


Perceived Cybercultural Transgressions and Social Control Means among Iranian Instagram Users

Shalaleh Meraji

Oskuie 

Department of Media Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Kamran

Mohamadkhani *

Faculty Member, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran.

Ali Delavar 

Department of Psychometrics, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Ali Akbar

Farhangi 

Department of Media Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Abstract





Transgressions (socially non-normative behaviors) and misconducts find a brand-new way of manifestation through online social media. Hence, social control of such behaviors is crucial to assure users' tranquility and safety and to restrain the contagion of these transgressions into real society. The current study aimed at exploring Iranian Instagram users' perceived transgressions, and perceived effective social control means. A qualitative content analysis was conducted on the data from online interviews by a questionnaire, with closed- and open-ended questions, filled out by 58 participants. The results showed Obscenity, Transgressive Information, Emotional Release, Market-Related Content, Risky Behaviors, and Criminal Behaviors as perceived transgressions. Five perceived personal means (Personality Traits; Social Status; Personal Attitudes; Media Use Habits; Ignoring/ Inaction), and also six perceived social means of social control of cybercultural transgressions (Family Structure; Social Groups; Technological Tools; Legal Factors; Awareness Raising; and Societal Attitudes) were identified. It can be inferred from the results that filtering and domestic social media are not effective social control means. The results can be used to devise formal and informal social control policies and initiatives to decrease social media transgressions.

Keywords: Cybercultural Transgressions, Cyber-Social Control, Iranian Instagram Users.

* Corresponding Author: k.kamran@srbiau.ac.ir

How to Cite: Meraji Oskuie, Sh., Mohamadkhani, K., Delavar, A., Farhangi, A. A. (2022). Perceived Cybercultural Transgressions and Social Control Means among Iranian Instagram Users, *Journal of New Media Studies*, 8(31), 211-247.

حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری و ابزار کنترل اجتماعی ادراک‌شده در میان کاربران ایرانی اینستاگرام

- دکتری مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. 
- دانشیار گروه مدیریت آموزش عالی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. *
- استاد تمام گروه سنجش و اندازه‌گیری، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. 
- استاد تمام گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. 

چکیده

حریم‌شکنی‌ها (رفتارهای غیرهنجارمند اجتماعی) و سوء رفتارها، راه‌های جدیدی برای ظهور خود در رسانه‌های اجتماعی آنلاین یافته‌اند. از این روی، کنترل اجتماعی این نوع رفتارها برای تضمین آرامش و امنیت کاربران و جلوگیری از تسری این حریم‌شکنی‌ها به جامعه واقعی حائز اهمیت است. پژوهش حاضر، با هدف کاوش در حریم‌شکنی‌های ادراک‌شده کاربران ایرانی اینستاگرام و ابزار کنترل اجتماعی مؤثر ادراک‌شده توسط آنان، انجام شده است. در این راستا، تحلیل محتوای کیفی بر روی داده‌های گردآوری‌شده از ۵۸ مصاحبه آنلاین انجام‌شده توسط پرسشنامه دارای سؤالات باز و بسته پاسخ، صورت پذیرفت. نتایج، وقاحت نگاری، اطلاعات حریم‌شکن، تخلیه هیجانی، محتوای بازار-محور، رفتارهای مخاطره‌آمیز و رفتارهای مجرمانه را به عنوان حریم‌شکنی‌های ادراک‌شده کاربران نشان داد. پنج ابزار فردی ادراک‌شده (ویژگی‌های شخصیتی؛ جایگاه اجتماعی؛ نگرش‌های فردی؛ عادات استفاده رسانه‌ای؛ نادیده گرفتن/ بی‌کنشی) و نیز شش ابزار اجتماعی ادراک‌شده کنترل اجتماعی حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری (ساختار خانواده؛ گروه‌های اجتماعی؛ ابزار تکنولوژیک؛ عوامل قانونی؛ آگاهی افزایی؛ و نگرش‌های اجتماعی) شناسایی شدند. از نتایج می‌توان استنباط نمود که فیلترینگ و رسانه‌های اجتماعی داخلی، ابزار کنترل اجتماعی مؤثری نیستند. از نتایج پژوهش حاضر می‌توان برای توسعه سیاست‌ها و اقدامات کنترل اجتماعی رسمی و غیررسمی برای کاهش حریم‌شکنی‌های رسانه‌های اجتماعی بهره برد.

کلیدواژه‌ها: حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری، کنترل اجتماعی سایبری، کاربران ایرانی اینستاگرام.

مقدمه

ارتباطات کامپیوتر-واسط، زندگی انسان را با سرعت زیادی دستخوش تغییر نموده و علاوه بر پیشرفت‌های چشمگیر، معضلاتی نیز به همراه داشته است. حریم‌شکنی‌ها^۱ (رفتارهای غیرهنجارمند اجتماعی) و سوء رفتارها، راه‌های جدیدی برای ظهور خود در رسانه‌های اجتماعی یافته‌اند. رسانه‌های اجتماعی، شبکه ارتباطی گسترده و بی‌مرزی خلق نموده‌اند که به واسطه گمنامی^۲ و ناشناخته بودن به‌طور مبهمی برای کاربران امن شده و فضای مساعدی برای ارتکاب بزه و جرم مجازی (بروجردی و ایلائی، ۱۳۹۷، ص ۱۰۳) و نیز بروز رفتارهای حریم‌شکن فرهنگی به وجود آورده‌اند. این رسانه‌ها، دارای پتانسیل قابل توجهی برای شکل‌دهی و باز-شکل‌دهی به هنجارهای اجتماعی- فرهنگی و رفتارهایی هستند که می‌توانند به جهان واقعی تسری یابند. از این‌رو، کاوش در انواع رفتارهای حریم‌شکن که در این شبکه‌ها انجام می‌گیرند و کشف راه‌های مناسب و اثربخش برای کنترل اجتماعی این رفتارها، منطبق بر هنجارهای مقبول اجتماعی، برای هر جامعه‌ای حائز اهمیت است.

ادبیات غنی در حوزه کنترل اجتماعی سوء رفتارها و رفتارهای مجرمانه آنلاین وجود دارد که در اینجا به برخی از حوزه‌ها و مقالات مربوط، اشاره می‌شود: وندالیسم سایبری^۳ در ویکی‌پدیا^۴ (Tran & Christen, 2015; Shachaf & Hara, 2010; Adler, et al.,), ترولینگ^۵ در تالارهای گفتگوی آنلاین (Cheng, et al., 2017; Hallman & Lökk, 2016; Coles & West, 2016; Hardaker, 2015; Buckels, Trapnell & Paulhus, 2014; Bishop, 2014; Li, et al.,), قلدری سایبری^۶ (Griffiths, 2014; Whelan, 2013; Hardaker, 2010; Reyns, Henson, 2012; Nycyk, 2015; Vazsonyi, et al., 2016), سایبراستاکینگ^۷ (Fisher & Pittaro, 2007; Reyns, 2010; Pittaro, 2007). با این وجود، شکاف در پژوهش

1. Transgressions
2. Anonymity
3. Cyber vandalism
4. Wikipedia
5. Trolling
6. Cyberbullying
7. Cyberstalking

درباره حریم‌شکنی‌ها و سوء رفتارها در پلتفرم اینستاگرام وجود دارد. پیام‌رسان اینستاگرام بعد از تلگرام، پراستفاده‌ترین رسانه اجتماعی در سال ۱۳۹۷، در میان ایرانیان بوده است (Eghtesadonline, 2018, December 01) و ۵۴٪ از کاربران ایرانی ۱۸ تا ۲۹ ساله در آن سال از اینستاگرام استفاده کرده‌اند (ایسپا، ۱۳۹۷، ۳ تیر). با توجه به محبوبیت رو به رشد این پلتفرم و افزایش روزافزون کاربران آن (Statcounter, 2020)، به‌ویژه نوجوانان و جوانان و فقدان نظارت والدین بر مصرف رسانه‌های اجتماعی ۲۱٪ از نوجوانان ایرانی (ایسپا، ۱۳۹۵، ۲۵ اسفند)، نگرانی‌های عمده‌ای درباره عواقب رفتارهای حریم‌شکن در این پلتفرم وجود دارد؛ حریم‌شکنی‌هایی که می‌توانند بدل به عادت رفتاری کاربران شده و وارد زندگی واقعی و جامعه شوند.

یک رویکرد به حریم‌شکنی، انحراف را به‌طور ذهنی و از دیدگاه شاهد این رفتار و قضاوت‌های او و عواقب این قضاوت‌ها موردبررسی قرار می‌دهد (Goode, 2007). از این منظر، بهترین منبع برای شناسایی هنجار و ناهنجار اجتماعی و نیز ابزار کنترل اجتماعی مؤثر در مقابل انحراف از این هنجارها، ادراک خود اعضای جامعه از این مفاهیم است. از این‌روی، هدف مطالعه حاضر، کاوش حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری ادراک‌شده^۱ توسط کاربران ایرانی اینستاگرام و نیز کشف ابزار مناسب کنترل اجتماعی ادراک‌شده^۲ این کاربران، در راستای محدودسازی این حریم‌شکنی‌ها در اینستاگرام بوده است. به این منظور، ابتدا سپهر رسانه‌های اجتماعی در کشور ایران به‌صورت اجمالی معرفی خواهد شد. سپس، مبانی نظری و پژوهش‌های پیشین موردبررسی قرار خواهند گرفت و روش گردآوری و تحلیل داده‌ها، نمونه پژوهش و روش‌های تضمین قابلیت اعتماد پژوهش حاضر، بیان خواهند شد. در بخش‌های بعدی، یافته‌های پژوهش به همراه مدل‌های استخراج‌شده، بحث و نتیجه‌گیری و نیز محدودیت‌ها و پیشنهادات کاربردی و پژوهشی ارائه خواهند شد.

-
1. Perceived Cybercultural Transgressions
 2. Perceived Social Control Means

سپهر ایرانی رسانه‌های اجتماعی

اینستاگرام با یک میلیارد کاربر فعال ماهانه در سراسر جهان در سال ۲۰۱۸ میلادی (Statista, 2020) یکی از محبوب‌ترین پلتفرم‌های رسانه‌ای اجتماعی در جهان و نیز در میان ایرانیان است و از ۶۷۶۰۲۷۳۱ کاربر اینترنت در ایران در دسامبر ۲۰۱۹ میلادی، ۲۴ میلیون نفر به‌طور ماهیانه در اینستاگرام فعال بوده‌اند (Internetworldstats, 2020; Statista, 2019) و تعداد آنان در حال افزایش است (Statcounter, 2020). عمده کاربران ایرانی تمایل به بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی بین‌المللی دارند. در سال ۱۳۹۶، تنها ۱۸٪ از کاربران ایرانی از ۷ پیام‌رسان موجود داخلی استفاده کردند که از میان آن‌ها به‌جز یک پیام‌رسان با ۱۳٫۵٪ کاربر، بقیه تنها کمتر از ۳٪ از کاربران رسانه‌های اجتماعی را در کشور به خود اختصاص داده بودند (ایسپا، ۱۳۹۷، ۳ تیر).

تنوعی از حریم‌شکنی‌ها و سوء رفتارها به‌طور روزانه در اینستاگرام و سایر رسانه‌های اجتماعی رخ می‌دهند؛ اما دیدگاه کاربران درباره رسانه‌های اجتماعی و روش‌های کنترل اجتماعی در آن، با یکدیگر متفاوت است. تحقیقات مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) در سال ۱۳۹۵ نشان داد که ۴۳٪ از کاربران، رسانه‌های اجتماعی را آسیب‌رسان و ۵۴٪ آن‌ها را مفید دانسته‌اند و ۶۲٪ از مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، بیان نموده‌اند که رسانه‌های اجتماعی نیازمند ساماندهی و نظارت هستند، ۱۲٪ مداخله دولت را لازم ندانسته‌اند و ۱۲٪ نیز آن را نیازمند فیلتر شدن دانسته‌اند (ایسپا، ۱۳۹۵، ۸ اسفند). شایان‌ذکر است ۱۰ تا ۱۲ میلیون ایرانی برای دسترسی به وب‌سایت‌ها یا اپلیکیشن‌های فیلتر شده از فیلترشکن بهره می‌برند (ایسنا، ۱۳۹۷، ۲۲ مهر).

مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

حریم‌شکنی

حریم‌شکنی به معنای فراروی از رویه‌ها، قوانین و قراردادهای موردقبول و به چالش کشیدن و واژگون نمودن محدودیت‌های مقبول است (Sara & Littlefield 2014: 295-)

297). حریم‌شکنی، عمل یا رفتاری فراتر از حد است که ورای محدودیت‌ها رفته و از مرزها گذشته و باز می‌گذرد (3: Jenks 2003; 1 & 85: Cieślak & Rasmus 2012). حریم‌شکنی با بی‌نظمی متفاوت است، آشوب را تسریع کرده و لزوم نظم را به ما یادآوری می‌نماید (2: O'Neill & Seal 2012; 7: Jenks 2003). درعین حال، واکنش‌های متنوعی را از واکنش‌های ملایم هنجاری گرفته تا ایجاد نظم به صورت بی‌رحمانه در بر می‌گیرد (3: Foust 2010). این واکنش‌ها و تعاریف، در فضاهای اجتماعی مانند جوامع، گروه‌ها، افراد و نیز در طول زمان و دوره‌های تاریخی، با هم متفاوت هستند (3-2: Jenks 2003; 10: Horwitz 1990).

حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری

پژوهش حاضر، میان حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری و حریم‌شکنی‌های مجرمانه تفاوت قائل شده و بر انواع حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری و ابزار کنترل اجتماعی مناسب برای آن‌ها تمرکز یافته است. چنگ و همکاران (2-1: Cheng, et al., 2017) و کومار (3: Kumar, 2017) بیان کرده‌اند که حریم‌شکنی‌ها و سوء رفتارهای فرهنگی سایبری می‌توانند عواقبی چون خشم، غم، آزار آفلاین، رفتارهای بزهکارانه، یا حتی مرگ را به همراه داشته باشند.

کومار (3-2: Kumar, 2017)، بدخواهی^۱ در فضای سایبری را به دو دسته کاربران بدخواه (مانند ترول‌ها^۲ و وندال‌ها^۳) و اطلاعات بدخواهانه (مانند شایعات و فریب) تقسیم نموده و تأکید می‌کند که این بدخواهی‌ها به‌طور گسترده‌ای در پلتفرم‌های مختلف متفاوت هستند. حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری متنوعی در ادبیات بازشناسی شده‌اند: اطلاعات نادرست^۴، قلدری سایبری، سرقت علمی^۵، ارسال اسپم^۶، طعمه کلیک^۷، محتوای نامناسب

1. Maliciousness
2. Trolls
3. Vandals
4. Misinformation
5. Plagiarism
6. Spamming
7. Clickbait

(شامل پورنوگرافی، وندالیسم، خشونت، قمار و غیره)، شکار جادوگر^۱ (ایجاد دادگاه در رسانه‌های اجتماعی برای یک فرد یا نهاد)، مخالفت فاقد استدلال (نسخه تشدید شده بحث‌وجدل‌های آنلاین) (Ramingwong & Ramingwong 2017: 81-84)، هدایت عروسک جورابی^۲ (بهره‌گیری از چندین حساب کاربری (Kumar 2017: 3)، محتوای خود-آسیب زنی بدون قصد خودکشی^۳ (Moreno, et al., 2016: 78)، چمن مصنوعی دیجیتال^۴ (فعالیت‌های دروغین آنلاین به‌ظاهر مردمی^۵) (Kovic, Rauchfleisch, & Selez 2016: 1)، سایبراستاکینگ^۶، ترولینگ، فلیمینگ^۷، فریب آنلاین، وندالیسم سایبری، اعتیاد به اینترنت، خواندن ایمیل دیگران، سوءاستفاده از اطلاعات دیجیتالی و تحمیل جنسی آنلاین (Nevin 2015: 78). درعین‌حال، یکی از خطرات که در فضای آنلاین بسیار مورد انتظار است، از دست دادن حریم خصوصی است (Ramingwong & Ramingwong 2017: 81). انتخاب حریم‌شکنی به‌عنوان مفهوم کلیدی در پژوهش حاضر به دلیل اهمیت ماهیت فرارونده، التقاطی و نیز ماهیت دورگه ساز حریم‌شکنی است که مرزهای میان مقبول و نامقبول اجتماعی را سست کرده و از این مرزها گذر می‌نماید و به تدریج، مرزهای جدیدی را بنا می‌نهد. این مفهوم از حریم‌شکنی باید در اتخاذ ابزار کنترل اجتماعی اثربخش مدنظر قرار گیرد.

کنترل اجتماعی

کنترل اجتماعی، واکنش‌های هدفمند و سازماندهی‌شده به رفتار انحرافی است که این رفتارها را تعریف و کنترل می‌نماید (Horwitz 1990: 9; Innes 2003: 3) و نظم اجتماعی و اخلاق را حفظ می‌کند (Dijker & Koomen 2007: 4). کنترل اجتماعی به‌عنوان بعدی از انسجام اجتماعی، از اهرم‌های قانونی بهره می‌گیرد تا آرزوهای نامحدود و نفع‌طلبی‌های

1. Witch Hunting
2. Sockpuppetry
3. Nonsuicidal self-injury (NSSI) content
4. Digital astroturfing
5. Fake online grassroots activity
6. Cyberstalking
7. Flaming

فردی را در جامعه کنترل نماید (بیات، مهدوی و ساروخانی، ۱۳۹۹، ص ۵۹) و شامل فرآیندهای متنوعی برای مدیریت تعارضات است که به‌طور طبیعی در فرآیند تولید فرهنگی جاسازی شده‌اند (Musheno, et al., 1990: 8-9).

سازوکارهای کنترل اجتماعی می‌توانند به دو شکل ابزار درونی کنترل (هنجارها، ارزش‌ها و استانداردهای درونی شده فرد که به‌واسطه فرآیند اجتماعی شدن آموخته شده‌اند) و ابزار بیرونی کنترل (واکنش‌های دیگران به رفتار فرد شامل تحریم‌ها^۱ (پاداش‌ها و مجازات‌ها) بازشناسی شوند (Tischler n.d.: 158-159) که می‌توانند به‌عنوان کنترل اجتماعی رسمی (سیستم دادگستری) یا کنترل اجتماعی غیررسمی (فشارها و تحریم‌های میان فردی) اعمال شوند (Goode 2015: 7).

کنترل اجتماعی سایبری

برای ایجاد یک «جامعه خوشایند»، اشکال متفاوتی از کنترل، مانند خود-تنظیمی^۲، کنترل دولتی و شرکتی برای انجمن‌های آنلاین نیز لازم هستند (Van Kokswijk 2010: 239). اتکسیون (Atchison, 2000: 87) استدلال می‌کند که اینترنت از دو سیستم کنترل نیتیکت^۳ (آداب رفتار اینترنتی) غیررسمی و کنترل قانونی رسمی تشکیل شده است. داده‌کاوی هاشمی و رهبری (۱۳۹۹) در تویتر نشان داد که ایجاد هنجارهای جدید در اجتماعات مجازی و افزایش کنترل اجتماعی غیررسمی به دنبال حضور کاربران با نام و نشان واقعی خودشان، سبب شده است که در طول کمتر از یک دهه، استفاده از مضامین مبتدل در میان کاربران، کاهش قابل توجهی یابد.

لسیگ (Lessig, 2006)، چهار کیفیت^۴ تنظیم و رگولاسیون^۵ را به‌عنوان محدودیت بر روی اعمال بازشناسی نمود: قانون، هنجارها، بازارها و معماری که ابزار محدودکننده آن‌ها به ترتیب شامل تهدید به مجازات، به‌کارگیری تحریم‌های اجتماعی، قیمت و

1. Sanctions
2. Self-regulation
3. Netiquette
4. Modalities
5. Regulation

علامت‌دهی‌های مربوط به قیمت^۱ و محدودیت‌های فیزیکی (مانند کد نرم‌افزار) هستند. موری و اسکات (Murray & Scott, 2002: 491 & 500) این کیفیت‌ها را در چهار شکل کنترل‌ی بنیادی که بر پایه سلسله‌مراتب، رقابت، انجمن و طراحی قرار می‌گیرند، باز مفهوم سازی نمودند. لسیگ (Lessig, 2006: 5-6)، استدلال می‌کند که در فضای سایبری، نرم‌افزار و سخت‌افزار (یعنی کد فضای مجازی)، آن را تنظیم می‌کنند و در واقع، کد، قانون است که می‌تواند فضای مجازی را به گونه‌ای معماری نماید که قادر است تا ارزش‌ها را حمایت نموده یا اجازه دهد که این ارزش‌ها ناپدید شوند.

پژوهش حاضر، نظر کاربران اینستاگرام درباره حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری و کنترل اجتماعی سایبری را از منظرهای گوناگون اجتماعی، روان‌شناختی، تکنولوژیک و موقعیتی موردبررسی قرار داده و دسته‌بندی نموده است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر، در چارچوب دیدگاه توصیفی کیفی، از «تحلیل محتوای کیفی»^۲ داده‌های گردآوری‌شده از طریق مصاحبه با ابزار پرسشنامه، برای کاوش حریم‌شکنی‌های ادراک‌شده کاربران ایرانی اینستاگرام و ابزار کنترل اجتماعی ادراک‌شده توسط آنان بهره برده است. در بخش‌های بعدی، روش‌های گردآوری و تحلیل داده‌ها و روش‌های تضمین قابلیت اعتماد پژوهش، به تفصیل توضیح داده خواهند شد.

گردآوری داده‌ها و نمونه

داده‌ها، با بهره‌گیری از مصاحبه با کاربران اینستاگرام، از طریق ارسال لینک یک پرسشنامه آنلاین که در گوگل فرمز^۳ ساخته شده بود، گردآوری شد. این پرسشنامه شامل ۱۵ سؤال بسته-پاسخ جمعیت‌شناختی-اجتماعی^۴ و ۱۶ سؤال باز-پاسخ بود که از طریق پیام‌رسان‌های اینستاگرام و تلگرام برای کاربران صفحات پربازدید اینستاگرام و گروه‌های

1. Price-Related Signals
2. Qualitative Content Analysis
3. Google Forms
4. Sociodemographic

دارای تعداد زیاد کاربر در تلگرام (که در دسترس پژوهشگر بودند) ارسال شد (سؤالات پرسشنامه در بخش یافته‌های پژوهش مورداشاره قرار گرفته‌اند). روش «نمونه‌گیری غیر احتمالی در دسترس» برای گردآوری داده‌ها از ۵۸ شرکت‌کننده به کار گرفته شد.

تحلیل محتوای کیفی

تحلیل محتوا، تکنیک پژوهشی کیفی است که به‌طور گسترده‌ای مورداستفاده قرار می‌گیرد (Hsieh & Shannon 2005: 1277). دو رویکرد تحلیل محتوای کمی و کیفی وجود دارد (Graneheim & Lundman 2004: 105). پژوهش پیش روی، رویکرد کیفی «تحلیل محتوای متداول»^۱ (Hsieh & Shannon 2005: 1277) که تحلیل محتوای استقرایی^۲ نیز نامیده می‌شود (Elo & Kyngäs: 2008) را به کار گرفته است. این رویکرد، با مشاهده آغازشده و سپس کدها که از داده‌ها مشتق شده‌اند، در طول تحلیل داده‌ها تعریف می‌شوند (Hsieh & Shannon 2005: 1286).

فرآیند کدگذاری

واحد تحلیل در این مطالعه، «پرسش‌های پرسشنامه» و واحد مشاهده، «پاسخ‌های کاربران» به این پرسش‌ها بود. در نخستین مرحله از کدگذاری، پاسخ‌های شرکت‌کنندگان، پس از خواندن و بازخوانی داده‌ها، خط به خط، با توجه به تفسیر کدگذار از محتوای پنهان پاسخ‌ها، بر اساس هر سؤال پرسشنامه، با بهره‌گیری از «رویکرد کدگذاری پدیدارشنونده»^۳ (در مقابل کدگذاری پیشینی^۴) (Stemler 2001: 3) کدگذاری شد. در مرحله دوم، صفحه کدگذاری شده در مایکروسافت اکسل^۵، وارد نرم‌افزار NVivo 10 شد و کدها بر اساس کدگذاری اولیه و تفسیر کدگذار با توجه به بافتار پژوهش، با یکدیگر دسته‌بندی شده و طبقه‌ها ایجاد شدند. طبقه‌های حاصل، برای ایجاد مضمون‌ها^۶ و توسعه مدل‌ها با یکدیگر

1. Conventional Content Analysis
2. Inductive
3. Emergent coding approach
4. A priori coding
5. Microsoft Excel
6. Themes

ترکیب شدند.

