

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

مهران صمدی^۱

یاسر مهرآیین^۲

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 بدست آمده نشان داد که بین میزان مصرف رسانه‌ای و روابط مثبت با دیگران کاربران جوان اینستاگرام با ضریب مسیر ۰/۴۳۱ 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 ۰/۳۰۵-، 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.

کلمات کلیدی : مصرف رسانه‌ای، بهزیستی روانشناختی، اینستاگرام، معادلات ساختاری

۱- استادیار گروه ارتباطات اجتماعی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

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. برخلاف 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 استبر 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 روان شناختی 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 سرگه‌ری و همچون در مراقبت‌های بهداشتی و ارتقای سلامت روان شناخته شده است (۱۹: ۲). تحقیقات همچون نشان داده است که بهزیستی انسان یک بخش بهی‌کننده کلیدی بچدهای مرتبط با سلامتی، از جمله طول عمر است (۱۲: ۱۲۴). مطالعه بهزیستی روانشناختی هم به عنوان یک نتیجه و هم به عنوان بخش بهی‌کننده سالی عوامل مرتبط با سلامت، مطالعه آن را به یک موضوع مهم در مباحث روانشناختی تبدیل کرده است (۳۲: ۱). تحقیقات نشان داده‌اند که بهزیستی روان شناختی با ترکیبی از عوامل بیولوژیکی، روان شناختی 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 بچدهای 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). همان گونه که دوریس و همکاران^۱ (۱۳: ۲۲۳) مطرح کرده‌اند، اینستاگرام با سایر شبکه‌های اجتماعی، به ویژه فیسبوک تفاوت‌های بسیاری دارد. محوریت تصاویر در اینستاگرام، آن را از سایر برنامه‌های رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر متن، مانند فیسبوک و توییتر متمایز می‌کند. نکته حایز اهمیت این است که کاربران اینستاگرام در این فضای جذاب رسانه‌ای، با ظاهری ایده‌آل از زندگی دیگران روبه‌رو هستند که در صورت فقدان سواد رسانه‌ای، ممکن است به صورت ناخواسته، سطح خواسته‌ها

^۱ De Vries et al.

و انتظارات شان 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 اینکه 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 آنچه گفته شد، نتایج ضد و نقیضی در زمینه تأثیر مصرف رسانه ای 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 تأثیر مصرف رسانه ای 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 تولیدشده 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 تشریک محتواست. رسانه اجتماعی گروهی از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت است که بر پایه ایدئولوژیک فناوری وب ساخته شده و اجازه خلق و تبادل محتوای تولیدشده 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).

بهبودی روانشناختی

یکی از شاخص‌های مهم در ارتقاء سلامت انسان، بهبود روانشناختی است. بهبود روانشناختی به معنای تلاش برای ارتقاء است که در تحقق یافتن استعدادها و توانایی‌های فرد نمایان می‌شود. بهبود روانشناختی به گذران زندگی به شیوه‌ای سرشار از شادی و عمیقاً خشنودکننده اطلاق می‌شود (۶: ۶۷). این مفهوم بیان می‌کند که بهبود روانشناختی یک حالت پیامدی و نهایی نیست، بلکه فرایندی است که بر خوب زیستن یا به فعل درآوردن اکثر توانایی‌های انسان تمرکز دارد (۲۰: ۵۴). (ریف ۲۶: ۱۲) بهبود روانی 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 بهبود روانی یک حالت رضایت از شاد بودن، سلامتی و موفقیت است که به تجربه و عملکرد روانشناختی مطلوب اشاره می‌کند (۲۷: ۴۷۱). بهبود روانی روان‌شناختی، اشاره به حسی از سلامتی داشته که آگاهی کامل از تمامیت و یکپارچگی در تمام جنبه‌های فرد را شامل می‌شود. در واقع بهبود روانی، بزرگترین آرزو و مهمترین هدف زندگی بشر بوده که بیش از هر عامل دیگری بهداشت روانی افراد را تحت تاثیر قرار می‌دهد. بهبود روانی 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). بهبود 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. بهبود روانی 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. بهبود روانی و بیماری روانی دو قطب متضاد نیستند، بلکه شاید بتوان آنها را از نقطه‌هایی بر روی یک پیوستار فرض کرد بهبود روانی، حالت موفقیت آمیز یک کنش روانی است که نتایج آن فعالیت‌های اثربخش، روابط رضایت بخش 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 اهمال کاری تحصیلی و بهبود 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، تعلل‌ورزی 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 پیشینی 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 روان-شناختی 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 دوبرابری 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 اعتمادبه‌نفس 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 اعتمادبه‌نفس، اثر مثبت و معنادار بر حس خوشبختی آنان دارد. به عبارت دیگر، اعتیاد به اینستاگرام منجر به کاهش اعتمادبه‌نفس 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 شد. ند به و پرسشنامه‌های آنلاین پاسخ دادند. داده‌های پژوهش به‌وسیله‌ی 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 شبکه های 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 بطور معنادار پیش‌بینی کننده بهزیستی روانشناختی بوده‌اند.

