قرنطینه از رسانه‌های اجتماعی استفاده کردند. مهم‌تر از همه، ارتباط منفی و معنی‌دار بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و بهزیستی روان‌شناختی برای افراد قرنطینه، قوی‌تر از سایر افراد بوده است.

فیلنس و همکاران(۱۵)، رابطه بین استفاده از اینستاگرام و شاخص‌های سلامت روان مانند بهزیستی روان‌شناختی، افسردگی، اضطراب، استرس، مصرف الکل و مواد مخدر و شاخص‌های تصویر بدن و اختلال در غذا خوردن را مورد بررسی قرار دادند. پژوهش با استفاده از روش مرور سیستماتیک و متاآنالیز در سایت‌های ساینس دایرکت<sup>۱</sup> و اسکوپوس<sup>۲</sup> منجر به شناسایی ۹۳ مقاله واجد شرایط شد. برای ترسیم رابطه بین استفاده از اینستاگرام و شاخص‌های سلامت روان، یافته‌های پژوهشی در چهار دسته: عضویت در اینستاگرام، شدت استفاده از اینستاگرام، نوع استفاده از محتوای اینستاگرام و ویژگی‌های پروفایل اینستاگرام سازماندهی شد. بیشترین شواهد برای روابط بین استفاده از اینستاگرام و مقایسه اجتماعی، تصویر بدن، و نتایج اختلال در خوردن به دست آمد. شواهدی برای رابطه بین استفاده از اینستاگرام و سایر متغیرها قطعی نیست.

تریفیرو و پرنا(۳۱)، تأثیر استفاده از اینستاگرام بر عزت نفس و بهزیستی روان‌شناختی کاربران را با استفاده از یک نمونه گلوله‌برفی از ۳۵۹ دانشجوی مقطع کارشناسی از سراسر ایالات متحده مورد مطالعه قرار دادند. نتایج نشان داد استفاده فعال از اینستاگرام به طور مثبت با بهزیستی روان‌شناختی و عزت نفس کاربر مرتبط است. همچنین، شدت استفاده از اینستاگرام به عنوان یک متغیر میانجی در رابطه بین استفاده فعال از اینستاگرام با بهزیستی و عزت نفس عمل می‌کند. به طور خاص، پاسخ دهندگانی که به عنوان کاربران فعال‌تر اینستاگرام معرفی شدند، از رسانه‌های اجتماعی شدیدتر استفاده می‌کردند و کسانی که از رسانه‌های اجتماعی شدیدتر استفاده می‌کردند، عزت نفس بالاتری داشتند. به همین ترتیب، کسانی که از رسانه‌های اجتماعی با شدت بیشتری استفاده کردند سطوح بالاتری از بهزیستی روان‌شناختی را گزارش کردند.

بکالو و همکاران(۹)، رابطه استفاده از رسانه‌های اجتماعی را با بهزیستی، سلامت روان و سلامت خود ارزیابی شده مورد مطالعه قرار دادند. داده‌های نمونه از بزرگسالان آمریکایی نشان داد که در حالی که استفاده معمول از رسانه‌های اجتماعی با نتایج مثبت سلامت همراه است، ارتباط عاطفی با استفاده از

<sup>1</sup> Science Direct

<sup>2</sup> Scopus



رسانه‌های اجتماعی با نتایج بهداشتی منفی همراه است. این انجمن‌ها در سه نتیجه مرتبط با سلامت مطابقت دارند: رفاه اجتماعی، سلامت روانی مثبت و سلامت خود ارزیابی شده است.

بروگمن و همکاران (۱۰)، تاثیر استفاده از رسانه‌های دیجیتال بر بهزیستی روان‌شناختی در یک نمونه بزرگ (۱۳،۸۷۱ نفر) کودکان ۹ تا ۱۲ ساله مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که روابط خطی نسبتاً ضعیف بین استفاده از رسانه‌های دیجیتال و بهزیستی روان‌شناختی وجود دارد. بر اساس این نتایج مقطعی، نتیجه‌گیری می‌شود که استفاده سنگین از رسانه‌های دیجیتال توسط کودکان جوان تاثیر مثبتی بر سلامت روانی آن‌ها دارد، اما استفاده خفیف از این رسانه‌ها دارای اثرات بسیار محدودی در این زمینه است.

لیو و همکاران (۱۷)، در پژوهشی رابطه استفاده از رسانه‌های دیجیتال و بهزیستی روان‌شناختی را از طریق متاآنالیز ۱۲۴ پژوهش مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که تماس‌های تلفنی و پیام کوتاه به طور مثبت با بهزیستی روان‌شناختی ارتباط دارد، در حالی که رابطه بازی آنلاین با بهزیستی روان‌شناختی منفی بود. علاوه بر این، رابطه بین استفاده از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی و بهزیستی روان‌شناختی به نحوه استفاده از تکنولوژی بستگی داشت. به گونه‌ای که تعامل، خودآموزی و سرگرمی بر روی بهزیستی روان‌شناختی با بهزیستی روان‌شناختی بالاتر همراه بود، در حالی که محتوای مصرف بی‌ارزش در سایت‌های شبکه‌های اجتماعی با بهزیستی روان‌شناختی پایین‌تر همراه بود.

کسومانیگساری و همکاران (۱۶)، رابطه بین بهزیستی روان‌شناختی و استفاده از رسانه دیجیتال را مورد بررسی قرار دادند. داده‌های پژوهش از ۱۴۷ جوان ۱۶ تا ۲۴ ساله آندونزیایی به دست آمد. استفاده از رسانه‌های دیجیتال از مدت زمان استفاده از اینترنت مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد که بین استفاده از رسانه‌های دیجیتال و بهزیستی روان‌شناختی رابطه معناداری وجود ندارد، اما بین استفاده از رسانه دیجیتال و پذیرش خود به عنوان یکی از مولفه‌های بهزیستی روان‌شناختی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

دگان (۱۴)، با هدف ارزیابی این که آیا استفاده از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی تأثیر زیادی بر رضایت از زندگی، خوشحالی و بهزیستی روان‌شناختی دارد، پژوهشی انجام دادند. جامعه آماری ۴۵۹ دانش‌آموز دبیرستانی در منطقه بولو ترکیه بودند و این سوال مطرح شد که "تا چه اندازه از فیسبوک و توییتر در یک روز استفاده می‌کنید؟" و ساعات صرف شده در سایت‌های شبکه‌های اجتماعی جمع‌بندی و بررسی شد. مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که استفاده از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی سطوح شادی، بهزیستی روان‌شناختی و رضایت از زندگی را پیش‌بینی می‌کند. افرادی که از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، احساس خوشبختی و رضایت بیشتری از زندگی دارند.