قابلیت اعتماد

در راستای ارزیابی کیفیت پژوهش، گوبا و لینکلن^۱، روایی و پایایی را با مفهوم موازی «قابلیت اعتماد»^۲ جایگزین نمودند (Morse, et al., 2002: 2). در پژوهش حاضر، استراتژی‌های مورس و همکاران (Morse, et al., 2002: 12-13) برای ایجاد قابلیت اعتماد و تضمین دقت^۳ اتخاذ گردید: (۱) نمونه پژوهش، با توجه به اینکه تعداد قابل توجهی از شرکت‌کنندگان، بیش از ۳ سال کاربر اینستاگرام بودند، متشکل از کاربران آگاه درباره اینستاگرام بود؛ (۲) کفایت نمونه‌گیری با توجه به اشباع^۴ اثبات شد؛ (۳) توصیف پرمایه^۵ برای تضمین قابلیت بازبینی توسط همتایان و خوانندگان، صورت پذیرفت؛ و (۴) اعتبارسنجی مبتنی بر اجماع نظر خبرگان با استفاده از ارزیابی پایایی میان کدگذاران صورت گرفت که در ادامه توضیح داده شده است:

پایایی را می‌توان به واسطه ثبات^۶ (پایایی درون کدگذار^۷) و تکرارپذیری^۸ (پایایی میان کدگذاران^۹) ارزیابی نمود (Stemler 2001: 5) که سنجه استاندارد برای کیفیت پژوهش است (Lombard, Snyder-Duch, & Bracken 2002: 589).

تعدادی از منابع، استفاده از ضریب پایایی کاپای کوهن^{۱۰} را که پرکاربردترین ضریب پایایی است، پیشنهاد نموده‌اند (Neuendorf 2002: 150; Lombard, et al., 2002: 593; Carletta 1996: 253). رویکرد مرجح این است که دو یا چند شاخص، محاسبه و گزارش شود و ضرایب ۰/۹۰ یا بزرگ‌تر، تقریباً همیشه قابل قبول هستند

1. Guba and Lincoln
2. Trustworthiness
3. Rigor
4. Saturation
5. Thick description
6. Stability
7. Intra-rater reliability
8. Reproducibility
9. Inter-rater reliability
10. Cohen's kappa reliability coefficient

(Lombard, et al., 2002: 600).

برگرفته از لمبارد و همکاران (Lombard, et al., 2002: 601)، ۱۰ درصد (۹۳ مورد) از واحدهای پاسخ (تعداد انتخابی = تعداد سؤالات × تعداد شرکت‌کنندگان) با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک انتخاب شدند و دو کدگذار (که یکی از آن‌ها، پژوهشگر تحقیق حاضر بود)، این نمونه را بعد از آموزش ۲۰ دقیقه‌ای، کدگذاری نمودند. سطح توافق، با استفاده از توافق خام/درصد^۱، روش هولستی^۲ (Neuendorf 2002: 149) و ضریب کاپا (Neuendorf 2002: 151; Stemler 2001: 6) محاسبه شد. بر پایه معیارهای مطرح‌شده توسط استملر (Stemler, 2001: 7) برای ضریب کاپا که در آن ۰/۸۱ تا ۱/۰۰ به‌عنوان توافق «تقریباً کامل» محسوب می‌شود، قدرت توافق میان کدگذار ۱ (پژوهشگر) و کدگذار ۲ و نیز پایایی درون کدگذار، «تقریباً کامل» بود (جدول ۱).

جدول ۱. پایایی میان کدگذاران و درون کدگذار

توافق	توافق	توافق	توافق	تعداد کدهای توافق شده	تعداد کل کدها	تعداد کدهای کدگذار ۲	تعداد کدهای کدگذار ۱	پایایی
توافق	کاپا	روش هولستی	توافق خام/درصد	تعداد کدهای توافق شده	تعداد کل کدها	تعداد کدهای کدگذار ۲	تعداد کدهای کدگذار ۱	پایایی
تقریباً کامل	۰/۸۶	۰/۹۴	۰/۸۹	۱۵۱	۱۶۹	۱۶۰	۱۶۰	میان کدگذاران
تقریباً کامل	۰/۹۳	۰/۹۷	۰/۹۵	۱۵۵	۱۶۴	۱۶۰	۱۵۹	پایایی درون کدگذار

یافته‌های پژوهش

اطلاعات جمعیت شناختی-اجتماعی^۳

با استفاده از پرسشنامه، ۶۱ مصاحبه گردآوری شد که سه مورد به دلیل ناقص بودن از تحلیل نهایی حذف شدند. در کل، مصاحبه‌های ۵۸ مشارکت‌کننده (زن = ۲۸، مرد = ۲۸ و نامشخص = ۲) مورد تحلیل قرار گرفت که در حدود ۷۸٪ آن‌ها در رده سنی ۲۵-۴۴ سال و

1. Crude/percent agreement

2. Holsti's method

3. Sociodemographics

بیش از نیمی از آن‌ها متأهل و دارای فرزند بودند. در حدود ۹۰٪ آن‌ها، نوعی از تجربه تحصیل دانشگاهی را داشتند که نزدیک به ۶۰٪ این افراد، دارای تحصیلات تکمیلی (کارشناسی‌ارشد یا دکتری) بودند. نتایج نشان داد که مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر به‌طور عمده دارای تحصیلات عالی، متعلق به طبقه متوسط جامعه (۸۳/۹۳٪) بوده که بیشتر آن‌ها (۷۱/۴۳٪) در استان تهران سکونت داشتند.

تنها ۷ و ۱۱ درصد از مصاحبه‌شوندگان، به ترتیب خود را افراد مذهبی و سنتی و در حدود ۵۴ و ۴۲ درصد، به ترتیب خود را غیرمذهبی و غیر سنتی دانسته‌اند. بقیه پاسخ‌دهندگان، خود را تا حدی مذهبی و تا حدی سنتی دانسته‌اند.

بخش عمده‌ای از شرکت‌کنندگان (در حدود ۷۲٪)، از رسانه اجتماعی اینستاگرام برای بیش از ۳ سال استفاده نموده‌اند که نشان می‌دهد این افراد به‌خوبی با اینستاگرام آشنا بوده و می‌توانند به‌عنوان افراد آگاه درباره اینستاگرام، مورد مصاحبه قرار گیرند. با این وجود، ۷۲٪ از مصاحبه‌شوندگان، مصرف‌کننده سنگین اینترنت نبوده و روزانه کمتر از یک تا دو ساعت از اینترنت استفاده می‌نمودند.

حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری ادراک‌شده

حریم‌شکنی‌های ادراک‌شده از سوی کاربران در فضای اینستاگرام از طریق ۵ سؤال باز-پاسخ درباره ۱) انواع پست‌های حریم‌شکن (مانند پست‌های خشونت‌آمیز، پورنوگرافیک، محتوای مربوط به خودکشی، پست‌های انحرافی سیاسی / مذهبی / ایدئولوژیک / جنسی، نفرت‌پراکنی^۱، پست تصاویر/ویدئوهای خصوصی)؛ ۲) رفتارهای حریم‌شکن (مانند فلیمینگ، ایجاد مزاحمت آنلاین، ارسال اسپم، چت و ملاقات حضوری با افراد ناشناس)؛ ۳) صفحات اینستاگرامی حریم‌شکن؛ ۴) تجربه آزار و سوءاستفاده در اینستاگرام (از مشارکت‌کنندگان پرسیده شد که آیا خودشان و یا یکی از دوستان و بستگان آن‌ها در اینستاگرام مورد آزار و سوءاستفاده قرار گرفته‌اند و چگونه با آن برخورد کرده‌اند)؛ ۵) خطرات اینستاگرام برای کاربران، مورد کاوش قرار گرفتند.

کدها، با بهره‌گیری از کلیدواژه‌های استخراج‌شده از داده‌ها یا کلیدواژه‌های رایج در بافتار پژوهش، نام‌گذاری شدند و تحت ۶ مضمون طبقه‌بندی شدند که ۳ مضمون (وقاحت نگاری، اطلاعات حریم‌شکن، محتوای بازار-محور) به‌طور خالص، محتوای حریم‌شکن هستند، ۲ مضمون (رفتارهای مخاطره‌آمیز، رفتارهای مجرمانه) به‌طور خالص، رفتار حریم‌شکن هستند و یک مضمون (تخلیه هیجانی) شامل هر دوی محتوای حریم‌شکن و رفتارهای حریم‌شکن است. کدهای حذف‌شده از فرآیند تحلیل شامل «هیچ‌کدام/نسبی است»، «تمامی/بیشتر محتوا مبتذل است»، «عدم مواجهه با حریم‌شکنی»، «بی‌نظر»، «محتوای نامناسب» و «سرقت اموال» بودند.

جدول ۲. جدول کد‌گذاری محتوای حریم‌شکن ادراک‌شده در اینستاگرام

مضمون	کد	توصیف کد	مثال
محتوای حریم‌شکن	پورنوگرافی	فعالیت‌های پورنوگرافیک و آشکارا جنسی	«پست‌های پورنوگرافیک»؛ «صفحاتی با موضوعات جنسی مستهجن (غیر آموزشی)»؛ «دسترسی آسان به مطالب مستهجن»
	جنسی	رفتارهای تلویحی جنسی (یا جنسی انحرافی) و رفتارهای تحریک‌آمیز جنسی	«کلیپ‌های مبلغ هم‌جنس‌گرایی»؛ «صفحات جنسی»
	برهنگی	محتوای ترویج‌دهنده برهنگی و عربانی	«صفحات که با درج تصاویر لخت زنان ترویج‌های جنسی می‌کنند»
	بهره‌کشی و سوءاستفاده از کودکان	پورنوگرافی کودکان و بهره‌کشی جنسی از کودکان؛ بدرفتاری و آزار کودکان	«صفحاتی با محتوای جنسی مربوط به کودکان و نوجوانان»؛ «صفحاتی که در آن صحنه‌های [...] کودک‌آزاری و... ب اشتراک گذاشته می‌شوند»
اطلاعات حریم‌شکن	محتوای خصوصی	پست تصاویر و ویدئوهای خصوصی در یک حساب کاربری عمومی	«من بشخصه پست‌هایی که طرف از حریم خصوصی خودش میزازه بیزارم»؛ «صفحاتی که مطالب خصوصی افراد را منتشر می‌کنند»؛ «اینکه خودشان عکس‌های خصوصی‌شان را در صفحه

مضمون	کد	توصیف کد	مثال
			عمومی به اشتراک می‌گذارند»؛ «پخش شدن مطالب خصوصی»
	محتوای فرهنگی / ایدئولوژیکی انحرافی	محتوای ترویج‌دهنده سطحی‌نگری، فرهنگ میکروسلبیتی، مصرف‌گرایی / مذهب انحرافی / عقاید و تفکرات سیاسی / مذهبی / ایدئولوژیک انحرافی	«پست‌های حاوی عقده‌گشایی شخصی»؛ «مطالب زرد و بی‌پایه‌و‌اساس، دامن‌زدن به فقر فرهنگی و عادی جلوه دادن بعضی از چالش‌های عمیق فرهنگی [...]»؛ «پست‌های مربوط به گرایش‌های سیاسی / مذهب انحرافی / عقیدتی»؛ «ریچ کیدز و لاکچری‌ها»؛ «در کشور ما کلی آدم وجود دارند که برای گرفتن لایک بیشتر هر کاری می‌کنند»؛ «عقاید افراطی»؛ «نشر خرافات و اکاذیب»؛ «ارواج سطحی‌گرایی، دوری از عمق و فکر، ایجاد موج و...»
	اطلاعات نادرست) Misinformation	اطلاعات کاذب، نادرست، فریب‌دهنده / باورهای نادرست	«نوشتن اطلاعات و اخبار کذب و مطالبی که به تخریب شخصیت صاحب اکانت می‌پردازد»؛ «نشر اکاذیب»؛ «اشاعه اخبار و مطالب به نام علم بدون منبع معتبر»؛ «پذیرش باورهای غلط مذهبی / خرافات / اکاذیب»
محتوای بازار-محور	اسپم	پیام‌های غیر مرتبط یا ناخواسته با اهداف تبلیغاتی	«ارسال پست‌های تبلیغاتی که بعضاً بی‌دری و طولانی هستند»؛ «ارسال تبلیغات»؛ «خدمات لیزر و زیبایی و اکستنشن مو که تعدادشان روزبه‌روز بیشتر میشه»؛ «تبلیغ زیاد ارسال میشه»
	قمار	صفحات ترویج / ارائه قمار و شرط‌بندی	«تبلیغاتچی‌های قمار و شرط‌بندی»
	کالاها و خدمات غیرقانونی	صفحات ترویج / ارائه کالاها و خدمات غیرقانونی	«صفحاتی برای تبلیغات اسلحه و مشروبات الکلی»
تخلیه	خشونت	محتوای خشن و یا وحشیانه	«اشاعه خشونت و طبیعی جلوه دادن آن