بهارسلیمانی و بیگی (۸) اثربخشی رسانه های 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 نت های 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 سرویس های اینترنتی یاهو و فیس بوک و استفاده از اینترنت در منزل بر استفاده مشکل‌زا از اینترنت تاثیر مثبت داشتند و سبب زیاد شدن آن می شدند. پدالیو و کامرینی (۲۲) رابطه استفاده از اینستاگرام (به عنوان مثال، مرور پروفایل دی‌گران، نظر دادن در مورد ظاهر دی‌گران، ارسال عکس‌ها علی‌استوری‌های خود) را با نارضا محیی بدن (محیی تفاوت تصویری بدن و عدم

رضایت از بدن) با م کلنج‌گیری مقایسه اجتماعی صعودی با همسالان نزد یک، همسالان دور و تأثیری‌گذاران رسانه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار دادند. داده‌های مقطع‌های 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 نزدیک‌تری.

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 تصویب بدن و اختلال در غذا خوردن را مورد بررسی قرار دادند. پژوهش با استفاده از روش مرور سیستماتیک و متاآنالیز در سایت‌های ساینس دایرکت ۱ و اسکوپوس ۲ 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. بحث‌تری شواهد برای روابط بین استفاده از اینستاگرام و مقایسه اجتماعی، تصویب 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 گلوله برفی 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، پاسخ‌دهندگاری که به عنوان کاربران فعال تر

۱ Science Direct

۲ Scopus

انجمن‌گرام 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 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 (۸۷۱،۱۳ 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 مصرفی ارزش 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 اندونزیایی 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 آلی استفاده از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی تأثیر زیادی بر رضایت از زندگی، خوشحالی و بهزیستی روانشناختی دارد، پژوهشی انجام دادند. جامعه آماری ۴۵۹ دانش‌آموز دبستانی در منطقه بولو ترکیب بودند و این سوال مطرح شد که "تا چه اندازه از فیس بوک و توییتر در یک روز استفاده

می‌کند؟" و ساعات صرف شده در سایت‌های شبکه‌های اجتماعی جمع بندی و بررسی شد. مدل سازی 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 بصورت 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 آورده اند.

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 خشنودکننده 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 ۱. متغیرهای پژوهش