**فرضیه‌های تحقیق**

۱. بین میزان مصرف رسانه‌ای و سطح پذیرش خود توسط کاربران جوان اینستاگرام رابطه وجود دارد.
۲. بین میزان مصرف رسانه‌ای و سطح رشد شخصی کاربران جوان اینستاگرام رابطه وجود دارد.
۳. بین میزان مصرف رسانه‌ای و سطح زندگی هدف‌مند کاربران جوان اینستاگرام رابطه وجود دارد.
۴. بین میزان مصرف رسانه‌ای و سطح روابط مثبت با دیگران کاربران جوان اینستاگرام رابطه وجود دارد.
۵. بین میزان مصرف رسانه‌ای و سطح تسلط بر محیط کاربران جوان اینستاگرام رابطه وجود دارد.
۶. بین میزان مصرف رسانه‌ای و سطح خودمختاری کاربران جوان اینستاگرام رابطه وجود دارد.

**روش تحقیق**

این پژوهش از نوع تحقیقات کاربردی بوده و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع همبستگی که به صورت پیمایش انجام گرفت. جامعه آماری جوانان ۱۸ تا ۲۵ ساله بودند که از شبکه اجتماعی اینستاگرام استفاده می‌کردند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شد که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. جهت سنجش متغیر مصرف رسانه‌ای از پرسشنامه تریفیرو (۲۰۱۸)، و پرسشنامه جرسون و همکاران (۲۰۱۷)، که دارای ۱۵ گویه است، استفاده شد. تریفیرو (۲۰۱۸)، ضریب آلفای کرونباخ این مقیاس را ۰/۸۳ گزارش نموده است. به منظور سنجش متغیر بهزیستی روان‌شناختی از پرسشنامه ریف (۱۹۸۹)، استفاده گردید. این پرسشنامه دارای ۶ مؤلفه و برای هر مؤلفه ۳ گویه و یک نمره کل است. ریف و کیز (۱۹۹۵)، ضریب آلفای کرونباخ مقیاس را ۰/۵۵ به دست آورده‌اند.

**تعریف متغیرهای تحقیق****مصرف رسانه‌ای**

مصرف رسانه‌ای به فعالیت‌هایی اشاره می‌کند که طی آن فرد به شکلی فعالانه، هدف‌مند و آزادانه از وسایل ارتباط دسته‌جمعی برای آگاهی موضوعی خاص استفاده می‌کند.

**بهزیستی روان‌شناختی**

بهزیستی روان‌شناختی به گذران زندگی به شیوه‌ای سرشار از شادی و عمیقاً خشنود کننده اطلاق می‌شود (۶: ۶۷). بهزیستی روان‌شناختی، نوعی از سلامت روان است. متغیر بهزیستی روان‌شناختی شامل مولفه‌های پذیرش خود، رشد شخصی، زندگی هدف‌مند، روابط مثبت با دیگران، تسلط بر محیط و خودمختاری بود. به منظور سنجش متغیر بهزیستی روان‌شناختی از پرسشنامه ریف (۱۹۸۹)، استفاده شد.

این پرسشنامه دارای شش مؤلفه و هر مؤلفه سه گویه بود. متغیر مصرف رسانه‌ای، متغیر مستقل بود که توسط دو مؤلفه میزان مصرف و نوع مصرف اندازه‌گیری گردید.

جدول شماره (۱): متغیرهای پژوهش

متغیر	مؤلفه	تعداد گویه	گویه‌ها
بهزیستی روان‌شناختی	پذیرش خود	۳	من بیشتر بخش‌های شخصیت‌م را دوست دارم.
		(۵، ۲، ۱)	وقتی به داستان زندگی خود نگاه می‌کنم، از این که اوضاع تا کنون این گونه بوده است، خوشحالم.
	زندگی هدف‌مند	۳	از بسیاری جهات نسبت به دستاوردهایم در زندگی ناامید هستم. R
		(۱۰، ۷، ۳)	بعضی از مردم بی‌هدف در زندگی پرسه می‌زنند، اما من یکی از آنها نیستم.
			من در لحظه زندگی می‌کنم و واقعاً به آینده فکر نمی‌کنم. R
			گاهی اوقات احساس می‌کنم هر کاری که باید در زندگی انجام دهم را انجام داده‌ام. R
	روابط مثبت با دیگران	۳	حفظ روابط نزدیک برای من سخت و ناامید کننده بوده است. R
		(۱۶، ۱۳، ۶)	مردم مرا به عنوان فردی حمایت‌گر توصیف می‌کنند که مایلم وقتم را با دیگران به اشتراک بگذارم.
	رشد شخصی	۳	من روابط گرم و قابل اعتماد زیادی را با دیگران تجربه نکرده‌ام. R
		(۱۴، ۱۲، ۱۱)	برای من، زندگی فرآیندی مداوم از یادگیری، تغییر و رشد بوده است.
		من فکر می‌کنم مهم است که تجربیات جدیدی داشته باشیم که نحوه تفکر من در مورد خودم و جهان را به چالش بکشد.	
تسلط بر محیط	۳	من مدت‌ها پیش از تلاش برای ایجاد پیشرفت‌ها یا تغییرات بزرگ در زندگی‌ام دست کشیدم. R	
	(۹، ۸، ۴)	اتفاقات زندگی روزمره اغلب من را ناامید می‌کنند. R	
		به طور کلی، من احساس می‌کنم که مسئول موقعیتی هستم که در آن زندگی می‌کنم.	
خودمختاری	۳	من در مدیریت مسئولیت‌های زندگی روزمره خوب هستم.	
	(۱۸، ۱۷، ۱۵)	من تمایل دارم تحت تاثیر افرادی با عقاید قوی قرار بگیرم. R	
مصرف رسانه‌ای	میزان مصرف	۱۰	من به نظرات خودم اطمینان دارم، حتی اگر آن‌ها با روشی که اکثر مردم فکر می‌کنند متفاوت باشند.
		(۱-۱۰)	من خودم را بر اساس آن چه فکر می‌کنم مهم است قضاوت می‌کنم، نه با ارزش‌های آن چه دیگران فکر می‌کنند مهم است.
			حدوداً چند ساعت از شبانه روز را در اینستاگرام سپری می‌کنید؟
			به طور متوسط روزانه چند بار داستان خود را در اینستاگرام به روز رسانی می‌کنید؟
			به طور متوسط در هفته چند بار در اینستاگرام عکس می‌گذارید؟
			به طور متوسط در هفته چند بار در اینستاگرام فیلم می‌گذارید؟
			به طور متوسط روزانه چند بار برای سایر کاربران پیام مستقیم (دایرکت) ارسال می‌کنید؟
	به طور متوسط در هفته چند بار نام کاربری افراد دیگر را در عکس‌هایی که ارسال می‌کنید اشاره (تگ) می‌کنید؟		