مضمون	کد	توصیف کد	مثال
هیجانی			به روش‌های مختلف حتی در غالب طنز یا [د]دوربین مخفی»
	نفرت پراکنی	حمله به یک فرد یا گروه به دلیل نژاد، مذهب، قومیت / ملیت، جنسیت، معلولیت، گرایش جنسی، یا هویت جنسی	«تبعیض آمیز قومی و استهزا نمودن فرد یا گروه و یا قومی خاص، پست‌های تبعیض یا تحقیر جنسیتی در غالب تصویر و یا حتی نوشتاری»؛ «تمامی پیج‌هایی که به منظور توهین به قوم یا نژاد یا مذهبی خاص تشکیل شده»
	محتوای مربوط به خودکشی / حزن‌انگیز	محتوای مربوط به خود آسیب زنی و خودکشی؛ حزن افراطی	«ترغیب‌کننده به خودکشی»؛ «صفحاتی با عکس‌ها و یا عکس نوشته‌های خشونت آمیز و یا حتی بسیار غم‌انگیز و رقت‌آور»

جدول ۳. جدول کدگذاری رفتارهای حریم‌شکن ادراک‌شده در اینستاگرام

مضمون	کد	توصیف کد	مثال
تخلیه هیجانی (ادامه)	فلیمینگ / ترولینگ / قلدری سایبری	توهین و مشوش کردن دیگران با استفاده از کامنت‌های آزاردهنده یا وقیح	«ایموجی‌های ناخوشایند و یا حروف / علامت‌هایی که لزوماً دربردارنده معنای خاصی نیستند و صرفاً برای جلب توجه ارسال می‌شوند»؛ «تعبیر زننده و اهانت آمیز و ناسزا»؛ «فحاشی و توهین به عقیده یا افکار اشخاص»؛ «ارسال کامنت‌های به‌دوراز ادب و آزاردهنده»
رفتارهای حریم‌شکن	مزاحمت	مزاحمت و آزار؛ جستجوی اصرار آمیز پارتنر در فضای آنلاین؛ ارسال پیام‌های ناخواسته؛ تحمیل جنسی	«مزاحمت‌های فردی»؛ «پیشنهاد دوستی و رابطه»؛ «مزاحمت‌های توهین آمیز»؛ «پیام‌های دایرکت»؛ «زیاد بهم پیام میدن برای اینکه کمکشون کنم بازیگر بشن یا بهشون کمک مالی بکنم»؛ «مزاحمت‌ها»
رفتارهای مخاطره‌آمیز	حریم خصوصی سست شده	حساب‌های کاربری غیر خصوصی؛ فالوورهای ناشناس؛ تجاوز به حریم خصوصی	«کنجکاوی بیش از حد در زندگی و مسائل خصوصی دیگران»؛ «هر رفتاری که تجاوز به حریم خصوصی شخص باشد.»؛ «سو استفاده از اطلاعات به اشتراک

مضمون	کد	توصیف کد	مثال
			گذاشته‌شده؛ «عدم حفظ حریم شخصی»؛ «برای جوان‌ترها ارتباط با افراد غیرمعقول.»
	چت / ملاقات با افراد ناشناس	چت و ملاقات حضوری با افراد ناشناس	«گفتگو یا حتی ملاقات حضوری با افراد ناشناس»
	تعصب / قضاوت نادرست	جانب‌داری، تعصب و افراط‌گرایی؛ باور یا فرض نادرست درباره یک موقعیت	«جانب‌داری‌های افراطی و تعصبی از یک ایسم یا تفکر خاص»؛ «قضاوت نابجا»
	غرق شدن در رسانه‌های اجتماعی	غرق شدن در رسانه‌های اجتماعی؛ هدر دادن زمان	«اتلاف اوقات مفید»؛ «غرق شدن در دنیای خیالی و مجازی که در اینستاگرام برای خودشان ساختن.»
	فریب / کلاهبرداری	کلاهبرداری و فریب آنلاین	«کلاهبرداری‌های مالی و تبلیغات نادرست»
رفتارهای مجرمانه	باج‌گیری سایبری / هک	تهدید به انتشار داده‌های شخصی یا مسدود نمودن دسترسی قربانیان به داده‌های خود در ازای دریافت پول؛ هک کردن کامپیوتر یا حساب کاربری	«تهدید به افشای اطلاعات خصوصی و باج‌خواهی»؛ «تهدید کرد با اسکرین شات از چت ساختگی با من آبرومو جلوی فالوینگام میبره»؛ «با هک کردن صفحه یک آشنا درخواست پول کردند»؛ «هک شدن و بجای آن‌ها مطالب مشکل‌دار گذاشتن»
	دزدی دریایی دیجیتال (Digital) Piracy / سرقت علمی و ادبی	تخطی از حق تألیف آنلاین و انتشار و به اشتراک‌گذاری غیرقانونی محتوای دارای حق تألیف؛ سرقت علمی / ادبی کارهای هنری و علمی آنلاین دیگران	«حق کپی‌رایت»؛ «کپی‌برداری از روی کارهام»

ابزار کنترل اجتماعی ادراک‌شده

ابزار کنترل اجتماعی ادراک‌شده کاربران برای حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری در اینستاگرام از طریق ۶ سؤال باز-پاسخ دوباره (۱) بازدارنده‌های شخصی (ویژگی‌های شخصی پاسخ‌دهندگان مانند ویژگی‌های شخصیتی، نگرشی / ایدئولوژیک و روانی /

روان‌شناختی که مانع می‌شود آن‌ها رفتارهای حریم‌شکن مرتکب شده یا محتوای حریم‌شکن را مورد جستجو/ انتشار قرار دهند؛ (۲) بازدارنده‌های اجتماعی (بازدارنده‌هایی مانند نظارت خانواده، جایگاه اجتماعی/ حرفه‌ای/ تحصیلی، گروه‌های هم‌تایان، عوامل قانونی، هنجارها، ترس از ریپورت شدن/ بلاک شدن/ حذف حساب کاربری و مورد پیگرد قانونی قرار گرفتن که مانع می‌شود تا پاسخ‌دهندگان مرتکب حریم‌شکنی شوند؛ (۳) واکنش‌های پاسخ‌دهندگان، به حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری؛ (۴) پیشنهاد‌های پاسخ‌دهندگان به‌عنوان استراتژی‌های مؤثر برای مواجهه با حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری؛ (۵) واکنش‌های پاسخ‌دهندگان به آزار و سوءاستفاده آنلاین؛ و (۶) استراتژی‌های مواجهه با خطرات اینستاگرام، مورد کاوش قرار گرفتند. کدهای حذف‌شده از فرآیند تحلیل در این بخش شامل «غم»، «هیچ‌کدام»، «فیلترینگ» و «بی‌نظر» بودند.

بر اساس یافته‌های پژوهش، ابزار کنترل اجتماعی ادراک‌شده را می‌توان به دو دسته تقسیم نمود: (۱) ابزار فردی ادراک‌شده کنترل اجتماعی و (۲) ابزار اجتماعی ادراک‌شده کنترل اجتماعی.

جدول ۴. جدول کدگذاری ابزار فردی ادراک‌شده کنترل اجتماعی

مضمون	کد	توصیف کد	مثال
خصیصه‌های شخصیتی	تمایل شخصی	تمایل و ترجیح شخصی؛ علاقه‌مند نبودن به ارتکاب حریم‌شکنی	«در صورتی که انجام کاری را مناسب و لازم بینم هیچ‌یک از مسائل مطرح‌شده (در صورت وجود) مانعی برای انجام من نخواهند بود»؛ «هیچ‌کدام، بچه که نیستم از این چیزا بترسم به‌عنوان یک اگزستانسیالیست فقط تصمیم خودم و انتخاب خودم اهمیت داره وگرنه بقیه این چیزایی که شما ردیف کردین بیشتر به درد کلاس‌های تعلیمات دینی سال اول راهنمایی می‌خوره»؛ «علاقه‌ای ندارم نه ب تماشای ن ب اشتراک‌شون»؛ «دست ندارم مطالب بد بفرستم»
عوامل روان‌شناختی	عوامل روانی/ روان‌شناختی	ویژگی‌های روانی و روان‌شناختی و وضعیت روانی؛ مشکلات روانی و	«احترام به شخصیت شخصی خودم»؛ «ویژگی روحی و روانی»؛ «به نظر من بستگی به ذات و شخصیت فرد دارد و با آموزش و ... درست نمی‌شود»؛ «باعث

مضمون	کد	توصیف کد	مثال
		روان‌شناختی	افسارگسیختگی و سردرگمی یا افسردگی یا پوچی یا دلشوره و دلهره یا نگرانی و ترس بشیم؛ «توهم، خودبزرگ‌بینی»
	خود-کنترلی	خود-کنترلی	«خودکنترلی در انتشار اطلاعات»
	سن / تجربیات	سن و تجربه شخصی؛ خطرات اینستاگرام به سن افراد بستگی دارد	«تجارب شخصی و سن و سال که باعث خودکنترلی و پرهیز از بروز رفتارهای نامناسب می‌شود؛ «بسته به سن کاربر دارد. برای نوجوانان مناسب نیست و احتمالاً باعث آگاهی زودتر از موعد سن می‌گردد»
جایگاه اجتماعی	جایگاه حرفه‌ای	جایگاه شغلی و اجتماعی	«اخلاق پزشکی؛ «جایگاه اجتماعی و شغلی»
	جایگاه تحصیلی	جایگاه و سطح تحصیلی	«وضعیت تحصیل»
	مشغله	کمبود زمان برای ارتکاب حریم‌شکنی؛ ارتکاب حریم‌شکنی، هدر دادن زمان است	«پرهیز از اتلاف وقت؛ «من به خاطر [...] زمان به دنبال مطالب نامربوط نمی‌روم»
نگرش‌های شخصی	اخلاقیات	اخلاقیات؛ انحرافات اخلاقی و رفتاری	«پابندی به اصول اخلاقی؛ «مفاسد جنسی»
	باورها	باورها، نگرش‌ها و ارزش‌های شخصی؛ غنی‌سازی بعد معنوی زندگی	«ویژگی‌های نگرشی، باز بودن از نظر فکری؛ «نگرش خود»
عادت‌های مصرف رسانه‌ای	نام/ هویت واقعی	استفاده از نام و هویت واقعی در فضای آنلاین	«فعالیت با نام خودم»
	امنیت اطلاعات	حفاظت از داده‌های شخصی؛ کنترل و توجه به گزینه‌های امنیتی در اپلیکیشن‌ها	«امنیت اطلاعات، هرچیزی برای اشتراک نیست، پخش نشدن آن‌ها در دیگر شبکه‌های اجتماعی؛ «نکات امنیتی مربوط به اینستاگرام رعایت کنند»
	حریم خصوصی	عدم ارسال اطلاعات شخصی یا اطلاعات حساس بر روی اینستاگرام؛ استفاده از حساب کاربری خصوصی در	«خصوصی کردن صفحه شخصی، پرهیز از ارسال محتوای خیلی شخصی یا حساسیت‌برانگیز؛ «به دلیل این که اکانت خصوصی دارم و با افراد مشخصی مرتبط هستم، تاکنون مشکلی برایم ایجاد نشده؛ «آگه