متغیر	مؤلفه	تعداد گویه	گویه‌ها	
پذیرش خود	۳	(۵، ۲، ۱)	من بیشتر بخش‌های شخصیت‌م را دوست دارم.	
			وقتی به داستان زندگی خود نگاه می‌کنم، از اینکه اوضاع تا کنون اینگونه بوده است، خوشحالم.	
زندگی هدفمند	۳	(۱۰، ۷، ۳)	از بسیاری جهات نسبت به دستاوردهایم در زندگی ناامید هستم. R	
			بعضی از مردم بی هدف در زندگی پرسه می‌زنند، اما من یکی از آنها نیستم. من در لحظه زندگی می‌کنم و واقعاً به آینده فکر نمی‌کنم. R	
روابط مثبت با دیگران	۳	(۱۶، ۱۳، ۶)	گاهی اوقات احساس می‌کنم هر کاری که باید در زندگی انجام دهم را انجام داده‌ام. R	
			حفظ روابط نزدیک برای من سخت و ناامیدکننده بوده است. R	
رشد شخصی	۳	(۱۴، ۱۲، ۱۱)	مردم مرا به عنوان فردی حمایتگر توصیف می‌کنند که مایلم وقتم را با دیگران به اشتراک بگذارم.	
			من روابط گرم و قابل اعتماد زیادی را با دیگران تجربه نکرده‌ام. R	
تسلط بر محیط	۳	(۹، ۸، ۴)	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. من مدت‌ها پیش از تلاش برای ایجاد پیشرفت‌ها یا تغییرات بزرگ در زندگی ام دست کشیدم. R	
			اتفاقات زندگی روزمره اغلب من را ناامید می‌کند. R	
خودمختاری	۳	(۱۸، ۱۷، ۱۵)	به طور کلی، من احساس می‌کنم که مسئول موقعیتی هستم که در آن زندگی می‌کنم. من در مدیریت مسئولیت‌های زندگی روزمره خوب هستم. من تمایل دارم تحت تاثیر افرادی با عقاید قوی قرار بگیرم. R	
			من به نظرات خود اطمینان دارم، حتی اگر آنها با روشی که اکثر مردم فکر می‌کنند متفاوت باشند. من خودم را بر اساس آنچه فکر می‌کنم مهم است قضاوت می‌کنم، نه با ارزش‌های آنچه دیگران فکر می‌کنند مهم است.	
مصرف رسانه‌ای	میزان مصرف	۱۰	(۱-۱۰)	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؟

پژوهشی
روانشناختی

به طور متوسط در هفته چند بار نام کاربری افراد دیگر را در فیلم هایی که ارسال می کنید اشاره (تگ) می کنید؟			
به طور متوسط روزانه چند پیام مستقیم از سایر کاربران دریافت می کنید؟			
به طور متوسط روزانه چند بار در مورد داستان ها، پست ها، تصاویر و ...دیگران نظر می دهید (کامنت)			
پسندیدن عکس های سایر کاربران			
پسندیدن فیلم های سایر کاربران	۵	نوع مصرف	
نگاهی به پروفایل دوستان نزدیک	(۱۱-۱۵)	(فعال/غیرفعال)	
بررسی برای دیدن آنچه که شخص دیگری در حال انجام است			
فعال کردن زنگوله صفحه کاربران دیگر			

تعیین روایی و پایایی پرسشنامه

جدول 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	۰/۸۷۳	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 رسانه ای	۰/۹۸۴	۰/۹۵۵	۰/۵۹۳	۰/۱۰۷

یافته‌های توصیفی

یافته‌های تحقیق نشان داد که در جامعه آماری مورد مطالعه، کم‌سن‌ترین 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 غیرفعال، 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 غیرفعال 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.

بهبودی روانشناختی: بر اساس 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 نموده اند. 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 نموده اند. 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.

یافته‌های استنباطی :

پس از برازش مدل‌های اندازه‌گیری تحقیق، مدل ساختاری جهت بررسی روابط بین متغیرهای مکنون و آزمون فرضیه‌های تحقیق، مورد ارزیابی قرار گرفت.