به طور متوسط در هفته چند بار نام کاربری افراد دیگر را در فیلم‌هایی که ارسال می‌کنید اشاره (تگ) می‌کنید؟	
به طور متوسط روزانه چند پیام مستقیم از سایر کاربران دریافت می‌کنید؟	
به طور متوسط روزانه چند بار در مورد داستان‌ها، پست‌ها، تصاویر و ... دیگران نظر می‌دهید (کامنت)	
پسندیدن عکس‌های سایر کاربران	
پسندیدن فیلم‌های سایر کاربران	
نگاهی به پروفایل دوستان نزدیک	۵
بررسی برای دیدن آن چه که شخص دیگری در حال انجام است	(۱۱-۱۵)
فعال کردن زنگوله صفحه کاربران دیگر	

### تعیین روایی و پایایی پرسشنامه

جدول شماره (۲): پایایی متغیرهای تحقیق

متغیر	Cronbach's alpha	CR	AVE	شاخص اشتراکی
پذیرش خود	۰/۸۰۱	۰/۸۸۳	۰/۷۱۶	۰/۴۰۵
زندگی هدفمند	۰/۶۶۵	۰/۸۱۸	۰/۶۰۵	۰/۲۶۵
روابط مثبت با دیگران	۰/۷۸۲	۰/۸۷۲	۰/۶۹۵	۰/۳۲۲
رشد شخصی	۰/۷۵۶	۰/۸۶۰	۰/۶۷۲	۰/۳۴۰
تسلط بر محیط	۰/۷۶۷	۰/۸۶۶	۰/۶۸۴	۰/۳۶۹
خودمختاری	۰/۷۶۱	۰/۸۶۳	۰/۶۷۴	۰/۳۳۶
مصرف رسانه‌ای	۰/۹۸۴	۰/۹۵۵	۰/۵۹۳	۰/۱۰۷

### یافته‌ها

یافته‌های تحقیق نشان داد که در جامعه آماری مورد مطالعه، کم سن‌ترین فرد ۱۸ سال و مسن‌ترین آن‌ها ۲۵ سال داشته و میانگین سنی در این جامعه ۲۲/۱۶ سال بود. همچنین ۵۴/۹ درصد از پاسخ‌دهندگان با فراوانی ۲۱۱ نفر زن و ۴۵/۱ درصد با فراوانی ۱۷۳ نفر مرد بودند. بررسی وضعیت تأهل نشان داد ۷۸/۹ درصد از پاسخ‌دهندگان با فراوانی ۳۰۳ نفر مجرد و ۲۱/۱ درصد با فراوانی ۸۱ نفر متأهل بودند. نتایج این پژوهش نشان داد اکثریت افراد مورد مطالعه ۵۵/۵ درصد با فراوانی ۲۱۳ نفر مدرک کارشناسی داشتند.

- مصرف رسانه‌ای: بر اساس یافته‌ها، در بین پاسخگویان، میزان مصرف ۴۶/۴ درصد از پاسخگویان با فراوانی ۱۷۸ نفر در سطح بسیار پایین، ۵۲/۱ درصد با فراوانی ۲۰۰ نفر پایین و ۰/۵ درصد با فراوانی ۲ نفر متوسط ارزیابی شده است. هیچ یک از کاربران در گروه مصرف بالا و بسیار بالا قرار نگرفتند. بنابراین در جامعه مورد مطالعه، میزان مصرف در سطح پایینی قرار داشت.

هم‌چنین از نظر نوع مصرف ۰/۳ درصد از کاربران با فراوانی ۱ نفر در سطح غیر فعال، ۱۶/۷ درصد با فراوانی ۶۴ نفر فعالیت متوسط، ۶۸/۲ درصد با فراوانی ۲۶۲ نفر فعال و ۱۴/۳ درصد با فراوانی ۵۵ نفر بسیار فعال ارزیابی شده است. هیچ یک از کاربران در گروه بسیار غیر فعال قرار نگرفتند. بنابراین در جامعه مورد مطالعه از نظر نوع مصرف در سطح فعالی قرار دارد.

به طور کلی از نظر مصرف رسانه‌ای ۱۴/۸ درصد از پاسخگویان با فراوانی ۵۷ نفر در سطح پایین، ۸۱/۲ درصد با فراوانی ۳۱۲ متوسط و ۲/۳ درصد با فراوانی ۹ نفر بالا ارزیابی شده است. هیچ یک از کاربران بر اساس مصرف رسانه‌ای در گروه بسیار پایین و بسیار بالا قرار نگرفتند. بنابراین در جامعه مورد مطالعه، مصرف رسانه‌ای در سطح متوسط قرار دارد.