مضمون	کد	توصیف کد	مثال
		اینستاگرام	خصوصیه و قراره فیلم و عکس شخصی آپلود بشه فالو ریکوئست همه رو نباید قبول کرد؛ «آگه پیج عمومی و همه میتونن ببینن نیازی به اشتراک گذاری مطالب شخصی نیست.» «تا حد امکان از گذاشتن تصاویر شخصی اجتناب شود؛ «سکوریتی‌ها و فالورها کنترل شده باشه همچنین مطالبی که منتشر می کنیم»
مدیریت زمان/ درگیر شدن	مدیریت زمان؛ درگیر نشدن بیش از حد با زندگی آنلاین دیگران؛ جلوگیری از غرق شدن در رسانه‌های اجتماعی	مدیریت زمان؛ درگیر نشدن بیش از حد با زندگی آنلاین دیگران؛ جلوگیری از غرق شدن در رسانه‌های اجتماعی	«اصولاً کنکاش تو زندگی خصوصی دیگران و نمی‌پسندم» «کمتر استفاده کرد» «برنامه‌ریزی و زمان‌بندی برای ورود ب فضای اینستاگرام؛ «عدم درگیر شدن بیش از حد در اینستاگرام» «آدم باید حدومرز زندگی شخصی و دنیای مجازی را بداند»
ترس از بلاک/ رپورت شدن	ترس از بلاک شدن، رپورت شدن و یا حذف حساب کاربری توسط اینستاگرام	ترس از بلاک شدن، رپورت شدن و یا حذف حساب کاربری توسط اینستاگرام	«همه موارد دلیل [ذکرشده در پرسش مصاحبه]
اجتناب	جلوگیری از مواجهه با حریم شکنی‌ها	جلوگیری از مواجهه با حریم شکنی‌ها	«پرهیز از [...] بحث» «در کل جامعه درستی ندارم و سعی می‌کنم دور از همه موارد باشم» «من کلاً سمت این چیزها نمی‌روم» «در معرض نبودن»
کنترل پست و فالو	عدم بازنشر و انتشار محتوای حریم شکن؛ فالو کردن صفحات مناسب سن، جایگاه اجتماعی و نگرش‌های فردی	عدم بازنشر و انتشار محتوای حریم شکن؛ فالو کردن صفحات مناسب سن، جایگاه اجتماعی و نگرش‌های فردی	«عدم انتشار و پروبال دادن» «پیج‌ها و افرادی فالو شوند که مناسب عقاید و افکار ما باشند و مطالبشان مورد علاقه مندی ما باشد»
اخطار	اخطار دادن و عدم تأیید کاربران حریم شکن	اخطار دادن و عدم تأیید کاربران حریم شکن	«اعتراض.» «در بعضی از موارد تذکر»
اغماض/ بی کنشی	چشم‌پوشی از حریم شکنی‌های فرهنگی؛ سایبری مورد مواجهه؛ واکنش نشان ندادن و یا کاری انجام ندادن؛ هر کنشی بی‌فایده است	چشم‌پوشی از حریم شکنی‌های فرهنگی؛ سایبری مورد مواجهه؛ واکنش نشان ندادن و یا کاری انجام ندادن؛ هر کنشی بی‌فایده است	«رد می‌شم بی تفاوت»؛ «من ک بی تفاوتم» «کار خاصی نمی‌توان کرد» «کاری نکرده‌ام» «به نظرم نیازی نیست کاری کرد. [...] باوجود رسانه‌ها و دنیای بدون مرز اطلاعات اگر کسی بخواد منحرف شود، نمی‌توان برای او مانع ایجاد کرد»

جدول ۵. جدول کدگذاری ابزار اجتماعی ادراک‌شده کنترل اجتماعی

مضمون	کد	توصیف کد	مثال
عوامل قانونی	مراجع قانونی	عوامل قانونی و پیگرد قانونی؛ پیگیری‌های مراجع متولی فضای سایبری	«عوامل قانونی [...] تعقیب قانونی»؛ «پیگیری قانونی مسئولین»؛ «اعلام به پلیس فتا»؛ «پیگیری توسط پلیس»
	خود-تنظیمی شرکتی	نظارت شرکتی و خود-تنظیمی شرکتی (Corporate Self-Regulation)	«باید این کاربرها را از اینستاگرام حذف کرد.»؛ «استفاده از رگولاتوری مناسب از سوی متولیان اینستاگرام.»
آگاهی افزایی	آموزش / دانش	کسب دانش و درک از فضای سایبری	«آگاهی ناشی از آموزش و مطالعه»؛ «شعور خودم»؛ «آموزش در خود فضای رسانه بدیهی‌ترین کار است»؛ «آموزش و پرورش قوی»
	فرهنگ‌سازی	فرهنگ‌سازی در جامعه	«فرهنگ‌سازی درست»؛ «فرهنگ‌سازی»
نگرش‌های اجتماعی	سواد رسانه‌ای	ارتقاء و بهبود سواد رسانه‌ای	«فرد باید سواد رسانه‌ای داشته باشد»؛ «بالا بردن سواد رسانه‌ای»
	هنجارها	هنجارها و ارزش‌های اجتماعی؛ مشکلات هنجاری اجتماعی؛ انگ (stigma) اجتماعی	«اما بحث و نگاه جامعه (خارج از محیط اینستاگرام) ممکن است فرد را پیش، در حین یا پس از انجام اعمال بد پشیمان کند.»؛ «به نظر می‌رسد برای جوامع باز و بالأخص جوامع بسته، استفاده از شبکه‌های اجتماعی تبعات و مشکلاتی از زوایای مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی را به همراه خواهد داشت. مثل انتشار، تسری و یادگیری و الگوگیری رفتارهای نامناسب اجتماعی از جامعه‌ای به جامعه دیگر، یادگیری روش‌های مختلف کلاهبرداری و ...»؛ «پیش آمدن مشکل در جامعه و آینده برای کسانی که خارج از عرف پست می‌گذارند»
	دیدگاه‌های انسان‌گرایانه	احترام به ارزش‌های انسان‌گرایانه و حمایت از این	«اعتقاد و باور به حقوق فردی انسان‌ها»؛ «آزادی رفتار دیگران»؛ «مربوط ب انسانیت»

مضمون	کد	توصیف کد	مثال
		ارزش‌ها	خودم می‌شود؛ «باور به حقوق انسان‌ها و نیز پروتکل‌های ارتباط در فضای مجازی؛ «به آزادی رفتار آدم‌ها احترام بزاریم؛ «هر چه برای خودت می‌پسندی برای دیگران هم پسند ... خلاصه کلام؛ «باور به حقوق انسانی؛ «بازگشت به روابط حقیقی انسانی، بازگشت به طبیعت، بازگشت به معصومیت»
	عدالت اجتماعی	افزایش عدالت اجتماعی	«افزایش عدالت اجتماعی؛ «ریشه در مشکلات و معضلات اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی دارد.»
سرمایه اجتماعی		غنی‌سازی سرمایه اجتماعی؛ روابط واقعی تضعیف شده	«تقویت سرمایه اجتماعی؛ «غفلت از معاشرت‌های و تعاملات واقعی»
غنی‌سازی		غنی‌سازی ارزش‌های اجتماعی، خانوادگی و معنوی	«تقویت بعد معنوی؛ «تقویت بنیان عاطفی خانواده؛ «تقویت لذت‌های [...] مادی و معنوی»
عدم اجبار		عدم به‌کارگیری رویه‌های قهری، اجبار و فشار برای وادار ساختن افراد به انطباق با قواعد و هنجارهای حکومتی	«تجربه ثابت کرده زور و فشار خارجی از طرف قانون و دولت و حکومت باعث بهبود رفتاری مردم این مملکت و ما ((نشده یا خیلی کمتر از انتظار شده))؛ «پلیس اندیشه نباشید، همین!»؛ «آموزش بدون سانسور ورود به دنیای آزاد اطلاعات و فضای مجازی از سیستم آموزشی از کودکان از طریق تلویزیون رادیو و جراید»
نظارت خانواده / روابط خانوادگی		نظارت والدین و خانواده؛ بهبود ساختار خانواده و روابط خانوادگی	«نظارت خانواده؛ «تقویت لذت‌های درون خانوادگی»
ساختار خانواده		نحوه رفتار والدین با فرزندان و تربیت آنان	«تربیت درست خانواده بالاترین و بهترین موردی هست که من همیشه بهش افتخار می‌کنم؛ «ویژگی‌های تربیتی»
	اصالت خانوادگی	فضیلت‌ها، ارزش‌ها و اخلاقیات خانوادگی	«اصالت و غرور خانوادگی!»

مضمون	کد	توصیف کد	مثال
گروه‌های اجتماعی	گروه‌های همتایان	حضور در گروه‌های همتایان آنلاین	«دوستان، همکاران و آشنایان»
	آشنایان	حضور در گروه‌های آنلاین تشکیل شده از اعضای خانواده و آشنایان	«فعالیت [...] در حضور خانواده و آشنایان»
ابزار تکنولوژیکی	بلاک	بلاک کردن کاربران یا صفحات حریم‌شکن	«بلاک می‌کنم»
	ریپورت	گزارش کردن حریم‌شکنی‌ها به اداره‌کنندگان اینستاگرام	«صفحه را ریپورت می‌کنم»؛ «گفتم دوستانم ریپورتش کنن»
	آنفالو	آنفالو کردن و حذف کاربران و تماس‌های حریم‌شکن	«در برخی از موارد این دسته از اکانت‌ها را آنفالو می‌کنم»
	فیلتر کردن کلمات / محتوا	بهره‌گیری از ابزار تکنولوژیکی اتوماتیک مانند فیلتر کردن کلمات و محتوای حریم‌شکن	«از گزینه see fewer page like this استفاده می‌کنم»؛ «مثلاً به تعداد کلمات نامناسب رو فیلتر کردم اگر کسی گذاشت، سریعاً بلاک بشه»

دیگر جنبه‌های کنترل اجتماعی ادراک‌شده در اینستاگرام

در راستای کاوش در دیگر جنبه‌های کنترل اجتماعی ادراک‌شده در اینستاگرام، ۵ پرسش باز-پاسخ مورد استفاده قرار گرفت. این پرسش‌ها ۴ جنبه مهم را مورد کاوش قرار دادند: (۱) دلایل ادراک‌شده برای حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری؛ (۲) بهره‌گیری از نام واقعی در مقابل نام مستعار و هدایت عروسک جورابی؛ (۳) فیلترینگ؛ (۴) استفاده از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی داخلی.

بیش از ۵۵٪ از مشارکت‌کنندگان در مصاحبه بیان کردند که هیچ امری آن‌ها را وادار یا تحریک به حریم‌شکنی نمی‌نماید و یا اینکه آن‌ها علاقه‌ای به ارتکاب حریم‌شکنی ندارند. در حدود ۲۱٪ وضعیت روانی / عقده را به‌عنوان دلیل حریم‌شکنی مطرح نمودند. بیش از ۸٪ خود پست / کپشن^۱ (زیرنویس یا متن) پست را دلیل ترغیب به حریم‌شکنی دانسته‌اند.

1. Caption

بیش از ۸۵٪ از مشارکت‌کنندگان اظهار نمودند که برای حساب‌های کاربری اینستاگرام خود از نام واقعی خود بهره می‌برند. در میان این افراد، حدود ۱۵٪ دلیل این کار را نداشتن چیزی برای پنهان کردن دانسته، بیش از ۶٪ ارتباط با آشنایان، شخصیت/اعتماد به نفس خود را دلیل بهره‌گیری از نام واقعی در اینستاگرام مطرح نمودند. در حدود ۲ الی ۳ درصد از مشارکت‌کنندگان دلایل ذیل را به‌عنوان بهره‌گیری از نام مستعار در اینستاگرام عنوان نمودند: دلایل حرفه‌ای (دارا بودن شغل‌های دولتی)؛ ناشناس باقی ماندن؛ تفاوت‌های جهان واقعی و مجازی؛ و استقلال بیشتر.