جدول ۳. نتایج آزمون مدل ساختاری تحقیق

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر	T- value	R ^۲	f ^۲	Q ^۲	نتیجه
مصرف رسانه ای	پذیرش خود	-۰/۳۰۵	۳/۷۴۷	۰/۱۹۳	۰/۱۰۲	۰/۰۶۰	تأیید
مصرف رسانه ای	زندگی هدفمند	۰/۰۴۵	۱/۲۲۳	۰/۲۱۰	۰/۱۲۳	۰/۰۵۲	تأیید
مصرف رسانه ای	روابط مثبت با دیگران	۰/۴۳۱	۶/۷۷۴	۰/۲۱۴	۰/۱۲۹	۰/۰۵۴	تأیید
مصرف رسانه ای	رشد شخصی	۰/۱۰۸	۱/۶۱۷	۰/۲۴۵	۰/۱۶۴	۰/۰۸۸	تأیید

تأیید	۰/۰۶۰	۰/۱۰۷	۰/۱۹۶	۲/۹۸۰	-۰/۲۷۷	تسلط بر محیط	مصرف رسانه ای
تأیید	۰/۱۱۹	۰/۲۵۵	۰/۳۰۳	۲/۲۷۸	-۰/۲۵۲	خودمختاری	مصرف رسانه ای

پس از طی مراحل تصدیق مدل‌های اندازه‌گیری و اطمینان از این که سؤالات 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 ۰/۳۰۵، 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 مسؤولیت احساسات، نظرات و رفتارها بدون انکار آنها و بدون محکوم کردن خود تعریف می‌شود و ایده آل‌ترین 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 بزرگ بینی 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 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 شکل های گوناگونی دارد. یکی از پرکاربردترین شیوه های 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 آنکه بر زندگی اجتماعی و اقتصادی افراد تأثیر 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 بپردازند و از وضعیت خود و افراد جامعه باخبر شوند و به مقایسه جایگاه خود با دیگران بپردازند. در فضای مجازی افراد با به‌اشتراک‌گذاری تصاویر و ویدیوها این امکان را پیدا می‌کنند که با کاربران دیگر از سراسر دنیا ارتباط برقرار کنند، با نظام‌زیستی 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 تأیید 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 تأیید 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 موجود 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 فعالیت‌ها هستند، احتمال بیشتری دارد که عاملیت خود در زندگی و تسلط خود بر محیط را باور نداشته باشند. این افراد مسئولیت‌پذیری کمتر، خودکارآمدی کمتر، تأثیرپذیری 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 برخلاف قاعده و رسوم بپذیرفته شده در جامعه باشد. در واقع فرد به

عنوان یک انسان به طور کامل رشد یافته و خودشکوفای، رها از هرگونه قرارداد اجتماعی و سنن می باشد. فرد زمانی خودمختار است که تمایلات، ترجیحات و خواسته های ما فرایند تصمیم گیری ما را برای انجام دادن یا ندادن فعالیتی خاص هدایت کند.

شبکه های اجتماعی به عنوان نیروهای بیرونی می توانند ما را وادار سازند به شیوه خاصی فکر، احساس یا رفتار کنیم. در این حالت ما دیگر خودمختار نیستیم؛ یعنی رفتارمان را دیگران تعیین کرده اند. خودمختاری یعنی نیاز به تجربه کردن انتخاب در آغاز کردن و تنظیم رفتار و کارها. آدم خودمختار کسی است که میل دارد به جای اینکه رویدادهای محیط رفتار او را تعیین کنند خودش برای زندگی اش حق انتخاب داشته باشد. محیطها، رویدادهای بیرونی، موقعیتها و شبکه های اجتماعی و روابط از این نظر که تا چه اندازه ای از نیاز فرد به خودمختاری حمایت می کنند، تفاوت دارند، برخی محیطها نیاز ما را به خودمختاری فعال می کنند در حالی که برخی موقعیت های دیگر به این نیاز توجه نمی کنند و آن را ناکام می کنند. محیطهای حامی خودمختاری افراد را ترغیب می کنند هدف های خودشان را تعیین کنند و رفتار خودشان را هدایت کنند و روش خودشان را برای حل مشکلات انتخاب نمایند و به عبارتی تمایلات و ارزش های خود را دنبال کنند. این محیطها انگیزش درونی، کنجکاوی و میل به چالش را در افراد افزایش می دهند.

به طور کلی نتایج این پژوهش نشان می دهد در موضوع رسانه های اجتماعی و خصوصاً شبکه اجتماعی اینستاگرام کارکردها و ضد کارکردها با توجه به فرهنگ اجتماعی جوامع و نحوه استفاده کاربران از این شبکه های اجتماعی معنا می یابد. در واقع نمی توان گفت، شبکه های اجتماعی نظیر اینستاگرام فی نفسه مفید یا مضر است، بلکه با آموزش و آگاه سازی نسل جوان و نوجوان با شبکه های مجازی نظیر شبکه اجتماعی اینستاگرام موجب کاهش اثرات منفی آن می شود.

پیشنادهای کاربردی

- ۱- به منظور کاهش تأثیرات مخرب شبکه های اجتماعی بر کاربران، لازم است شرکت های مالک شبکه های اجتماعی تغییراتی را در این شبکه ها ایجاد کنند. به عنوان مثال هنگام استفاده بیش از حد از نرم افزارها و تارنماها، هشدار روی گوشی کاربران به نمایش در بیاید.
- ۲- بهره مندی از فرصت های ابزارهای ارتباطی و در امان ماندن از چالش های آنها نیازمند سواد رسانه ای است. امروزه آموزش رسمی تنها یکی از منابع متعدد کسب دانش و مهارت محسوب می شود. به علاوه، مراجع رسمی آموزش سواد رسانه ای و حتی وبسایت های تخصصی این حوزه، ممکن است انواع دانش و مهارت های مورد نیاز و به روز برای استفاده بهینه از فناوری های نوین ارتباطی را پوشش ندهند و بیش از توجه به بهره مندی آزمایای این رسانه ها، بر مخاطرات و پیامدهای منفی آنها تمرکز داشته باشند.

۳- فیلترینگ و قطع دسترسی و کلاً اعمال محدودیت های اجتماعی به هیچ عنوان راهکار مناسبی برای کنترل بازتاب های منفی این پدیده نیست و بعضاً نتایج عکس را در پی دارد. در واقع بهتر است با افزایش سطح آگاهی ها و آموزش های لازم افراد جامعه را به سمت استفاده مطلوب و درست از این شبکه ها سوق داد و در مقابل مخاطرات آن واکنش مناسب نمود. دولتمردان باید بستر لازم را فراهم آورند 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 اجتماعی اشان است.

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

۵- برگزاری کلاس های آموزشی در مدارس و دانشگاه ها جهت آگاهی دادن به نوجوانان و جوانان در مورد مزایا و معایب فناوری های جدید و نحوه استفاده صحیح از آنها که در نهایت باعث بالا بردن سواد رسانه ای کاربران شود.

۶- در رسانه های 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 برنامه های مفید ورزشی پر کنند.

Referencies:

- 1-Abbasi, Atefe and Jafari, Ali (2019) The effect of celebrities' Instagram actions on the lifestyle of Iranian users, *Communication Research*, 27(101), 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), 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), 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 the 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), 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), 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, Fatemehand 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), 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, 104-113.
- Carpet weavers, Seyyed Hassan. and Akbari Awaz, Fatima (2021) Research synthesis of the effects of media consumption in previous studies, *Media Quarterly*, 32(2), 79-106.
- 11-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, 1-13.
- 12-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), 122-133 ,
- 13-De Vries, D. A.; Moller, A. M.; Wieringa, M. S.; Eigenraam, A. W. &
- 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), 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), 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), 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). 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), 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, 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* (pp. 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), 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), 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), 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), 15-5.
- 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), 75-94.

Research Paper

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

Mehran Samadi 1
Yasser Mehrayin 2

- 1- Assistant Professor, Department of Social Communication, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran
- 2- 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 was determined based on Cochran's formula of 384 people. 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 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.

Keywords: media consumption, psychological well-being, Instagram, structural equations