- بهزیستی روان‌شناختی: براساس یافته‌ها، در بین پاسخگویان، ۱/۶ درصد با فراوانی ۶ نفر پذیرش خود را در سطح بسیار پایین، ۱۴/۱ درصد با فراوانی ۵۴ نفر پایین، ۴۳/۲ درصد با فراوانی ۱۶۶ نفر متوسط، ۳۷/۰ درصد با فراوانی ۱۴۲ نفر بالا و ۳/۶ درصد با فراوانی ۱۴ نفر بسیار بالا ارزیابی نموده‌اند. بنابراین در جامعه مورد مطالعه، پذیرش خود در سطح متوسط قرار دارد.

از نظر سطح هدف‌مندی در زندگی، ۴/۷ درصد با فراوانی ۱۸ نفر زندگی هدف‌مند را در سطح بسیار پایین، ۲۰/۶ درصد با فراوانی ۷۹ نفر پایین، ۵۱/۰ درصد با فراوانی ۱۹۶ نفر متوسط، ۱۹/۳ درصد با فراوانی ۷۴ نفر بالا و ۴/۲ درصد با فراوانی ۱۶ نفر بسیار بالا ارزیابی نموده‌اند. بنابراین در جامعه مورد مطالعه، هدف‌مندی در زندگی در سطح متوسط قرار دارد.

از نظر روابط مثبت با دیگران، ۰/۸ درصد با فراوانی ۳ نفر روابط مثبت با دیگران را در سطح بسیار پایین، ۱۹/۰ درصد با فراوانی ۷۳ نفر پایین، ۵۶/۰ درصد با فراوانی ۲۱۵ نفر متوسط، ۱۸/۵ درصد با فراوانی ۷۱ نفر بالا و ۴/۹ درصد با فراوانی ۱۹ نفر بسیار بالا ارزیابی نموده‌اند. بنابراین در جامعه مورد مطالعه، روابط مثبت با دیگران در سطح متوسط قرار دارد.

از نظر رشد شخصی، ۱/۸ درصد با فراوانی ۷ نفر رشد شخصی را در سطح بسیار پایین، ۹/۱ درصد با فراوانی ۳۵ نفر پایین، ۴۵/۳ درصد با فراوانی ۱۷۴ نفر متوسط، ۳۴/۱ درصد با فراوانی ۱۳۱ نفر بالا و ۹/۴ درصد با فراوانی ۳۶ نفر بسیار بالا ارزیابی نموده‌اند. بنابراین در جامعه مورد مطالعه، رشد شخصی در سطح متوسط قرار دارد.

از نظر تسلط بر محیط، ۰/۸ درصد با فراوانی ۳ نفر تسلط بر محیط را در سطح بسیار پایین، ۲/۱ درصد با فراوانی ۸ نفر پایین، ۵۶/۸ درصد با فراوانی ۲۱۸ نفر متوسط، ۳۲/۸ درصد با فراوانی ۱۲۶ نفر بالا و ۷/۳ درصد با فراوانی ۲۸ نفر بسیار بالا ارزیابی نموده‌اند. بنابراین در جامعه مورد مطالعه، تسلط بر محیط در سطح متوسط قرار دارد.

از نظر خودمختاری، ۲/۱ درصد با فراوانی ۸ نفر خودمختاری را در سطح بسیار پایین، ۱۰/۹ درصد با فراوانی ۴۲ نفر پایین، ۴۴/۰ درصد با فراوانی ۱۶۹ نفر متوسط، ۲۷/۶ درصد با فراوانی ۱۰۶ نفر بالا و ۱۴/۸

درصد با فراوانی ۵۷ نفر بسیار بالا ارزیابی نموده‌اند. بنابراین در جامعه مورد مطالعه، خودمختاری در سطح متوسط قرار دارد.

به طور کلی ۰/۵ درصد با فراوانی ۲ نفر بهزیستی روان‌شناختی را در سطح پایین، ۷۶/۸ درصد با فراوانی ۲۹۵ نفر متوسط و ۲۰/۳ درصد با فراوانی ۷۸ نفر بالا ارزیابی نموده‌اند. هیچ یک از پاسخگویان بر اساس بهزیستی روان‌شناختی در گروه بسیار پایین و بسیار بالا قرار نگرفتند. بنابراین در جامعه مورد مطالعه، بهزیستی روان‌شناختی در سطح متوسط قرار دارد. پس از برازش مدل‌های اندازه‌گیری تحقیق، مدل ساختاری جهت بررسی روابط بین متغیرهای مکنون و آزمون فرضیه‌های تحقیق، مورد ارزیابی قرار گرفت.

جدول شماره (۳): نتایج آزمون مدل ساختاری تحقیق

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر	T-value	R <sup>2</sup>	f <sup>2</sup>	Q <sup>2</sup>	نتیجه
مصرف رسانه‌ای	پذیرش خود	-۰/۳۰۵	۳/۷۴۷	۰/۱۹۳	۰/۱۰۲	۰/۰۶۰	تأیید
مصرف رسانه‌ای	زندگی هدف‌مند	۰/۰۴۵	۱/۲۲۳	۰/۲۱۰	۰/۱۲۳	۰/۰۵۲	تأیید
مصرف رسانه‌ای	روابط مثبت با دیگران	۰/۴۳۱	۶/۷۷۴	۰/۲۱۴	۰/۱۲۹	۰/۰۵۴	تأیید
مصرف رسانه‌ای	رشد شخصی	۰/۱۰۸	۱/۶۱۷	۰/۲۴۵	۰/۱۶۴	۰/۰۸۸	تأیید
مصرف رسانه‌ای	تسلط بر محیط	-۰/۲۷۷	۲/۹۸۰	۰/۱۹۶	۰/۱۰۷	۰/۰۶۰	تأیید
مصرف رسانه‌ای	خودمختاری	-۰/۲۵۲	۲/۲۷۸	۰/۳۰۳	۰/۲۵۵	۰/۱۱۹	تأیید

پس از طی مراحل تصدیق مدل‌های اندازه‌گیری و اطمینان از این که سئوالات و گویه‌های پرسشنامه دقیقاً سازه‌های مربوط به خود را اندازه‌گیری می‌کنند، در این مرحله آزمون فرضیات تحقیق با استفاده از تحلیل مسیر انجام شد. بر اساس نتایج، بین میزان مصرف رسانه‌ای و روابط مثبت با دیگران کاربران جوان اینستاگرام با ضریب مسیر ۰/۴۳۱ و عدد معناداری ۶/۷۷۴، با اطمینان ۹۵ درصد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بین میزان مصرف رسانه‌ای با متغیرهای پذیرش خود، تسلط بر محیط و خودمختاری به ترتیب با ضریب مسیر ۰/۱۰۸، -۰/۲۷۷ و -۰/۲۵۲، با اطمینان ۹۵ درصد رابطه منفی و معناداری وجود دارد. بین میزان مصرف رسانه‌ای با متغیرهای زندگی هدف‌مند کاربران و رشد شخصی کاربران جوان اینستاگرام رابطه معناداری مشاهده نشد.