بیش از ۸۰٪ مشارکت‌کنندگان اظهار نمودند که از یک حساب کاربری واحد در اینستاگرام بهره می‌برند. از میان ۲۰٪ که از چند حساب کاربری استفاده می‌کردند، ۵۰٪ دلیل این کار را داشتن حساب‌های کاربری خصوصی و عمومی (شخصی و حرفه‌ای) بیان نمودند و تنها ۱۰٪ از آن‌ها دلایل حریم‌شکن برای هدایت عروسک جورابی داشته و ۸۰٪ دلایل غیر آسیب‌رسان و غیر حریم‌شکن داشتند.

فیلترینگ ملی

برای کاوش اثربخشی فیلترینگ به‌عنوان یک ابزار کنترل اجتماعی، از مشارکت‌کنندگان پرسیده شد که اگر اینستاگرام فیلتر شود، آیا از فیلترشکن برای دسترسی به آن بهره خواهند برد؟ چرا؟ در حدود ۶۷٪ از پاسخگویان بیان نمودند که از فیلترشکن استفاده خواهند کرد، ۱۷٪ گفتند که ممکن است از فیلترشکن بهره ببرند و کمتر از ۱۶٪ بیان کردند که از فیلترشکن برای دسترسی به اپلیکیشن فیلتر شده استفاده نخواهند کرد.

بیشترین دلایلی که کاربران برای استفاده از فیلترشکن مطرح نمودند عبارت بودند از: ارتباط با آشنایان، دریافت اطلاعات، مقاومت اجتماعی، روابط و تعاملات اجتماعی و بین‌المللی و عادت/علاقه. دلایل ذکر شده برای عدم استفاده از فیلترشکن عبارت بودند از: اهمیت نداشتن، عدم دسترسی به فیلترشکن امن و کندی اینترنت. کاربران ممکن است از فیلترشکن بهره ببرند: اگر لازم باشد، برای دریافت اطلاعات، در صورت فعالیت عمومی سایر کاربران و به‌عنوان یک مقاومت اجتماعی.

رسانه‌های اجتماعی داخلی به‌عنوان تجسم حوزه قضایی

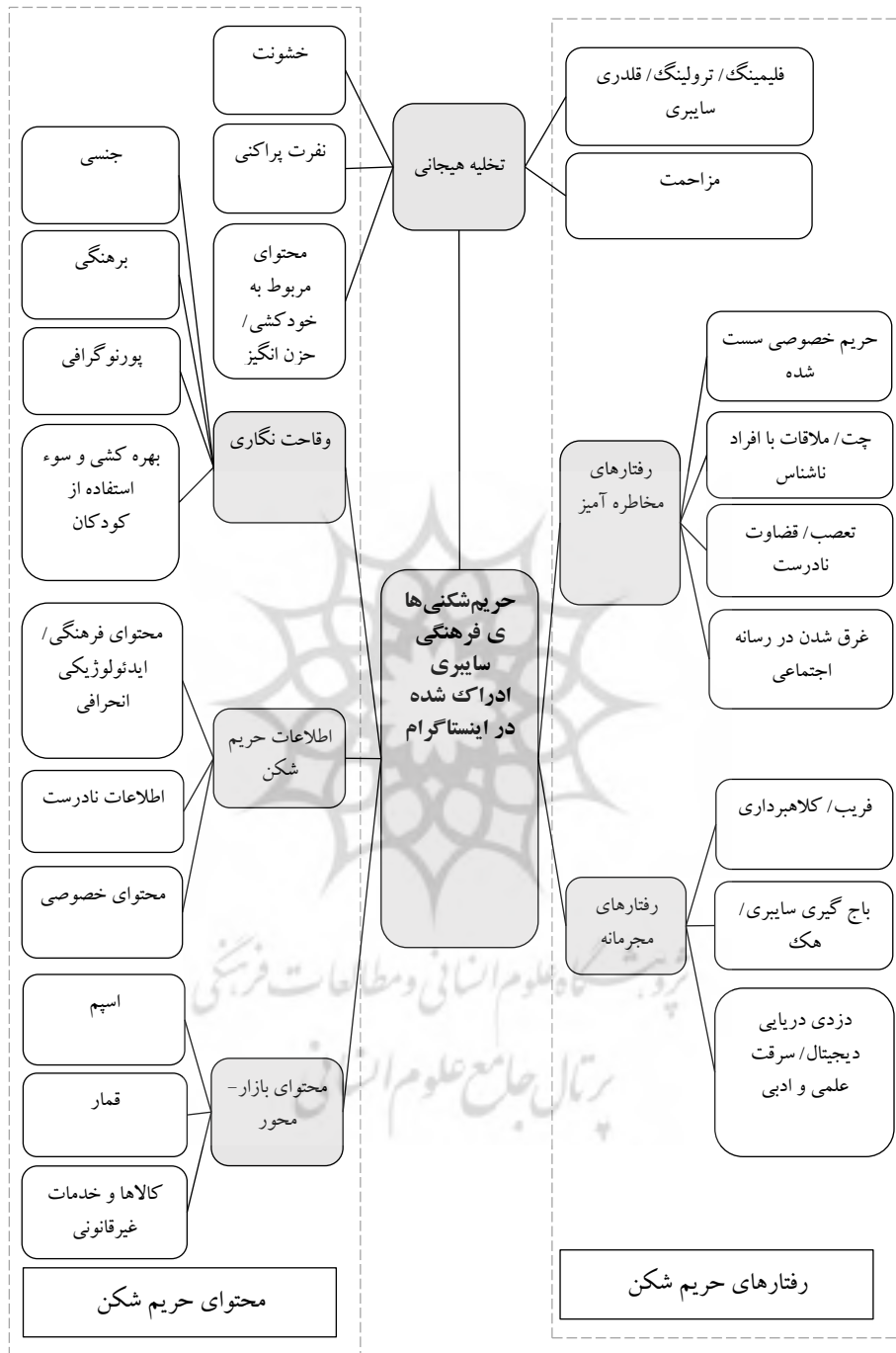
در راستای کاوش اثربخش بودن حوزه قضایی^۱ به‌عنوان یک ابزار کنترل اجتماعی، از مشارکت‌کنندگان پرسیده شد که آیا از پلتفرم رسانه اجتماعی داخلی مشابه اینستاگرام، استفاده خواهند نمود؟ چرا؟ در حدود ۶۷٪ از پاسخ‌دهندگان اظهار کردند که از رسانه اجتماعی داخلی استفاده نخواهند کرد، در حدود ۱۳٪ بیان کردند که از آن استفاده خواهند کرد، در حدود ۱۰٪ اظهار نمودند که ممکن است از آن بهره ببرند و تنها ۵٪ برایشان تفاوتی نداشت. در حدود ۴۱٪ از مشارکت‌کنندگانی که به رسانه اجتماعی داخلی، نه گفتند، بی‌اعتمادی را به‌عنوان دلیل خود مطرح نمودند. در حدود ۳۷٪ از پاسخ‌دهندگانی که به رسانه اجتماعی داخلی، بله گفتند، بهره‌گیری حرفه‌ای و شغلی را به‌عنوان دلیل خود مطرح نمودند. دلایل مطرح‌شده برای احتمال استفاده از رسانه اجتماعی داخلی و عدم تفاوت در استفاده، پراکنده و متنوع بودند.

از مشارکت‌کنندگان پرسیده شد که آیا در رسانه اجتماعی داخلی، تغییری در عادات پست محتوا و رفتارهای آنلاین آن‌ها رخ خواهد داد؟ در حدود ۶۸٪ کسانی که به استفاده از رسانه‌های اجتماعی داخلی، بله گفته بودند، بیان نمودند که عادات و رفتارهای آنلاین آن‌ها تغییری نخواهد کرد.

با توجه به کدگذاری‌های انجام‌شده، مدل‌هایی برای دسته‌بندی حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری ادراک‌شده و ابزار کنترل اجتماعی ادراک‌شده کاربران در اینستاگرام طراحی شد.

مدل حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری ادراک‌شده در اینستاگرام

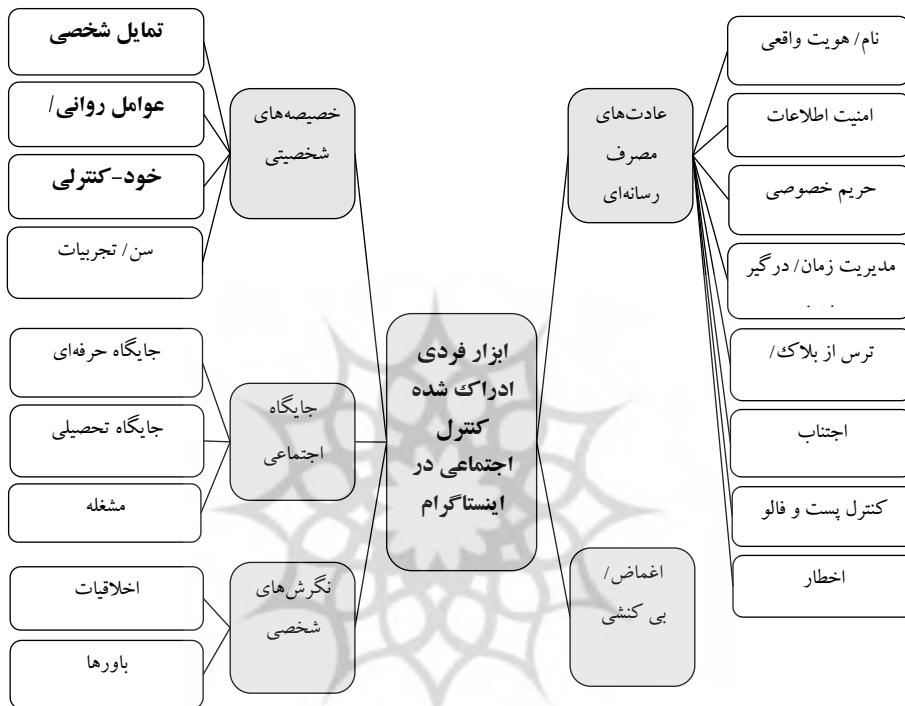
به‌واسطه تلفیق کدها و طبقه‌ها، ۶ مضمون مجزا برای حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری ادراک‌شده کاربران اینستاگرام و زیر-مضمون‌های آن‌ها استخراج شد.



شکل ۱. مدل حریم شکنی‌های فرهنگی سایبری ادراک شده در اینستاگرام

مدل ابزار فردی ادراک‌شده کنترل اجتماعی در اینستاگرام

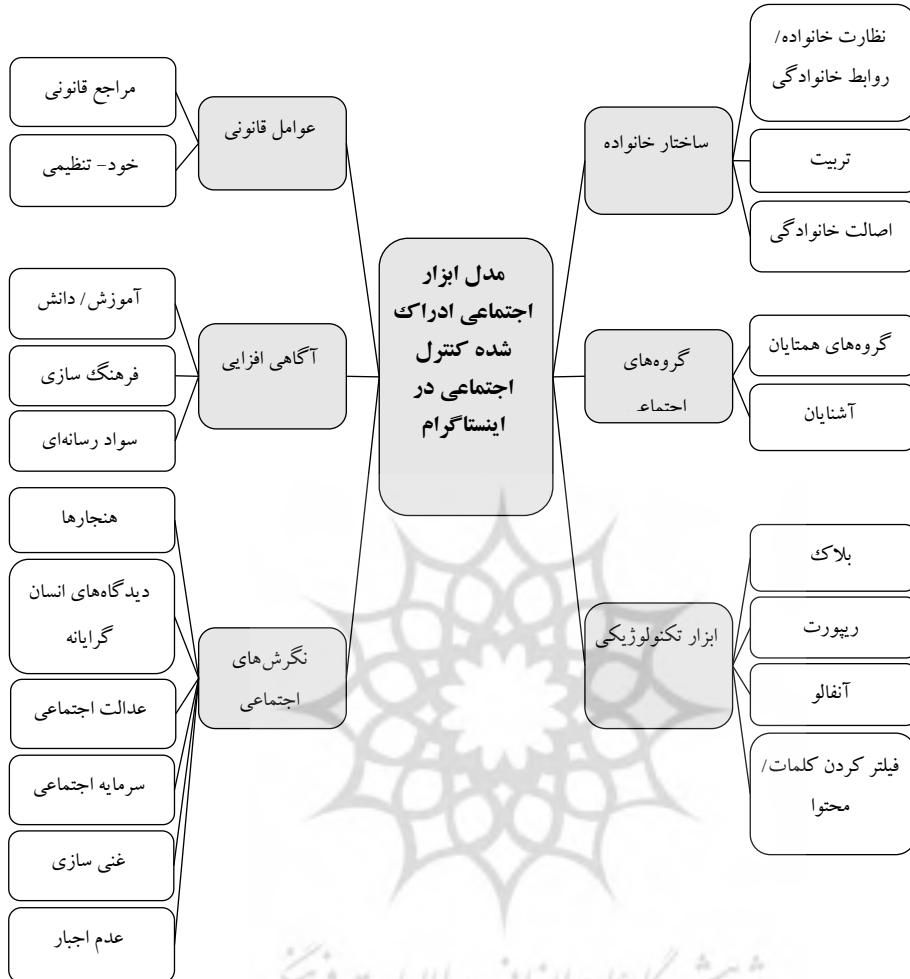
بر اساس کدگذاری‌ها، ۵ مضمون مجزا برای ابزار فردی ادراک‌شده کنترل اجتماعی حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری در اینستاگرام و زیر-مضمون‌های آن‌ها استخراج شد.



شکل ۲. مدل ابزار فردی ادراک‌شده کنترل اجتماعی در اینستاگرام

مدل ابزار اجتماعی ادراک‌شده کنترل اجتماعی در اینستاگرام

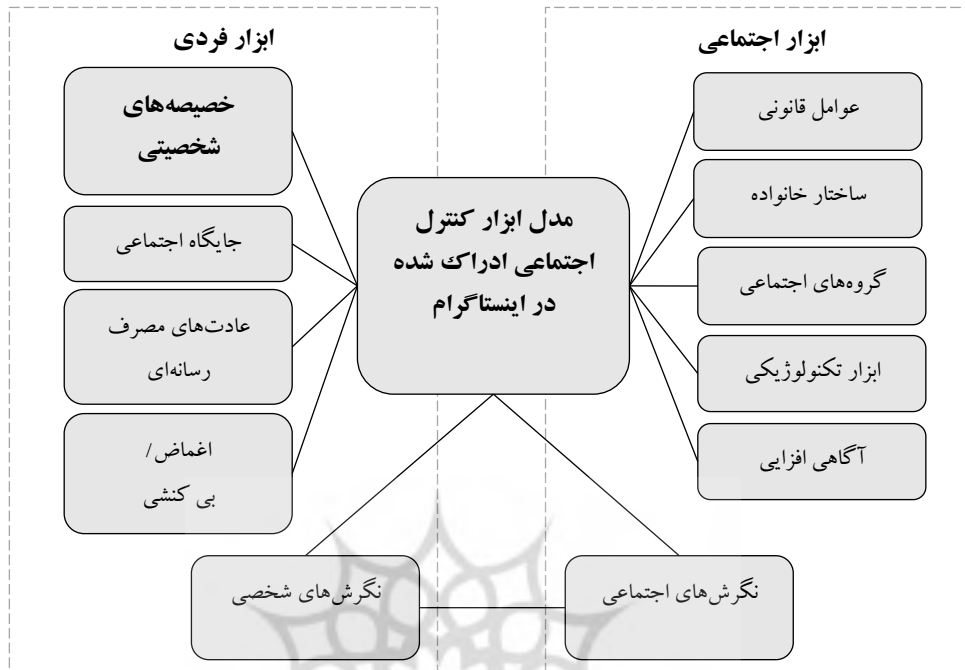
مطابق با جداول کدگذاری، ۶ مضمون مجزا برای ابزار اجتماعی ادراک‌شده کنترل اجتماعی حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری در اینستاگرام و زیر-مضمون‌های آن‌ها استخراج شد.



شکل ۳. مدل ابزار اجتماعی ادراک شده کنترل اجتماعی در اینستاگرام

مدل ابزار کنترل اجتماعی ادراک شده در اینستاگرام

مدل ذیل از ترکیب ابزار فردی ادراک شده و ابزار اجتماعی ادراک شده کنترل اجتماعی حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری در اینستاگرام توسعه یافته است. شایان ذکر است که نگرش‌های فردی با نگرش‌های اجتماعی، رابطه‌ای دوسویه دارند.



شکل ۴. مدل ابزار کنترل اجتماعی ادراک شده در اینستاگرام

بحث و نتیجه‌گیری

اهداف پژوهش حاضر، کاوش در دیدگاه‌های کاربران ایرانی اینستاگرام درباره رفتارها و محتوای حریم‌شکن فرهنگی سایبری و ابزار کنترل اجتماعی ادراک‌شده آنان در این رسانه اجتماعی محبوب است. مشارکت‌کنندگان در مصاحبه، به‌طور تقریباً برابر بر اساس جنسیت، تقسیم‌شده بودند و به‌طور عمده، دارای تحصیلات عالی و آشنا به اینستاگرام بودند.

طبقه‌بندی‌های استخراج‌شده از حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری در اینستاگرام (محتوای حریم‌شکن و رفتارهای حریم‌شکن)، منطبق بر طبقه‌بندی کومار (Kumar, 2017: 2) از اطلاعات بدخواهانه و کاربران بدخواه است. مضمون‌ها، زیر-مضمون‌ها و کدهای استخراج‌شده از حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری ادراک‌شده در اینستاگرام، برخی از حریم‌شکنی‌های متعدد اشاره‌شده در ادبیات پژوهشی را مورد تأیید قرار می‌دهند.

طبقه‌بندی ابزار کنترل اجتماعی ادراک‌شده در دو دسته ابزار فردی و اجتماعی تا حدی بر دو شکل از ابزار بیرونی و درونی کنترل اجتماعی تیشلر (Tischler, n.d.: 158-159) منطبق است. درعین حال، ابزار اجتماعی ادراک‌شده کنترل اجتماعی در اینستاگرام، مفهوم کنترل اجتماعی رسمی و غیررسمی گود (Goode, 2015: 7) را تأیید می‌کند.

مضمون عوامل قانونی، این گفته را که اشکال مختلفی از خود-تنظیمی و کنترل دولتی و شرکتی برای انجمن‌های آنلاین لازم است (Van Kokswijk, 2010: 239) و نیز گفته اتکیسون (Atchison, 2000: 87) درباره سیستم کنترل قانونی رسمی اینترنت را از دیدگاه کاربران تأیید می‌کند. مضمون‌های استخراج‌شده از ابزار کنترل اجتماعی تا حدی، چهار کیفیت تنظیم و رگولاسیون لسیگ (Lessig, 2006) و همتای آن‌ها در مفهوم مربوط به اشکال کنترلی بنیادی موری و اسکات (Murray & Scott, 2002) به جز بازار و رقابت را مورد تأیید قرار می‌دهد. لازم به ذکر است که بخش قابل توجهی از استراتژی‌های مواجهه با حریم‌شکنی‌های سایبری در میان مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، چشم‌پوشی از حریم‌شکنی‌ها در اینستاگرام است.

بیش از نیمی از مشارکت‌کنندگان به‌طور مستقیم اظهار نمودند که مرتکب حریم‌شکنی نمی‌شوند. این می‌تواند به دلیل جایگاه اجتماعی (حرفه‌ای و تحصیلی) و نیز وضعیت تأهل و والد بودن آن‌ها و نیز به دلیل این امر باشد که آن‌ها از نام واقعی خود برای حساب کاربری اینستاگرام بهره می‌برند.

نتایج نشان می‌دهد که تعداد قابل توجهی از مشارکت‌کنندگان از فیلترشکن برای دسترسی به اپلیکیشن‌های فیلترشده بهره خواهند برد، همان‌طور که در حال حاضر تعداد بسیار زیادی از کاربران از فیلترشکن استفاده می‌نمایند (ایسنا، ۱۳۹۷، ۲۲ مهر). این امر نشان‌دهنده آن است که با توجه به دسترس‌پذیری فیلترشکن‌های متعدد، فیلترینگ به‌عنوان یک ابزار کنترل اجتماعی اثربخش برای جلوگیری از حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری، عمل نخواهد کرد. درعین حال، نتایج نشان می‌دهد که پلتفرم رسانه اجتماعی داخلی (به‌عنوان تجسمی از حوزه قضایی) نیز نمی‌تواند ابزار کنترل اجتماعی مؤثری باشد چراکه

هم‌راستا با یافته‌های ایسپا (۱۳۹۷، ۳ تیر)، تعداد قابل توجهی از مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر به دلیل عدم اعتماد، مسائل امنیتی و حریم خصوصی در فضای سایبری، پایش و مانند آن، از رسانه اجتماعی داخلی استفاده نخواهند کرد. در عین حال، تعداد قابل توجهی از افرادی که از رسانه‌های اجتماعی داخلی استفاده خواهند کرد، تغییری در عادات ارسال محتوا و رفتار آنلاین خود ایجاد نخواهند نمود. این یافته‌ها، برخی از دلایل عدم موفقیت فیلترینگ رسانه‌های اجتماعی خارجی و عدم مقبولیت رسانه‌های اجتماعی داخلی با وجود تلاش دولت برای کوچ اجباری کاربران را نشان می‌دهد. از این روی، به جای بهره‌گیری از رویه‌های قهری و اجبار، متولیان فضای سایبری کشور می‌توانند از دیگر ابزار کنترل اجتماعی ارائه‌شده در این مطالعه برای کنترل اجتماعی حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری بهره‌برند. اثربخشی ادراک‌شده هر یک از ابزار کنترل اجتماعی مذکور، از پاسخ‌های مشارکت‌کنندگان قابل‌برداشت است. اثربخشی این ابزار را می‌توان با بهره‌گیری از آموزش، فرهنگ‌سازی و آگاهی‌افزایی، تقویت نمود. اگر اقدامات دولتی به‌جای تمرکز بر سطح برنامه‌های اجتماعی اجباری و قهری، بر سطح فردی تمرکز نمایند، نتایجی مطلوب‌تر و اثربخش‌تر حاصل خواهد شد.

نتایج حاصل از این پژوهش، محدود به مشارکت‌کنندگان ۲۵ تا ۴۴ ساله دارای تحصیلات عالی، متعلق به طبقه متوسط اجتماع و ساکن استان تهران است. حریم‌شکنی‌ها، استراتژی‌های مواجهه و ابزار کنترل اجتماعی مطرح‌شده در این مطالعه، محدود به پلتفرم اینستاگرام است. از این روی، حوزه‌های ذیل برای پژوهش آتی پیشنهاد می‌شوند: انجام پژوهش کیفی مشابه در میان کاربران سایر پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی؛ مطالعه دیدگاه رده‌های سنی متفاوت درباره حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری ادراک‌شده و ابزار کنترل اجتماعی اثربخش.

پژوهش حاضر با کاوش دیدگاه‌های کاربران اینستاگرام، ۶ حریم‌شکنی ادراک‌شده و ۱۱ ابزار کنترل اجتماعی ادراک‌شده مجزا برای کنترل این حریم‌شکنی‌ها، ارائه نموده است. این یافته‌ها می‌توانند برای توسعه سیاست‌های کنترل اجتماعی رسمی و غیررسمی و

ابداع اقدامات برای اطلاع‌رسانی و آموزش اعضای جامعه، در راستای جلوگیری یا کاهش انتشار و استفاده از محتوای حریم‌شکن و نیز جلوگیری یا کاهش رفتارهای حریم‌شکن در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی مورد بهره‌گیری قرار گیرند. به دلیل طبیعت فرارونده، التقاطی و نیز ماهیت دورگه ساز حریم‌شکنی، استفاده از ابزار کنترل اجتماعی ثابت، سخت و انعطاف‌ناپذیر در مواجهه با رفتارها و مفاهیمی که به‌طور تدریجی و دائمی در حال تغییر هستند، مؤثر نخواهد بود. از این روی، حفظ انعطاف‌پذیری از طریق مکانیزم‌های یادگیری، ویژگی مهمی برای ابزار کنترل اجتماعی مناسب است که قادر به بازشناسی تغییرات هنجاری و تطبیق خود با آن‌ها است.