- نتیجه آزمون فرضیه اول: بین میزان مصرف رسانه‌ای و سطح پذیرش خود توسط کاربران جوان اینستاگرام با ضریب مسیر -۰/۳۰۵ و عدد معناداری ۳/۷۴۷، با اطمینان ۹۵ درصد رابطه منفی و معناداری وجود دارد و این فرضیه تأیید می‌شود. به عبارتی با افزایش میزان مصرف رسانه‌ای، سطح پذیرش خود توسط کاربران جوان اینستاگرام کاهش می‌یابد و بالعکس. نتایج این پژوهش با نتایج تحقیق پدالینو و کامرینی (۲۰۲۲)، مطابقت داشته و با تحقیق کسومانیگساری و همکاران (۲۰۱۸)، در تضاد است.

پذیرش خود به عنوان تمایل به پذیرش مالکیت و مسئولیت احساسات، نظرات و رفتارها بدون انکار آن‌ها و بدون محکوم کردن خود تعریف می‌شود و ایده‌آل‌ترین روش بازسازی و ارتقای هویت فرد به عنوان مبنایی برای بهبودی است. فرد دارای پذیرش بالا، نگرش مثبتی به خود دارد و همه جنبه‌های خودش را بدون انتقاد و سردرگمی درباره هویت خود تأیید می‌کند. در حالی که فرد دچار عدم پذیرش، ممکن است توجه و منابع فردی زیادی را صرف خود بزرگ‌بینی به منظور جبران نقایص فردی درک شده‌اش کند. پذیرش خود علاوه بر حفظ توجه و نگرش مثبت نسبت به خود به عنوان یک کل، شامل تجارب زندگی گذشته فرد نیز می‌شود و و با سلامت روان‌شناختی مرتبط است.

ویژگی شبکه‌های اجتماعی این است که افراد با دیدن ظاهر زندگی سایر کاربران به ویژه سلبریتی‌ها و مقایسه آن با واقعیت زندگی خود، دچار بحران عدم پذیرش خود شده و گاهاً تصمیم می‌گیرند که خودهای جدیدی را بسازند. اغلب کاربران خودهایی را از وجود خویش به تصویر می‌کشند که با خود موجود، خود دلخواه و خود وانمودی آن‌ها در تضاد است. بدین معنا که آن‌ها در تلاش برای نشان دادن چهره متمایزی از خود در جلوی دوربین هستند. جلب توجه و دیده شدن و پناه بردن به فتوشاپ و فیلترهای رنگی گاهی نمودی از انسانی است که می‌خواهد مورد تحسین و تشویق دیگران قرار گیرد. نوعی عدم رضایت از خود موجود و پناه بردن در تصویرسازی برای عرضه خود دلخواه و خود وانمودی که آرزویش را می‌کند. بدین معنا که برخی از کاربران در جلو دوربین در حال تظاهر برای بهتر و برتر نشان دادن خود هستند که فاصله زیادی با تصویر واقعی و خود موجود آن‌ها دارد.

- نتیجه آزمون فرضیه دوم تحقیق: بین میزان مصرف رسانه‌ای و سطح زندگی هدف‌مند کاربران جوان اینستاگرام با ضریب مسیر  $0/045$  و عدد معناداری  $1/223$ ، رابطه معناداری مشاهده نشد. لذا این فرضیه رد می‌شود.

- نتیجه آزمون فرضیه سوم تحقیق: بین میزان مصرف رسانه‌ای و سطح روابط مثبت با دیگران کاربران جوان اینستاگرام با ضریب مسیر  $0/431$  و عدد معناداری  $6/774$  با اطمینان ۹۵ درصد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و این فرضیه تأیید می‌شود. به عبارتی با افزایش میزان مصرف رسانه‌ای، سطح روابط مثبت با دیگران توسط کاربران جوان اینستاگرام افزایش می‌یابد و بالعکس. نتایج تحقیق عربی و همکاران (۱۴۰۰)، بابائی و بابائی (۱۳۹۹)، زرگر (۱۳۹۹)، رابطه مثبت میزان مصرف رسانه‌ای و سطح روابط مثبت با دیگران را تأیید می‌کند.

امروزه نوع ارتباطات انسانی شکل‌های گوناگونی دارد. یکی از پرکاربردترین شیوه‌های ارتباط، استفاده از شبکه‌های اجتماعی است که به کارگیری آن‌ها کیفیت روابط را نیز متحول کرده است. فضای مجازی از آن جهت که دامنه ارتباطات و تعداد افراد مرتبط را افزایش می‌دهد، موجب تقویت نشاط جامعه می‌گردد و از آن جهت که کیفیت روابط مبتنی بر اعتماد را کاهش می‌دهد، سبب تضعیف نشاط اجتماعی است. از نگاهی دیگر شبکه‌های مجازی بازتابی از جهان واقعی است. شبکه‌های اجتماعی علاوه بر آن که بر زندگی

اجتماعی و اقتصادی افراد تاثیر می‌گذارند، نقش به‌سزایی در تعاملات فردی و اجتماعی و روابط میان فردی آنان داشته باشند. افراد در این فضا می‌توانند علاوه بر تشکیل و عضویت در گروه‌ها و تشکل‌های اجتماعی مجازی، به تبادل نظر بپردازد و از وضعیت خود و افراد جامعه باخبر شود و به مقایسه جایگاه خود با دیگران بپردازد. در فضای مجازی افراد با به اشتراک‌گذاری تصاویر و ویدیوها این امکان را پیدا می‌کنند با کاربران دیگر از سراسر دنیا ارتباط برقرار کنند، با نظام زیستی آن‌ها آشنا شوند و زیست خود را به اشتراک بگذارند.

نتایج تحقیق یو و همکاران (۲۰۲۱)، تریفیرو و پرنا (۲۰۲۰)، بروگمن و همکاران (۲۰۱۹)، لیو و همکاران (۲۰۱۹)، رابطه مثبت میزان مصرف رسانه‌ای و سطح روابط مثبت با دیگران را تایید می‌کند.  
- نتیجه آزمون فرضیه چهارم: بین میزان مصرف رسانه‌ای و سطح رشد شخصی کاربران جوان اینستاگرام با ضریب مسیر  $0/108$  و عدد معناداری  $1/617$ ، رابطه معناداری مشاهده نشد. لذا این فرضیه رد می‌شود.

- نتیجه آزمون فرضیه پنجم تحقیق: بین میزان مصرف رسانه‌ای و سطح تسلط بر محیط کاربران جوان اینستاگرام با ضریب مسیر  $-0/277$  و عدد معناداری  $2/980$ ، با اطمینان ۹۵ درصد رابطه منفی و معناداری وجود دارد و این فرضیه تأیید می‌شود. به عبارتی با افزایش میزان مصرف رسانه‌ای، سطح تسلط بر محیط کاربران جوان اینستاگرام کاهش می‌یابد و بالعکس. نتایج تحقیق مهدی‌پور (۱۳۹۸)، امینا و خلیلی (۱۳۹۷)، بهارسلیمانی و بیگی (۱۳۹۶)، رابطه منفی میزان مصرف رسانه‌ای و سطح تسلط بر محیط کاربران را تایید نموده ولی با نتایج تحقیق تریفیرو و پرنا (۲۰۲۰)، بروگمن و همکاران (۲۰۲۰)، لیو و همکاران (۲۰۱۹)، در تضاد می‌باشد.

توانایی فرد در انتخاب یا ایجاد محیط‌هایی متناسب با شرایط روانی خود به عنوان یکی دیگر از ویژگی‌های سلامت روانی مورد توجه قرار می‌گیرد. تسلط محیطی از طریق احساس تسلط و کفایت در مدیریت محیط اطراف خود، کنترل بر مجموعه‌ای از فعالیت‌های بیرونی و استفاده موثر و کارآمد از فرصت‌های به وجود آمده مشخص می‌شود. داشتن احساس کنترل و عاملیت در زندگی، باور مطلوب نسبت به خود و استفاده از راهبردهایی که برای هدف‌گزینی و مدیریت زندگی مهم‌اند، نقش مهمی در احساس بهزیستی دارند. در واقع هدف‌مندی در زندگی تنها در صورتی معنا دارد که فرد رخدادهای قابل پیش‌بینی و کنترل بداند و احساس کند که می‌تواند برای کنترل و تغییر موقعیت‌ها کاری انجام دهد. افراد دارای منبع کنترل درونی خود را بر رویدادهای زندگی مسلط دانسته و در اصلاح و تغییر آن می‌کوشند و اعتماد به نفس بیشتری دارند.

کاربرانی که زمان بیشتری در اینستاگرام سپری می‌کنند و از نظر نحوه مصرف فعال‌تر هستند، احتمال بیشتری دارد که عاملیت خود در زندگی و تسلط خود بر محیط را باور نداشته باشند. این افراد مسئولیت-پذیری کمتر، خودکارآمدی کمتر، تاثیرپذیری بیشتر و تلاش کمتری دارند.



- نتیجه آزمون فرضیه ششم: بین میزان مصرف رسانه‌ای و سطح خودمختاری کاربران جوان اینستاگرام با ضریب مسیر  $0/252-$  و عدد معناداری  $2/278$ ، با اطمینان ۹۵ درصد رابطه منفی و معناداری وجود دارد و این فرضیه تأیید می‌شود. به عبارتی با افزایش میزان مصرف رسانه‌ای، سطح خودمختاری کاربران جوان اینستاگرام کاهش می‌یابد و بالعکس. نتایج تحقیق امینا و خلیلی (۱۳۹۷)، بهارسلیمانی و بیگی (۱۳۹۶)، رابطه منفی میزان مصرف رسانه‌ای و سطح خودمختاری کاربران را تأیید نموده ولی با نتایج تحقیق تریفیرو و پرنا (۲۰۲۰)، بروگمن و همکاران (۲۰۲۰)، لیو و همکاران (۲۰۱۹)، در تضاد می‌باشد.

خودمختاری به معنای توانایی مقاومت در برابر فشارهای اجتماعی، توانایی تنظیم رفتار از درون و ارزیابی خود به وسیله معیارهای شخصی است، حتی اگر بر خلاف قاعده و رسوم پذیرفته شده در جامعه باشد. در واقع فرد به عنوان یک انسان به طور کامل رشد یافته و خود شکوفا، رها از هر گونه قرارداد اجتماعی و سنن می‌باشد. فرد زمانی خودمختار است که تمایلات، ترجیحات و خواسته‌های ما فرایند تصمیم‌گیری ما را برای انجام دادن یا ندادن فعالیتی خاص هدایت کند.

شبکه‌های اجتماعی به عنوان نیروهای بیرونی می‌توانند ما را وادار سازند به شیوه خاصی فکر، احساس یا رفتار کنیم. در این حالت ما دیگر خود مختار نیستیم؛ یعنی رفتارمان را دیگران تعیین کرده‌اند. خود مختاری یعنی نیاز به تجربه کردن انتخاب در آغاز کردن و تنظیم رفتار و کارها. آدم خودمختار کسی است که میل دارد به جای این که رویدادهای محیط رفتار او را تعیین کنند خودش برای زندگی‌اش حق انتخاب داشته باشد. محیط‌ها، رویدادهای بیرونی، موقعیت‌ها و شبکه‌های اجتماعی و روابط از این نظر که تا چه اندازه‌ای از نیاز فرد به خودمختاری حمایت می‌کنند، تفاوت دارند، برخی محیط‌ها نیاز ما را به خودمختاری فعال می‌کنند در حالی که برخی موقعیت‌های دیگر به این نیاز توجه نمی‌کنند و آن را ناکام می‌کنند. محیط‌های حامی خودمختاری افراد را ترغیب می‌کنند هدف‌های خودشان را تعیین کنند و رفتار خودشان را هدایت کنند و روش خودشان را برای حل مشکلات انتخاب نمایند و به عبارتی تمایلات و ارزش‌های خود را دنبال کنند. این محیط‌ها انگیزش درونی، کنجکاوی و میل به چالش را در افراد افزایش می‌دهند. به طور کلی نتایج این پژوهش نشان می‌دهد در موضوع رسانه‌های اجتماعی و خصوصاً شبکه اجتماعی اینستاگرام کارکردها و ضد کارکردها با توجه به فرهنگ اجتماعی جوامع و نحوه استفاده کاربران از این شبکه‌های اجتماعی معنا می‌یابد. در واقع نمی‌توان گفت، شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام فی‌نفسه مفید یا مضر است، بلکه با آموزش و آگاه‌سازی نسل جوان و نوجوان با شبکه‌های مجازی نظیر شبکه اجتماعی اینستاگرام موجب کاهش اثرات منفی آن می‌شود.

### پیشنادهای کاربردی

- به منظور کاهش تأثیرات مخرب شبکه‌های اجتماعی بر کاربران، لازم است شرکت‌های مالک شبکه‌های اجتماعی تغییراتی را در این شبکه‌ها ایجاد کنند. به عنوان مثال هنگام استفاده بیش از حد از نرم‌افزارها و تارنماها، هشدار روی گوشی کاربران به نمایش در بیاید.

- بهره‌مندی از فرصت‌های ابزارهای ارتباطی و در امان ماندن از چالش‌های آن‌ها نیازمند سواد رسانه‌ای است. امروزه آموزش رسمی تنها یکی از منابع متعدد کسب دانش و مهارت محسوب می‌شود. به علاوه، مراجع رسمی آموزش سواد رسانه‌ای و حتی وبسایت‌های تخصصی این حوزه، ممکن است انواع دانش و مهارت‌های مورد نیاز و به روز برای استفاده بهینه از فناوری‌های نوین ارتباطی را پوشش ندهند و بیش از توجه به بهره‌مندی از مزایای این رسانه‌ها، بر مخاطرات و پیامدهای منفی آن‌ها تمرکز داشته باشند.

- فیلترینگ و قطع دسترسی و کلاً اعمال محدودیت‌های اجتماعی به هیچ عنوان راهکار مناسبی برای کنترل بازتاب‌های منفی این پدیده نیست و بعضاً نتایج عکس را در پی دارد. در واقع بهتر است با افزایش سطح آگاهی‌ها و آموزش‌های لازم افراد جامعه را به سمت استفاده مطلوب و درست از این شبکه‌ها سوق داد و در مقابل مخاطرات آن واکنش‌ها را باید بستری لازم را فراهم آورد تا افراد جامعه خود به این بلوغ فکری دست یابند که کدام بخش از این پدیده یک تهدید و کدام ابزار آن یک فرصت در جهت اعتلای سطوح فردی اجتماعی‌اشان است.

- آموزش‌های لازم تحت عنوان استفاده ایمن از شبکه‌های اجتماعی در مدارس و خانه‌ها انجام شود. افرادی که با جوانان سر و کار دارند، باید آموزش‌های لازم را در این زمینه بگذرانند تا در نهایت، این امکان فراهم شود که از تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سلامت روان، اطلاعات بیشتری در اختیار داشت.

- برگزاری کلاس‌های آموزشی در مدارس و دانشگاه‌ها جهت آگاهی دادن به نوجوانان و جوانان در مورد مزایا و معایب فناوری‌های جدید و نحوه استفاده صحیح از آن‌ها که در نهایت باعث بالا بردن سواد رسانه‌ای کاربران شود.

- در رسانه‌های جمعی، ارتباطات با دوستان واقعی به جای حضور در اینستاگرام و ارتباط با دوستان مجازی، تبلیغ شود تا جوانان ترغیب شوند که اوقات بیکاری و فراغت خود را با حضور فیزیکی در جمع دوستان و خانواده یا برنامه‌های مفید ورزشی پر کنند.

### تعارض منافع

«بنا بر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.»

## منابع

1. Abbasi, Atefe and Jafari, Ali. (2019). The effect of celebrities' Instagram actions on the lifestyle of Iranian users, *Communication Research*, 27 (101), P.p: 33-54.
2. Abdullahi Nejad, Alireza; Ghaseminejad, Abuzar; Sadeghi, Javad. (2015). social media and political participation in elections, the relationship between the use of Facebook, Telegram and Instagram and the political participation of students in the 7th March 2014 elections, *Modern Media Studies Quarterly*, 2 (5), P.p: 73-33.
3. Abedini, Nusrat; Ghasemi, Hamid; Sabunchi, Reza. (2019). The relationship between media consumption and communication skills and ethical behaviors of sports science students, *Scientific- Research Quarterly of Organizational Behavior Management Studies in Sports*, 7 (2), P.p: 11-24.
4. Amina, Zahra and Khalili, Mohammad Reza. (2017). Investigating the effect of virtual social networks on the psychological well-being of primary school teachers, the second international conference on psychology, counseling, education and training, Mashhad.
5. Arabi, Parvin; Bagheri, Nasrin; Mirhashemi, Malek. (2021). Predicting dependence on virtual social networks based on emotional inadequacy, attachment styles, psychological well-being and feelings of loneliness, *Psychiatric Nursing*, 9 (1), P.p: 66-76.
6. Arshadhi, Nasrin; Kazemi Shahandashti, Sayeda Sadaf. (2017). Causal relationship between work-family enrichment and psychological well-being: The mediating role of work-life balance. *Family Psychology*, 5 (2), P.p: 65-72.
7. Babaei, Mahnaz and Babai Rudbari, Seyedeh Sanaz. (2019). The effects of membership in social networks with mental well-being and moral foundations, the first national congress of universities and covid-19, Tehran.
8. Bahar soleimani, Fatemeh and Bigi, Zahra. (2016). Analysis of the effectiveness of visual media in the psychological well-being and cultural security of students, National Conference of Modern Researches of Iran and the World in Psychology, Educational Sciences and Social Studies, Shiraz.
9. Bekalu, M. A; McCloud, R. F. and Viswanath, K. (2019). Association of Social Media Use with Social Well-Being, Positive Mental Health, and Self-Rated Health: Disentangling Routine Use from Emotional Connection to Use, *Health Education & Behavior*, 46 (2), P.p: 69-80.
10. Bruggeman, H; Hiel, A. V; Hal, G. V. and Dongen, S. V. (2019). Does the use of digital media affect psychological well-being? An empirical test among children aged 9 to 12, *Computers in Human Behavior*, 101, P.p: 104-113.
11. Carpet weavers, Seyyed Hassan. and Akbari Awaz, Fatima. (2021). Research synthesis of the effects of media consumption in previous studies, *Media Quarterly*, 32 (2), P.p: 79-106.
12. Chen, D. T; Lin, T. B; Li, J. Y & Lee, L. (2018). Establishing the norm of new media literacy of Singaporean students: Implications to policy and pedagogy. *Computers & Education*, 124, P.p: 1-13.
13. Cohen, R; Bavishi, C; Rozanski, A. (2016). Purpose in life and its relationship to all-cause mortality and cardiovascular events: a meta-analysis *Psychosom. Med.* 78 (2), P.p: 122-133.
14. Dogan, U. (2016). Effects of Social Network Use on Happiness, Psychological Well-being, and Life Satisfaction of High School Students: Case of Facebook and Twitter. *Education and Science*, 41 (183), P.p: 217- 231.

15. Faelens, L; Hoorelbeke, K; Cambier, R; et al. (2021). The relationship between Instagram use and indicators of mental health: A systematic.
16. Kesumaningsari, N. P. A; Soen, C. C; Arisudana, M; Xiangjun, Z; Zhenguo, J. (2018). Digital Media and Psychological Well-being among Youth, The 3rd International Conference on Psychology in Health, Educational, Social, and Organizational Settings - ICP-HESOS, November 16-18, 2018, Surabaya.
17. Liu, D; Baumeister, R. F; Yang, C. C. and Hu, B. (2019). Digital Communication Media Use and Psychological Well-Being: A Meta-Analysis, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 24 (5), P.p: 259-273.
18. Mahdipur, Mehrdad. (2018). The model for predicting the psychological well-being of Instagram users based on the personality traits of agency-association, usage pattern and comparative social orientation, Master's thesis, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Allameh Tabatabai University.
19. Martela, F. and Ryan, R. M. (2021). In selecting measures for a comprehensive assessment of well-being, it is essential to include indicators of psychological need satisfaction, *Preventive Medicine Reports*, 23, 101474.
20. Movahed, Ahmed and Abbasi, Zahra. (2018). The role of psychological empowerment dimensions in predicting the psychological well-being of healthcare network employees. *Health Management (Health System)*, 10 (1), P.p: 53-66.
21. Obar, J. A. & Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications policy*, 39 (9), P.p: 745-750.
22. Pedalino, F. & Camerini, A. L. (2022). Instagram Use and Body Dissatisfaction: The Mediating Role of Upward Social Comparison with Peers and Influencers among Young Females. *International journal of environmental research and public health*, 19 (3), P: 1543.
23. Ponnusamy, S; Iranmanesh, M; Foroughi, B. & Hyun, S. S. (2020). Drivers and outcomes of instagram addiction: Psychological well-being as moderator. *Computers in Human Behavior*, 107, 106294.
24. Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, P.p: 1069-1081.
25. Ryff, C. D. (2013). Eudaimonic well-being and health: Mapping consequences of self-realization. In A. S. Waterman (Ed.), *The best within us: Positive psychology perspectives on eudaimonia* (P.p: 77-98). American Psychological Association.
26. Ryff, C. D. (2014). Psychological well-being revisited: advances in the science and practice of eudaimonia. *Psychother Psychosom*, 83 (1), P.p: 10-28.
27. Shakeri, Mohammad; Davarnia, Reza; Zahra Kar, Kianoosh. (2012). Factors predicting psychological well-being in students, *Journal of Sabzevar University of Medical Sciences*, 21 (3), P.p: 468-481.
28. Sharifi Rahnamo, Saeed; Fathi, Ayatollah; Sharifi Rahnamo, Majid. (2021). The relationship between internet addiction and academic procrastination and psychological well-being of high school students. *Perspectives on Curriculum and Instruction*, 1 (2), P.p: 80-92.
29. Suri, Hossein; Hijazi, Elahe; Sourinejad, Mohsen. (2013). The relationship between resilience and psychological well-being with the mediating role of optimism, *Journal of Knowledge and Research in Applied Psychology*, 15 (1), P.p: 5-15.
30. Trifiro, B. M. (2018). Instagram Use and its Effect on Well-Being and Self-Esteem. Master of Arts in Communication, Bryant University Bryant Digital Repository.

31. Trifiro, B. M. and Prena, K. (2021). Active Instagram Use and Its Association with Self-Esteem and Well-Being, *Technology, Mind, and Behavior*, 2 (3), 101037.
32. VanderWeele, T. J; Trudel- Fitzgerald, C; Allin, P; et al. (2020). Current recommendations on the selection of measures for well- being *Prev. Med.* 133, 106004.
33. Yue, Z; Lee, D. S; Xiao, J. and Zhang, R. (2021). Social media use, psychological well-being and physical health during lockdown, *Information, Communication & Society*, Latest Articles, Published online: 19 Dec 2021.
34. Zargar, Seyyed Mohammad. (2018). Modeling the effect of Instagram addiction on students' self-confidence and sense of happiness (case study: students of Tehran University of Science and Research, *Communication Research (Research and Measurement)*, 27 (101), P.p: 75-94.