منابع

- ایسپا (۱۳۹۵، ۲۵ اسفند). در پاسخ به سؤال ایسپا مطرح شد؛ ۲۱ درصد نوجوانان در فضای مجازی بدون نظارت والدین. بازیابی شده از: <http://ispa.ir/Default/Details/fa/1676>
- ایسپا (۱۳۹۵، ۸ اسفند). نتایج نظرسنجی ایسپا نشان داد: مردم خواهان نظارت و ساماندهی فضای مجازی. بازیابی شده از: <http://ispa.ir/Default/Details/fa/1669>
- ایسپا (۱۳۹۷، ۳ تیر). نتایج نظرسنجی ایسپا نشان داد؛ ۷۹ درصد از استفاده‌کنندگان تلگرام، همچنان در این پیام‌رسان حضور دارند. بازیابی شده از: <http://ispa.ir/Default/Details/fa/1925>
- ایسنا (۱۳۹۷، ۲۲ مهر). سود فیلترینگ تلگرام در جیب شرکت‌های ارائه اینترنت! بازیابی شده از: <https://www.isna.ir/news/97072212199/>
- بروجردی، مهدخت؛ و ایلائی، سید حسن (۱۳۹۷). پیامدهای زیست مجازی ایرانیان. فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۴(۱۶)، ۷۵-۱۱۰.
- بیات، فریبرز؛ مهدوی، سید محمد صادق؛ و ساروخانی، باقر، (۱۳۹۹). آشفتنگی اخلاقی (ارزیابی وضعیت اخلاقی جامعه از دیدگاه شهروندان تهرانی). فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۶(۶۰)، ۵۱-۷۹.
- هاشمی، سید ضیاء، رهبری، محمد. (۱۳۹۹). شبکه‌های اجتماعی مجازی و قبح‌زدایی از محتوای مبتذل (مطالعه موردی: توئیتر فارسی). مطالعات رسانه‌های نوین، ۶(۲۲)، ۳۵-۷۰. doi: 10.22054/nms.2021.46465.828

References

- Adler, B. T., De Alfaro, L., Mola-Velasco, S. M., Rosso, P., & West, A. G. (2011, February). *Wikipedia vandalism detection: Combining natural language, metadata, and reputation features*. In International Conference on Intelligent Text Processing and Computational Linguistics (pp. 277-288). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Aksit, F. G. (2011). *An Empirical Research: "Wikipedia Vandalism Detection using VandalSense 2.0"*: Notebook for PAN at CLEF 2011. In Notebook Papers of CLEF 2011 LABs and Workshops.
- Atchison, C. (2000). Emerging styles of social control on the internet: Justice denied. *Critical Criminology*, 9(1/2), 85-100. doi:10.1007/bf02461039
- Bishop, J. (2014). Trolling for the Lulz? Using Media Theory to Understand Transgressive Humour and Other Internet Trolling in Online

- Communities. *Advances in Public Policy and Administration Transforming Politics and Policy in the Digital Age*, 155-172. doi:10.4018/978-1-4666-6038-0.ch011
- Buckels, E. E., Trapnell, P. D., & Paulhus, D. L. (2014). Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences*, 67, 97-102. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.016>
- Carletta, J. (1996). Assessing agreement on classification tasks: the kappa statistic. *Computational linguistics*, 22(2), 249-254.
- Cheng, J., Bernstein, M., Danescu-Niculescu-Mizil, C., & Leskovec, J. (2017). Anyone Can Become a Troll. Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing - CSCW 17. doi:10.1145/2998181.2998213
- Cieślak, M., & Rasmus, A. (2012). *Against and Beyond: Subversion and Transgression in Mass Media, Popular Culture and Performance*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Coles, B. A., & West, M. (2016). Trolling the trolls: Online forum users constructions of the nature and properties of trolling. *Computers in Human Behavior*, 60, 233-244. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.070>
- Dijker, A. J. M., & Koomen, W. (2007). *Stigmatization, tolerance and repair: An integrative psychological analysis of responses to deviance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Eghtesadonline (2018, December 01). How Much Time Iranians Spend on Social Media. Retrieved from <https://www.en.eghtesadonline.com/Section-technology-13/27514-how-much-time-iranians-spend-on-social-media>
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of advanced nursing*, 62(1), 107-115.
- Foust, C. R. (2010). *Transgression as a mode of resistance: Rethinking social movement in an era of corporate globalization*. Lanham: Lexington Books.
- Goode, E. (2007). Deviance. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*.
- Goode, E. (2015). *Chapter 1: The Sociology of Deviance- An Introduction*. In E. Goode (Ed.), *The handbook of deviance* (1st ed.). Chichester, West Sussex, UK: John Wiley & Sons.
- Graneheim, U. H., & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse education today*, 24(2), 105-112.
- Griffiths, M. D. (2014). Adolescent trolling in online environments: A brief overview. *Education and Health*, 32(3), 85-87.
- Hallman, J., & Lökk, A. (2016). Viability of Sentiment Analysis for Troll Detection on Twitter: A Comparative Study Between the Naive Bayes

- and Maximum Entropy Algorithms. DEGREE PROJECT IN COMPUTER ENGINEERING.
- Hardaker, C. (2010). Trolling in asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions. *Journal of Politeness Research*, 6(2), 215-242. doi:10.1515/jplr.2010.011
- Hardaker, C. (2015). "I refuse to respond to this obvious troll": An overview of responses to (perceived) trolling. *Corpora*, 10(2), 201-229. doi:10.3366/cor.2015.0074
- Horwitz, A. V. (1990). *Logic of social control*. New York: Plenum Press (Springer).
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative health research*, 15(9), 1277-1288.
- Innes, M. (2003). *Understanding social control deviance, crime and social order* (1st ed., CRIME AND JUSTICE Series). Maidenhead: Open University Press (McGraw-Hill Education).
- Internetworldstats (2020), "*Internet Usage in the Middle East*." Retrieved 28 April 2020 from <https://www.internetworldstats.com/stats5.htm#me/>.
- Jenks, C. (2003). *Transgression*. London: Routledge.
- Kovic, M., Rauchfleisch, A., & Sele, M. (2016). Digital Astroturfing: Definition, typology, and countermeasures. ZIPAR - Zurich Institute of Public Affairs Research.
- Krippendorff, K. (2004). Reliability in content analysis. *Human communication research*, 30(3), 411-433.
- Kumar, S. (2017). *Characterization and Detection of Malicious Behavior on the Web* (Unpublished doctoral dissertation). The Graduate School of the University of Maryland.
- Lessig, L. (2006). *Code: Version 2.0*. New York, NY: Basic Books.
- Li, C. K., Holt, T. J., Bossler, A. M., & May, D. C. (2016). Examining the Mediating Effects of Social Learning on the Low Self-Control—Cyberbullying Relationship in a Youth Sample. *Deviant Behavior*, 37(2), 126-138. doi:10.1080/01639625.2014.1004023
- Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Bracken, C. C. (2002). Content analysis in mass communication: Assessment and reporting of intercoder reliability. *Human communication research*, 28(4), 587-604.
- Moreno, M. A., Ton, A., Selkie, E., & Evans, Y. (2016). Secret Society 123: Understanding the Language of Self-Harm on Instagram [Abstract]. *Journal of Adolescent Health*, 58(1), 78-84. doi:10.1016/j.jadohealth.2015.09.015
- Morse, J. M., Barrett, M., Mayan, M., Olson, K., & Spiers, J. (2002). Verification strategies for establishing reliability and validity in qualitative research. *International journal of qualitative methods*, 1(2),

13-22.

- Murray, A., & Scot, C. (2002). Controlling the New Media: Hybrid Responses to New Forms of Power. *The Modern Law Review*, 65, 491-516.
- Musheno, M., Altheide, D., Zatz, M., Johnson, J., & Hepburn, J. (1990). Chapter 1: New Directions in the Study of Justice, Law, and Social Control. In M. LERNER (Ed.), *New directions in the study of justice, law, and social control*. New York: *Plenum Press* (Springer). doi:10.1007/978-1-4899-3608-0
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Sage.
- Nevin, A. D. (2015). *Cyber-Psychopathy: Examining the Relationship between Dark E-Personality and Online Misconduct (Unpublished Master Thesis)*. The University of Western Ontario.
- NYCYK, M. (2015). *Adult-To-Adult Cyberbullying: an Exploration of a Dark Side of the Internet*. Brisbane: Michael Nycyk.
- O'Neill, M., & Seal, L. (2012). *Transgressive imaginations: Crime, deviance and culture*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Pittaro, M. L. (2007). Cyber stalking: An Analysis of Online Harassment and Intimidation. *International Journal of Cyber Criminology (IJCC)*, 1(2), 180-197.
- Ramingwong, L., & Ramingwong, S. (2017). Ethics On Social Networking: A Preliminary Survey in Thailand. *International Journal of GEOMATE*, 13(37), 81-86. doi:10.21660/2017.37.2801
- Reyns, B. W. (2010). A situational crime prevention approach to cyberstalking victimization: Preventive tactics for Internet users and online place managers. *Crime Prevention and Community Safety*, 12(2), 99-118. doi:10.1057/cpcs.2009.22
- Reyns, B. W., Henson, B., & Fisher, B. S. (2011). Being Pursued Online: Applying Cyberlifestyle–Routine Activities Theory to Cyberstalking Victimization [Abstract]. *Criminal Justice and Behavior*, 38(11), 1149-1169. doi:10.1177/0093854811421448
- Sara, R., & Littlefield, D. (2014). Transgression: Body and Space. *Architecture and Culture*, 2(3), 295-304. doi:10.2752/205078214x14107818390513
- Shachaf, P., & Hara, N. (2010). Beyond vandalism: Wikipedia trolls. *Journal of Information Science*, 36(3), 357-370. doi:10.1177/0165551510365390
- Smets, K., Goethals, B., & Verdonk, B. (2008, July). Automatic vandalism detection in Wikipedia: Towards a machine learning approach. In *AAAI workshop on Wikipedia and artificial intelligence: An Evolving Synergy* (pp. 43-48).
- Statcounter (2020), 'Social Media Stats Islamic Republic of Iran'. Retrieved

۲۴۷ | حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری و ابزار کنترل اجتماعی...؛ معراجی اسکوتی و همکاران

27 April 2020 from: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/iran/>.

Statista (2019), 'Leading Countries Based on Instagram Audience Size.' Retrieved 16 July 2019 from <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most>

Statista (2020, February 14), 'Countries with the Most Instagram Users 2020'. Retrieved 10 May 2020 from <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>.

Stemler, S. (2001). An overview of content analysis. *Practical assessment, research & evaluation*, 7(17), 137-146.

Tischler, H. L. (n.d.). *Chapter Six: Deviant Behavior and social Control*. In H. L. Tischler (Author), *Introduction to sociology*. Wadsworth Cengage Learning.

Tran, K. N., & Christen, P. (2015). Cross-language learning from bots and users to detect vandalism on wikipedia. *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering*, 27(3), 673-685.

Van Kokswijk, J. (2010). Social Control in Online Society--Advantages of Self-Regulation on the Internet. 2010 *International Conference on Cyberworlds*, 239-246. doi:10.1109/cw.2010.44

Vazsonyi, A. T., Machackova, H., Sevcikova, A., Smahel, D., & Cerna, A. (2012). Cyberbullying in context: Direct and indirect effects by low self-control across 25 European countries [Abstract]. *European Journal of Developmental Psychology*, 9(2), 210-227. doi:10.1080/17405629.2011.644919

Whelan, A. M. (2013). Even with cruise control you still have to steer: defining trolling to get things done. *Fibreculture Journal: internet theory criticism research*, 22, 1-36.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

استناد به این مقاله: معراجی اسکوتی، شلاله، محمدخانی، کامران، دلاور، علی، فرهنگی، علی اکبر. (۱۴۰۱). حریم‌شکنی‌های فرهنگی سایبری و ابزار کنترل اجتماعی ادراک‌شده در میان کاربران ایرانی اینستاگرام، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۸(۳۱)، ۲۱۱-۲۴۷.

DOI: 10.22054/nms.2022.56662.1081



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



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی