

Identifying and Presenting a Model of Self-Censorship Factors among Tehran Citizens on Instagram

Marhamat Salmasi: PhD student in Communication Sciences, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Tehran Science and Research Branch, Tehran, Iran. **email:** salmasi_1390@yahoo.com

Bahareh Nasiri: Associate Professor, Women and Family Studies Department, Social Sciences Research Institute, Institute for Humanities and Cultural Studies (Corresponding Author), Tehran, Iran. **email:** bn.nasiri@gmail.com

Tahmoures Shiri: Associate Professor, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, Communication and Media, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran. **email:** shiri.tahmores@gmail.com

This study aims to identify and model the factors influencing self-censorship among Tehran citizens on Instagram, with emphasis on communicative, cultural, and legal approaches. The research adopts an exploratory mixed-methods design. The qualitative sample consisted of 11 participants selected through purposive sampling, while the quantitative sample included 384 participants selected via multi-stage cluster sampling. Data collection instruments included semi-structured interviews (qualitative phase) and a researcher-designed questionnaire (quantitative phase). The Kolmogorov–Smirnov test was used to assess data normality, t-tests to evaluate the impact of each factor, and Pearson correlation to analyze variable relationships. Results show significant correlations between Instagram content and various dimensions of self-censorship: interactive communication (interpersonal, group, and mass communication), social bonding (interaction with familiar/unfamiliar individuals and people with depression, schizoid personality, or schizophrenia), cultural values (spiritual culture and transcendental ethics, including religion and customs), and legal factors (personal safety, social systems, and legal/economic security).

Keywords: Self-Censorship, Communicative Self-Censorship, Cultural Self-Censorship, Legal Self-Censorship, Instagram.

شناسایی و ارائه مدل عوامل خودسانسوری شهروندان تهرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۲۴

نوشته

مرحمت سلماسی*

بهاره نصیری**

طهمورث شیري***

چکیده

این پژوهش به شناسایی و ارائه مدل عوامل خودسانسوری شهروندان تهرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام با تأکید بر رویکردهای ارتباطی، فرهنگی و حقوقی می‌پردازد. روش پژوهش، آمیخته اکتشافی و روش نمونه‌گیری در بخش کیفی، هدفمند و در بخش کمی، خوشه‌ای چندمرحله‌ای است. جامعه آماری در بخش کیفی شامل ۱۱ نفر و در بخش کمی شامل ۳۸۴ نفر بود. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی، مصاحبه نیمه ساختاریافته و در بخش کمی، پرسشنامه محقق ساخته است. برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، برای سنجش تأثیر هریک از عوامل از آزمون تی تک‌نمونه‌ای و برای تحلیل روابط بین متغیرها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج نشان داد که میان عوامل ارتباطی خودسانسوری شهروندان تهرانی - شامل مؤلفه‌های ارتباطات تعاملی (ارتباطات بین فردی، گروهی و جمعی) و قدرت پیوند (جامعه آشنا و ناآشنا، تعامل با افراد مبتلا به افسردگی، اختلال شخصیت اسکیزوئید و اسکیزوفرنی، انزوای اجتماعی و صمیمیت) - و محتوای اینستاگرام رابطه معناداری برقرار است. همچنین، میان عوامل فرهنگی خودسانسوری با مؤلفه‌هایی چون فرهنگ معنوی و اخلاق استعلایی (دین، مذهب، آداب و رسوم و آموزش) و محتوای اینستاگرام رابطه معناداری مشاهده شد. به علاوه، میان عوامل حقوقی خودسانسوری با مؤلفه‌های امنیت فردی، نظام اجتماعی و وجدان (امنیت حقوقی، جانی و اقتصادی) و محتوای اینستاگرام رابطه معناداری یافت شد. با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهاد‌های کاربردی برای بهره‌برداری مراکز ذی‌ربط ارائه شد.

کلیدواژه: خودسانسوری، خودسانسوری ارتباطی، خودسانسوری فرهنگی، خودسانسوری حقوقی، اینستاگرام.

* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران،

تهران، ایران salmasi_1390@yahoo.com

** دانشجویار گروه مطالعات زنان و خانواده، پژوهشکده علوم اجتماعی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات

فرهنگی (نویسنده مسئول)، تهران، ایران bn.nasiri@gmail.com

*** دانشجویار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد

تهران مرکزی، تهران، ایران shiri.tahmores@gmail.com

نحوه استناد به این مقاله: سلماسی، مرحمت؛ نصیری، بهاره و شیري، طهمورث (۱۴۰۴). شناسایی و ارائه مدل

عوامل خودسانسوری شهروندان تهرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام، رسانه، ۳۶(۲)، ۵۷-۸۲.

طرح مسئله

دنیای سایبر، گونه جدیدی از شبکه‌های اجتماعی مجازی را به وجود آورده است که کارکرد اصلی آن‌ها، ایجاد ارتباط میان انسان‌هاست. این شبکه‌ها خود تولیدکننده محتوا نیستند؛ بلکه تمام داده‌ها، اطلاعات و محتوای جاری در آن‌ها را کاربران تولید و منتشر می‌کنند. این پلتفرم‌ها به دلیل برخورداری از کاربران پرشمار، نقش پررنگی در دنیای امروز ایفا می‌کنند. در همین راستا، اینستاگرام به عنوان یکی از این شبکه‌ها برای پژوهش حاضر انتخاب شده است.

این پلتفرم در سراسر جهان کاربران گسترده‌ای دارد؛ برای نمونه، آمارها نشان می‌دهد که در سال ۲۰۲۱، ایالات متحده و هند با ۱۴۰ میلیون کاربر، بزرگ‌ترین جوامع مخاطبان اینستاگرام بوده‌اند. در ایران نیز بر اساس آمار مرکز پژوهشی بتا، تعداد کاربران اینستاگرام از ۲۴ میلیون نفر در سال ۱۳۹۶ به ۴۸ میلیون نفر در سال ۱۴۰۰ رسیده است.

نکته مهم آن است که خودسانسوری در این فضا، محصول سانسور است. سانسور به عنوان یک پدیده فرهنگی از غرب وارد ایران شد و تأثیر عمیقی بر فرایند ارتباطات جمعی کشور گذاشت؛ به طوری که ریشه‌های آن را می‌توان در کاغذ اخبار میرزا صالح شیرازی جست‌وجو کرد. اما خودسانسوری را نمی‌توان مانند سانسور، صرفاً ناشی از یک تراوش فرهنگی دانست. خودسانسوری در حقیقت، کنشی است که از انگیزه‌ای مبتنی بر درجات مختلف ترس نشئت می‌گیرد. برای نمونه، تحقیقات دوره ۱۳۵۸ تا ۱۳۶۵ نشان می‌دهد که برخی از روزنامه‌نگاران ایرانی دچار پدیده خودسانسوری بوده‌اند و ریشه آن را ترس عنوان می‌کرده‌اند (محسنیان‌راد، ۱۳۷۱: ۶). این موضوع با نظریه "مارپیچ سکوت" تئومان نیز هم‌خوانی دارد؛ او افکار عمومی را نه تنها معطوف به امور دولت و حکومت، بلکه عامل فشاری بر افراد برای هم‌رنگ شدن با جماعت می‌داند، زیرا مردم به شدت از انزوای هراس دارند. در نتیجه، اغلب افراد از ترس انزوا، برخلاف قضاوت‌ها و ارزیابی‌های شخصی خود عمل می‌کنند (ویندال^۱ و همکاران، ۱۳۷۶: ۳۶۵-۳۶۶).

اما نکته حائز اهمیت در دوران کنونی، گسترش پدیده خودسانسوری از حوزه رسانه‌های جمعی به میان عموم کاربران شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام است. از این رو و با توجه به گستردگی جمعیت تهران در مقایسه با سایر شهرها، جامعه آماری این پژوهش از میان شهروندان پنج منطقه تهران و همچنین صاحب‌نظران حوزه‌های سیاسی، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و ارتباطات انتخاب شد.

محبوبیت اینستاگرام، به‌ویژه پس از فیلترینگ گسترده سایر شبکه‌های اجتماعی در ایران، دوچندان شد و بر تعداد کاربران آن افزود. در نتیجه، این پلتفرم به بستری مناسب برای مطالعه عوامل خودسانسوری شهروندان تهرانی تبدیل شد. با این مقدمه، این پرسش مطرح می‌شود که ماهیت خودسانسوری در فضای پروتق اینستاگرام چیست؟ این پدیده، که ریشه‌های آن ممکن

است از سانسور احساسات در دوران کودکی تا ممیزی نوشته‌ها و گفته‌ها در بزرگسالی امتداد یابد، بر چه عواملی استوار است؟ چه دلایلی باعث می‌شود شهروندان تهرانی در این شبکه اجتماعی از دریافت و انتشار آزادانه پیام‌ها فاصله بگیرند و به انزوا کشیده شوند؟

بنابراین، این پژوهش در پی پاسخ به پرسش‌های زیر است:

۱. عوامل مؤثر بر خودسانسوری شهروندان تهرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام کدام‌اند؟
۲. آیا میان عوامل شناسایی شده خودسانسوری و محتوای تولیدی کاربران در اینستاگرام رابطه معناداری وجود دارد؟

بر همین اساس، هدف پژوهش حاضر، شناسایی و تحلیل عوامل خودسانسوری شهروندان تهرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام است.

مروری بر پیشینه پژوهش

در این بخش، پیشینه تحقیق‌های انجام‌شده در حوزه خودسانسوری و شبکه‌های اجتماعی مجازی بررسی و یافته‌های اصلی آن‌ها در جدول زیر دسته‌بندی شده است. در انتها نیز محورهای مطالعاتی این پژوهش‌ها به‌منظور شناسایی شکاف تحقیقاتی، سنخ‌شناسی شده‌اند.

جدول ۱. سنخ‌شناسی پیشینه پژوهش

نام نویسنده (سال)	محورهای مطالعاتی	مقوله‌ها
افشانی و محمودآبادی (۱۳۹۸)	رابطه احساس امنیت اجتماعی با خودسانسوری شهروندان یزد	امنیت اعتقادی، مالی، جانی، اقتصادی و اخلاقی
نصر الهی (۱۳۹۸)	صورت‌بندی مسائل شیوه پالایش (فیلترینگ) فضای مجازی در ایران	تخلف از قانون، یکسان‌نگاری کاربران، پراشتباه‌بودن، سلیقه‌گرایی پالایشی، تهدیدانگاری، یک‌تازگی پالایش در سالم‌سازی و سیاست‌زدگی
کریمی‌نژاد (۱۳۹۷)	عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی: دانش‌آموزان متوسطه دوم بندرعباس)	احساس انزوای اجتماعی، اعتماد اجتماعی، استفاده خانواده و دوستان از شبکه‌های مجازی، دموکراتیک‌بودن خانواده، درآمد خانوار و جنسیت
کللی خورموجی (۱۳۹۷)	میزان و تأثیر استفاده از اینستاگرام بر دوستی نوجوانان (مطالعه موردی: دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه بوشهر)	پابندی مذهبی خانواده‌ها، بهره‌مندی از نرم‌افزارهای کاربردی اینستاگرام
رضایی (۱۳۹۶)	عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به کج‌رفتاری در شبکه‌های اجتماعی مجازی	تعهد مذهبی، پیوند اجتماعی ضعیف، فحاشی، جعل هویت، فشارهای روانی و استرس، هم‌نشینی با دوستان کج‌رفتار

دستجردی (۱۳۹۶)	بررسی نحوه استفاده از تلگرام و تأثیر آن بر انزوای اجتماعی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد)	پیوندهای قوی و ضعیف، انزوای اجتماعی، استفاده اجتماعی از تلگرام، پایگاه اجتماعی-اقتصادی، جنسیت
علی زاده (۱۳۹۵)	تحلیل جامعه‌شناختی اجتماعات مجازی و رابطه آن‌ها با اجتماعات محلی (مطالعه موردی: شبکه اجتماعی فیس‌بوک)	خودابرازی، احساس بودن، گریز، کنجکاوی، فشار همسالان، نمایش به‌روز بودن، سرگرمی و وقت‌گذرانی، بازسازی اجتماع، احیای روابط قدیمی، بحث آزاد، اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی
رعنایی (۱۳۹۵)	عوامل مؤثر بر استفاده نوجوانان از شبکه‌های اجتماعی موبایلی	ارتباط با همسالان، انتظارات دوستان، منع والدین، انتظار پیام مثبت، ارزیابی مثبت و منفی، قصد استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی
محصل و حیاتی (۱۳۹۴)	عوامل مرتبط با میزان احساس امنیت اجتماعی کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی تبریز)	تعلقات مذهبی، پابندی به ارزش‌های فرهنگی، مدت حضور، اعتماد بین‌فردی، میزان استفاده از محتوای اشتراک‌گذاری‌شده، مشارکت در فعالیت‌های شبکه‌ای، احساس امنیت اجتماعی
بارتال ^۲ (۲۰۱۷)	خودسانسوری به‌عنوان یک پدیده اجتماعی، سیاسی و روانی	حفظ امنیت، رفاه و حریم خصوصی
مراد یسیل ^۳ (۲۰۱۴)	خودسانسوری: تهدیدی نامرئی برای آینده روزنامه‌نگاری	قوانین و مقررات کنترلی، مجازات، مرگ، فشارهای اقتصادی، تهدید جانی، فشارهای سیاسی
بیلگه یسیل ^۴ (۲۰۱۴)	خودسانسوری مطبوعات در ترکیه	ترس از پیگرد قانونی، ترس از دست دادن شغل، ارباب
داس و کرامر ^۵ (۲۰۱۳)	خودسانسوری در فیس‌بوک	مخاطبان آشنا و ناآشنا (مبهم)، فیلتر محتوایی

بر اساس سنخ‌شناسی پژوهش‌های پیشین، می‌توان علل و زمینه‌های خودسانسوری را در سه حوزه اصلی دسته‌بندی کرد:

۱. خودسانسوری در حوزه مطبوعات و روزنامه‌نگاری؛
 ۲. خودسانسوری ناشی از احساس امنیت اجتماعی کاربران؛
 ۳. خودسانسوری در بستر شبکه‌های اجتماعی مجازی.
- با این حال، بررسی‌ها نشان می‌دهد که پدیده خودسانسوری کمتر به‌صورت یکپارچه و

2. Bartal

3. Murat Yesil

4. Bilge Yesil

5. Das & Kramer

با در نظر گرفتن هم‌زمان سه رویکرد ارتباطی، فرهنگی و حقوقی مطالعه شده است. بنابراین، وجه تمایز پژوهش حاضر با سایر تحقیق‌ها، شناسایی و تحلیل یکپارچه مؤلفه‌های مؤثر بر خودسانسوری از این سه منظر است.

مروری بر مفاهیم و مبانی نظری

در این بخش، ابتدا مفاهیم کلیدی پژوهش تعریف و سپس دیدگاه‌های نظری مرتبط با عوامل ارتباطی، فرهنگی و حقوقی خودسانسوری کاربران در اینستاگرام ارائه می‌شود.

نظریهٔ مارپیچ سکوت (الیزابت نوئل - نئومان)

الیزابت نوئل - نئومان معتقد است که افکار عمومی از تعامل میان افراد و محیط اجتماعی آن‌ها نشئت می‌گیرد (سورین^۱ و تانکارد، ۱۳۸۱: ۳۹۶). بر اساس این نظریه، افراد در مواجهه با موضوع‌های مناقشه‌برانگیز، توزیع افکار عمومی را ارزیابی می‌کنند تا دریابند که آیا دیدگاهشان در اکثریت قرار دارد یا در اقلیت. آن‌ها همچنین می‌کوشند مسیر تغییر افکار عمومی را پیش‌بینی کنند. به باور نئومان، اگر افراد احساس کنند در اقلیت هستند یا افکار عمومی در حال فاصله‌گرفتن از دیدگاه آن‌هاست، ترجیح می‌دهند سکوت کنند. هرچه اقلیت بیشتر سکوت کند، این تصور که دیدگاه آن‌ها طرفدار ندارد، تقویت می‌شود و در نتیجه، "مارپیچ سکوت" تشدید خواهد شد (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۹۶-۹۷). نئومان افکار عمومی را نه تنها مرتبط با امور دولت، بلکه عامل فشاری بر افراد برای هم‌رنگ‌شدن با جماعت می‌داند. ریشهٔ این نظریه، ترس شدید انسان از انزوا است (ویندال و همکاران، ۱۳۷۶: ۳۶۵-۳۶۶). بنابراین، زمانی که کاربران اینستاگرام از پیامدهای ارتباطات تعاملی در این فضا هراس داشته باشند، از ارسال و دریافت پیام خودداری می‌کنند و به خودسانسوری روی می‌آورند.

نظریهٔ پیوندهای قوی و ضعیف (مارک گرانووتر^۲)

از دیدگاه مارک گرانووتر، قدرت یک پیوند، ترکیبی از "زمان"، "شدت احساسات"، "صمیمیت" و "خدمات متقابل" است که یک رابطه را شکل می‌دهد (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۵۰-۱۵۲). بر این اساس، قدرت پیوند با میزان و شیوهٔ ارتباط اعضای یک شبکه (فراوانی و نوع تماس)، شدت احساسات فرد نسبت به دیگر اعضا، احساس نزدیکی و همچنین خدمات متقابل تعریف می‌شود (گرانووتر، ۱۹۷۳). گرانووتر میان "پیوندهای قوی" و "پیوندهای ضعیف" تمایز قائل می‌شود. پیوندهای قوی میان افرادی برقرار است که روابط نزدیک و پیوسته‌ای

1. Severin & Tankard
2. Granovetter, Mark

با یکدیگر دارند (مانند دوستان نزدیک)، اما پیوندهای ضعیف میان افرادی شکل می‌گیرد که روابط نزدیکی با هم ندارند (مانند آشنایان دور) (ریتزر^۱، ۱۳۸۳: ۵۹۴). بر این اساس، می‌توان استدلال کرد که هرچه شدت احساسات و صمیمیت در تعامل‌های ارتباطی (بین فردی، گروهی و جمعی) میان کاربران اینستاگرام بیشتر باشد، میزان خودسانسوری کاهش می‌یابد و برعکس، با کاهش این عوامل، خودسانسوری افزایش می‌یابد. در نتیجه، قدرت پیوند به‌عنوان یکی از عوامل ارتباطی، می‌تواند نقش مهمی در کاهش یا افزایش خودسانسوری شهروندان تهرانی در اینستاگرام داشته باشد.

نظریه گروه‌های اجتماعی (گئورگ زیمل)

گئورگ زیمل، گروه‌های دوفره را به‌عنوان پایه‌ای‌ترین شکل روابط اجتماعی معرفی می‌کند. این گروه‌ها که از انزوا و آزادی متقابل اعضا شکل می‌گیرند، در عین حال شکننده‌اند، زیرا با خروج یک عضو، گروه از هم می‌پاشد. زیمل تأکید می‌کند که افزودن تنها یک عضو و تبدیل گروه دوفره به سه‌فره، پویایی‌های اجتماعی را به‌کلی دگرگون می‌کند (کاوین^۲، ۲۰۰۶). انزوا در نظریه زیمل تنها به معنای غیاب فیزیکی نیست، بلکه شامل هر فرد یا ایده‌ای می‌شود که از سوی جامعه طرد شده باشد. فردی که خود را از محیط اجتماعی جدا می‌کند، گروهی تک‌فره تشکیل می‌دهد که ویژگی‌های آن از فقدان کنش متقابل ناشی می‌شود (واندنبرگ^۳، ۱۳۸۶: ۷۲-۷۳). بنابراین، احساس انزوا در تعاملات ارتباطی (فردی، گروهی و جمعی) در فضای مجازی، می‌تواند به خودسانسوری کاربران در اینستاگرام منجر شود.

نظریه فرهنگ (متیو آرنولد)

ادوارد برنت تیلور (۱۸۷۱) فرهنگ را چنین تعریف می‌کند: «یک کلیت پیچیده شامل دانش، اعتقادات، هنر، قوانین، اخلاقیات، آداب و رسوم، و سایر توانایی‌ها و عاداتی که انسان به‌عنوان عضوی از جامعه کسب می‌کند» (به نقل از هاویلند^۴، ۱۹۹۹: ۳۶؛ همچنین ر.ک: رشیدپورو همکاران، ۱۳۹۳: ۸۰-۸۱). در همین راستا، نیز با پیوند دادن دین به استدلال اخلاقی در بالاترین مرحله رشد اخلاقی (اخلاق پساتوافقی)، بر اهمیت ابعاد اعتقادی و اخلاقی در فرهنگ تأکید می‌کند. (لارنس کلبرگ^۵، ۱۹۸۱: ۱۲۵).

متیو آرنولد فرهنگ را «مجموعه بهترین اندیشه‌ها و آثاری که انسان خلق کرده است» تعریف

1. Ritzer
2. Cavin
3. Vandenberghe
4. Haviland
5. Kohlberg Lawrence
6. Matthew Arnold

می‌کند. دیدگاه او در بستری تاریخی شکل گرفت که با تصویب قانون آموزش عمومی، تضعیف نفوذ کلیسا و مذهب در زندگی روزمره مردم و ظهور بازار روزنامه‌های کثیرالانتشار و بنگاه‌های نشر هم‌زمان بود. از نظر آرنولد، فرهنگ مترادف با "رشد روح انسانی" است و دولت وظیفه دارد به ترویج و ارتقای آن یاری رساند. او در مقابل این "فرهنگ والا"، "فرهنگ توده‌ای"^۲ را قرار می‌داد که آن را معادل آنارشی و هرج و مرجی می‌دانست که در عصر مدرن، اقتدار، سنت و آموزش عالی را تضعیف می‌کند (به نقل از صالحی امیری، ۱۳۸۶، در رشیدپورو همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۷-۱۱۸).

بر این اساس، در چارچوب این پژوهش، "فرهنگ معنوی" (شامل ابعاد دینی، مذهبی، اخلاقی، آداب و رسوم و آموزش) به عنوان یکی از ابعاد کلیدی فرهنگ در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند نقش مؤثری در شکل دهی به رفتارهایی چون خودسانسوری در میان شهروندان تهرانی (در تولید محتوای اینستاگرام) داشته باشد.

نظریه امنیت (جان لاک^۳)

امنیت به معنای "محافظت در برابر خطر" و "رهایی از تردید" است (بوزان، ۱۳۷۸: ۵۲). در سطح فردی، امنیت به معنای نبود هراس نسبت به جان، مال و آزادی‌های مشروع تعریف می‌شود (وین جونز^۴، ۱۹۹۹). امنیت فردی آرامش و آسایشی است که فرد بدون در نظر گرفتن امکانات جامعه و دولت برای خود فراهم می‌کند (رابینگتن و واینبرگ^۵، ۱۳۸۶). جان لاک، امنیت را مصونیت افراد از خطرهایی می‌دانست که جان و مال آن‌ها را تهدید می‌کند. از دیدگاه او، حکومت مدنی با تدوین قوانین، تعیین قاضی بی طرف و استفاده از نیروی اجرایی، امنیت و صلح پایدار را برای شهروندان تضمین می‌کند. هدف اصلی انسان‌ها از ورود به اجتماع سیاسی نیز حفظ دارایی‌های خود، یعنی "جان، مال و آزادی" است (لاک، ۱۸۲۴: ۳۴۵؛ لعل‌علیزاده، ۱۳۹۵: ۹۶). بر این اساس، امنیت حقوقی، جانی و مالی از عوامل مؤثر بر خودسانسوری کاربران در اینستاگرام هستند؛ افراد برای حفظ امنیت خود در این ابعاد، ممکن است به سکوت و خودسانسوری روی آورند.

نظریه رشد اخلاقی (لارنس کلبِرگ)

به باور لارنس کلبِرگ، در مرحله "حفظ نظام اجتماعی و وجدان"، فرد انجام وظایف و تعهدات نهادین را درست می‌داند و برای جلوگیری از فروپاشی نظم اجتماعی، به قوانین پایبند

1. High Culture
2. Mass Culture
3. Locke, John
4. Wyn Jones
5. Robington & Weinberg
6. Security

است (کریمی، ۱۳۹۶: ۱۸۵). از این منظر، گرایش به قانون، نظم و وظیفه‌شناسی می‌تواند به خودسانسوری کاربران در اینستاگرام منجر شود؛ زیرا آن‌ها از نظر اخلاقی خود را موظف به حفظ امنیت دیگران و پیروی از قوانین می‌دانند. کلبرگ همچنین به مرحله بالاتری به نام "اخلاق استعلایی" یا "اصول اخلاقی جهانی" اشاره می‌کند که در آن، دین و وجدان فردی مبنای قضاوت اخلاقی قرار می‌گیرند. در این مرحله، فرد بر اساس آرمان‌های درونی و احترام به حقوق جهانی انسان عمل می‌کند، حتی اگر با قوانین موجود در تضاد باشد (کلبرگ، ۱۹۸۱: ۱۲۵؛ کریمی، ۱۳۹۶: ۱۸۶). بنابراین، "اخلاق استعلایی" نیز به عنوان یکی از مؤلفه‌های فرهنگی، می‌تواند در خودسانسوری کاربران (مثلاً برای حفظ باورهای دینی و مذهبی) نقش داشته باشد.

تعریف عملیاتی مفاهیم

در این پژوهش، متغیرهای اصلی به صورت زیر عملیاتی شده‌اند:

● عوامل ارتباطی: این متغیر از طریق دو شاخص اصلی سنجیده می‌شود:

ارتباطات تعاملی: با مقوله‌هایی چون ارتباطات بین فردی، گروهی و جمعی در حوزه عمومی. قدرت پیوند: با مقوله‌هایی چون جامعه آشنا و ناآشنا، تعامل با افراد مبتلا به اختلالات افسردگی، اسکیزوئید و اسکیزوفرنی، انزوای اجتماعی و صمیمیت در روابط انسانی.

● عوامل فرهنگی: این متغیر از طریق دو شاخص اصلی سنجیده می‌شود:

فرهنگ معنوی: با مقوله‌هایی چون دین، مذهب و آداب و رسوم. اخلاق استعلایی: با مقوله آموزش.

● عوامل اخلاقی: این متغیر از طریق دو شاخص اصلی سنجیده می‌شود:

اخلاق قراردادی: با مقوله‌هایی چون تعهد اخلاقی و آلودگی رفتاری. اخلاق پساقراردادی: با مقوله شخصیتی.

● عوامل حقوقی: این متغیر از طریق دو شاخص اصلی سنجیده می‌شود:

امنیت فردی: با مقوله‌هایی چون امنیت جانی و اقتصادی. نظام اجتماعی و وجدان: با مقوله امنیت حقوقی.

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های این پژوهش که بر اساس یافته‌های بخش کیفی تدوین شده‌اند، به شرح زیر است:

۱. میان عوامل ارتباطی خودسانسوری شهروندان تهرانی و محتوای تولیدی آن‌ها در اینستاگرام رابطه معناداری وجود دارد.
۲. میان عوامل فرهنگی خودسانسوری شهروندان تهرانی و محتوای تولیدی آن‌ها در اینستاگرام رابطه معناداری وجود دارد.

۳. میان عوامل حقوقی خودسانسوری شهروندان تهرانی و محتوای تولیدی آن‌ها در اینستاگرام رابطه معناداری وجود دارد.

روش پژوهش

این پژوهش با استفاده از روش آمیخته اکتشافی (کیفی-کمی) انجام شده است. در بخش کیفی، از روش نمونه‌گیری هدفمند و در بخش کمی، از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی شامل ۱۱ نفر از صاحب‌نظران حوزه‌های ارتباطات، علوم سیاسی، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی (علی‌اکبر فرهنگی استاد مدیریت رسانه دانشگاه تهران، هادی خانیکی مدیر هسته پژوهش دانشگاه علامه طباطبائی، منصور ساعی عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، حسن اردستانی عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک، مینو بدیعی روزنامه‌نگار، سید جواد میری دانشیار جامعه‌شناسی در پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، صادق زیباکلام استاد دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، محمدتقی ابراهیمی مدرس دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، فردوس قماشچی عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس، بهروز دولتشاهی مدیرگروه روانشناسی بالینی دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی و محمود برجعلی عضو هیئت علمی دانشگاه خوارزمی) بود. در بخش کمی نیز جامعه آماری شامل ۳۸۴ نفر از شهروندان مناطق شمال، جنوب، مرکز، شرق و غرب تهران بود.

ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و در بخش کمی، پرسشنامه محقق ساخته بود. برای اطمینان از روایی^۱ پرسشنامه، از دو روش اعتبار محتوا (از طریق روایی صوری) و روایی سازه (از طریق تحلیل عاملی تأییدی با نرم‌افزار LISREL) استفاده شد. همچنین پایایی^۲ ابزار سنجش با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ در نرم‌افزار SPSS تأیید شد. برای تحلیل داده‌ها، از آزمون‌های آماری زیر استفاده شد:

- آزمون کولموگروف - اسمیرنوف: برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها.
- آزمون تی تک‌نمونه‌ای: برای سنجش تأثیر هریک از عوامل مؤثر بر خودسانسوری.
- آزمون همبستگی پیرسون: برای بررسی روابط میان متغیرهای پژوهش.

تحلیل روایی سازه و پایایی ابزار سنجش

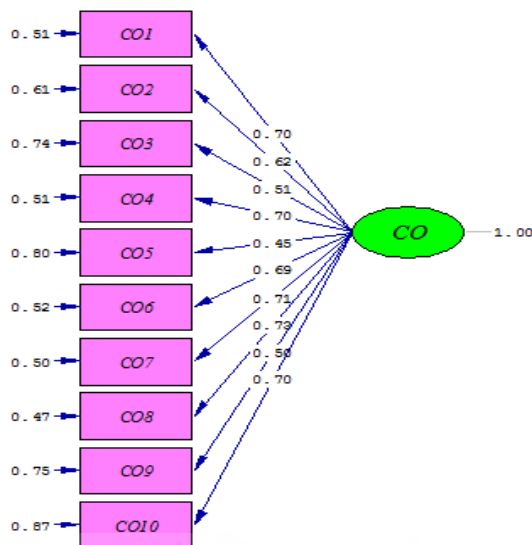
در این بخش، نتایج تحلیل عاملی تأییدی (CFA) برای بررسی روایی سازه هریک از عوامل اصلی پژوهش (ارتباطی، فرهنگی و حقوقی) و همچنین ضریب آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی آن‌ها ارائه می‌شود.

1. Validity
2. Reliability

۱. بررسی روایی گویه‌های سازنده "عوامل ارتباطی"

جدول ۲. گویه‌های معرف متغیر "عوامل ارتباطی"

عوامل	نماد اختصاری	گویه	نماد اختصاری
ارتباطی Communicational	CO	CO۱ ارتباطات تعاملی بین فردی در اینستاگرام به خودسانسوری منجر می‌شود.	
		CO۲ ارتباطات تعاملی گروهی در اینستاگرام، خودسانسوری را در افراد به وجود می‌آورد.	
		CO۳ ارتباطات تعاملی جمعی در اینستاگرام می‌تواند در خودسانسوری افراد نقش داشته باشد.	
		CO۴ جامعه آشنا در خودسانسوری افراد در اینستاگرام نقش دارد.	
		CO۵ جامعه ناآشنا در خودسانسوری افراد در اینستاگرام نقش دارد.	
		CO۶ افراد مبتلا به اختلال افسردگی، دچار خودسانسوری در اینستاگرام می‌شوند.	
		CO۷ افراد مبتلا به اختلال شخصیت اسکیزوئید (عدم تمایل به روابط بلندمدت) دچار خودسانسوری در اینستاگرام می‌شوند.	
		CO۸ افراد مبتلا به اختلال شخصیت اسکیزوفرنی (ترس از روابط اجتماعی) دچار خودسانسوری در اینستاگرام می‌شوند.	
		CO۹ انزوای اجتماعی در خودسانسوری افراد در اینستاگرام نقش دارد.	
		CO۱۰ صمیمیت در روابط انسانی می‌تواند در خودسانسوری افراد در اینستاگرام نقش داشته باشد.	



Chi-Square=40.37, df=35, P-value=0.00000, RMSEA=0.041

شکل ۱. مدل عاملی مرتبه اول "عوامل ارتباطی" (در حالت استاندارد)

جدول ۳. بارهای عاملی گویه‌های سازنده "عوامل ارتباطی"

عوامل	گویه	بار عاملی
ارتباطی	ارتباطات تعاملی بین فردی در اینستاگرام به خودسانسوری منجر می‌شود.	۰/۷۰
	ارتباطات تعاملی گروهی در اینستاگرام، خودسانسوری را در افراد به وجود می‌آورد.	۰/۶۲
	ارتباطات تعاملی جمعی در اینستاگرام می‌تواند در خودسانسوری افراد نقش داشته باشد.	۰/۵۱
	جامعه آشنا در خودسانسوری افراد در اینستاگرام نقش دارد.	۰/۷۰
	جامعه ناآشنا در خودسانسوری افراد در اینستاگرام نقش دارد.	۰/۴۵
	افراد مبتلا به اختلال افسردگی، دچار خودسانسوری در اینستاگرام می‌شوند.	۰/۶۹
	افراد مبتلا به اختلال شخصیت اسکیزوتیپ دچار خودسانسوری در اینستاگرام می‌شوند.	۰/۷۱
	افراد مبتلا به اختلال شخصیت اسکیزوفرنی دچار خودسانسوری در اینستاگرام می‌شوند.	۰/۷۳
	انزوای اجتماعی در خودسانسوری افراد در اینستاگرام نقش دارد.	۰/۵۰
	صمیمیت در روابط انسانی می‌تواند در خودسانسوری افراد در اینستاگرام نقش داشته باشد.	۰/۷۰

بر اساس نتایج جدول ۳، مقدار بار عاملی تمامی گویه‌ها بزرگ‌تر از ۰/۴ است که نشان‌دهنده مطلوبیت بارهای عاملی است.

جدول ۴. شاخص‌های برازش مدل سنجش "عوامل ارتباطی"

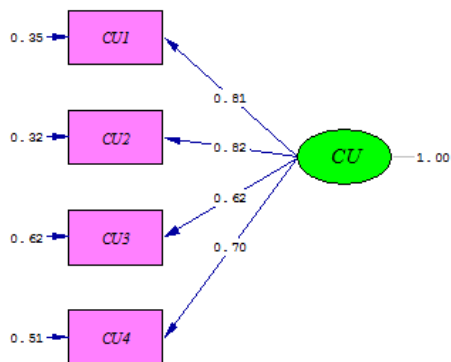
ردیف	معیارهای برازش مدل	نام اختصاری	مقدار	حد مطلوب	تفسیر
۱	معیارهای برازش مدل	df/χ ^۲	۱/۱۵۳	<۳	مطلوب
۲	نسبت کای دو به درجه آزادی	GFI	۰/۹۷	>۰/۹۰	مطلوب
۳	شاخص نیکویی برازش	AGFI	۰/۹۳	>۰/۹۰	مطلوب
۴	شاخص نیکویی برازش تعدیل شده	NFI	۰/۹۲	>۰/۹۰	مطلوب
۵	شاخص برازش هنجار شده	CFI	۰/۹۴	>۰/۹۰	مطلوب
۶	شاخص برازش تطبیقی	RMSEA	۰/۰۴۱	<۰/۰۸	مطلوب

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، تمامی شاخص‌های برازش مدل در محدوده مطلوب قرار دارند. این امر نشان می‌دهد که گویه‌های انتخاب شده برای سنجش "عوامل ارتباطی"، از روایی لازم برخوردارند.

۲. بررسی روایی گویه‌های سازنده "عوامل فرهنگی"

جدول ۵. گویه‌های معرف متغیر "عوامل فرهنگی"

عوامل	نماد اختصاری	گویه	نماد اختصاری
فرهنگی Cultural	CU	افراد به دلیل باورهای دینی خود در اینستاگرام خودسانسوری می‌کنند.	CU _۱
		مذهب در خودسانسوری افراد در اینستاگرام تأثیر دارد.	CU _۲
		آداب و رسوم در خودسانسوری افراد در اینستاگرام تأثیر دارد.	CU _۳
		آموزش می‌تواند از خودسانسوری افراد در اینستاگرام جلوگیری کند.	CU _۴



Chi-Square=5.21, df=2, P-value=0.00223, RMSEA=0.015

شکل ۲. مدل عاملی مرتبه اول "عوامل فرهنگی" (در حالت استاندارد)

جدول ۶. بارهای عاملی گویه‌های سازنده "عوامل فرهنگی"

عوامل	گویه	بار عاملی
فرهنگی	افراد به دلیل باورهای دینی خود در اینستاگرام خودسانسوری می‌کنند.	۰/۸۱
	مذهب در خودسانسوری افراد در اینستاگرام تأثیر دارد.	۰/۸۲
	آداب و رسوم در خودسانسوری افراد در اینستاگرام تأثیر دارد.	۰/۶۲
	آموزش می‌تواند از خودسانسوری افراد در اینستاگرام جلوگیری کند.	۰/۷۰

مقدار بار عاملی تمامی گویه‌ها بزرگ‌تر از ۰/۴ و مطلوب است.

جدول ۷. شاخص‌های برازش مدل سنجش "عوامل فرهنگی"

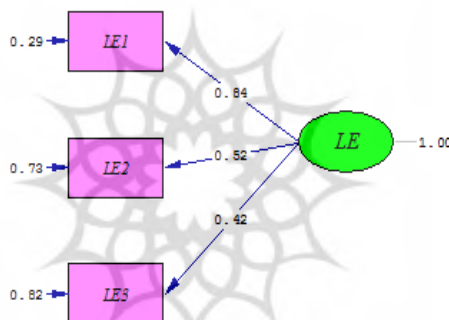
ردیف	معیارهای برازش مدل	نام اختصاری	مقدار	حد مطلوب	تفسیر
۱	معیارهای برازش مدل	χ^2/df	۲/۶۰۵	< ۳	مطلوب
۲	نسبت کای دو به درجه آزادی	GFI	۰/۹۴	> ۰/۹۰	مطلوب
۳	شاخص نیکویی برازش	AGFI	۰/۹۲	> ۰/۹۰	مطلوب
۴	شاخص نیکویی برازش تعدیل شده	NFI	۰/۹۵	> ۰/۹۰	مطلوب
۵	شاخص برازش هنجار شده	CFI	۰/۹۷	> ۰/۹۰	مطلوب
۶	شاخص برازش تطبیقی	RMSEA	۰/۰۱۵	< ۰/۰۸	مطلوب

مقادیر جدول ۷ نشان می‌دهد که مدل سنجش "عوامل فرهنگی" از برازش مطلوبی برخوردار است.

۳. بررسی روایی گویه‌های سازنده "عوامل حقوقی"
ابتدا به معرفی متغیرها پرداخته و در ادامه نتایج آن گزارش می‌شود.

جدول ۸. گویه‌های معرف متغیر "عوامل حقوقی"

عوامل	نماد اختصاری	گویه	نماد اختصاری
حقوقی Legal	LE	خودسانسوری در اینستاگرام، امنیت جانی افراد را حفظ می‌کند.	LE۱
		خودسانسوری در اینستاگرام، امنیت اقتصادی افراد را حفظ می‌کند.	LE۲
		محدودیت‌های حقوقی و قضایی باعث خودسانسوری افراد در اینستاگرام می‌شود.	LE۳



Chi-Square=5.60, df=3, P-value=0.06700, RMSEA=0.067

شکل ۳. مدل عاملی مرتبه اول "عوامل حقوقی" (در حالت استاندارد)

جدول ۹. بارهای عاملی گویه‌های سازنده "عوامل حقوقی"

عامل	گویه	بار عاملی
حقوقی	خودسانسوری در اینستاگرام، امنیت جانی افراد را حفظ می‌کند.	۰/۸۴
	خودسانسوری در اینستاگرام، امنیت اقتصادی افراد را حفظ می‌کند.	۰/۵۲
	محدودیت‌های حقوقی و قضایی باعث خودسانسوری افراد در اینستاگرام می‌شود.	۰/۴۲

مقدار بار عاملی تمامی گویه‌ها بزرگ‌تر از ۰/۴ و مطلوب است.

جدول ۱۰. شاخص‌های برازش مدل سنجش "عوامل حقوقی"

ردیف	معیارهای برازش مدل	نام اختصاری	مقدار	حد مطلوب	تفسیر
۱	معیارهای برازش مدل	df/χ^2	۱/۸۶۶	< 3	مطلوب
۲	نسبت کای دو به درجه آزادی	GFI	۰/۹۶	> 0.90	مطلوب
۳	شاخص نیکویی برازش	AGFI	۰/۹۵	> 0.90	مطلوب
۴	شاخص نیکویی برازش تعدیل شده	NFI	۰/۹۷	> 0.90	مطلوب
۵	شاخص برازش هنجار شده	CFI	۰/۹۸	> 0.90	مطلوب
۶	شاخص برازش تطبیقی	RMSEA	۰/۰۶۷	< 0.08	مطلوب

مقادیر جدول ۱۰ نیز برازش مطلوب مدل سنجش "عوامل حقوقی" را تأیید می‌کند.

جدول ۱۱. ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پژوهش

عامل	ضریب آلفای کرونباخ
ارتباطی	۰/۷۶۵
فرهنگی	۰/۷۹۸
حقوقی	۰/۷۰۵

همان‌طور که در جدول ۱۱ مشاهده می‌شود، ضریب آلفای کرونباخ برای تمام متغیرهای پژوهش بزرگ‌تر از ۰/۷۰ است. این مقادیر نشان‌دهنده همبستگی درونی مناسب میان گویه‌ها و برخورداری ابزار سنجش از پایایی لازم است.

یافته‌های پژوهش

در این بخش، ابتدا یافته‌های توصیفی شامل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه و سپس یافته‌های استنباطی شامل آزمون فرضیه‌ها ارائه می‌شود.

یافته‌های توصیفی

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان

جنسیت: از میان ۳۸۴ شرکت‌کننده در پژوهش، ۶۳٪ زن و ۳۷٪ مرد بودند.

محل سکونت: توزیع پاسخ‌دهندگان بر اساس مناطق پنج‌گانه تهران به شرح زیر بود: مرکز (۲۳/۲٪)، غرب (۲۲/۹٪)، شرق (۲۲/۱٪)، شمال (۲۰/۳٪) و جنوب (۱۱/۵٪). به این ترتیب، بیشترین فراوانی مربوط به ساکنان منطقه مرکز و کمترین فراوانی مربوط به ساکنان منطقه جنوب تهران است.

بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر خودسانسوری الف. سنجش تأثیر "عوامل ارتباطی"

جدول ۱۲. توزیع فراوانی تأثیر "عوامل ارتباطی"

موارد	درصد	میانگین (۱-۵)	انحراف معیار
کم	۱۳/۶	۳/۶۴	۰/۵۸
متوسط	۲۹/۴		
زیاد	۵۷		
جمع	۱۰۰		

برای سنجش تأثیر این عامل، میانگین امتیازات ۱۰ گویه مرتبط محاسبه شد. نتایج جدول ۱۲ نشان می‌دهد که ۵۷٪ از پاسخ‌دهندگان تأثیر عوامل ارتباطی بر خودسانسوری را زیاد ارزیابی کرده‌اند. میانگین کل (۳/۶۴) نیز نشان‌دهنده ارزیابی متوسط روبه بالا از سوی شرکت‌کنندگان است. نتایج بررسی هریک از گویه‌های سازنده "عوامل ارتباطی" در جدول ۱۳ ارائه شده است.

جدول ۱۳. توزیع فراوانی پاسخ به گویه‌های "عوامل ارتباطی"

میانگین (۱-۵)	طیف نظرات						گویه	
	کل	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم		
۳/۳۹	۳۸۴	۴۶	۱۲۱	۱۶۲	۴۵	۱۰	فراوانی	تأثیر ارتباطات تعاملی بین فردی
	۱۰۰	۱۲	۳۱/۵	۴۲/۲	۱۱/۷	۲/۶	درصد	
۳/۷۶	۳۸۴	۸۲	۱۵۱	۱۲۹	۲۲	۰	فراوانی	تأثیر ارتباطات تعاملی گروهی
	۱۰۰	۲۱/۴	۳۹/۳	۳۳/۶	۵/۷	۰	درصد	
۳/۷۸	۳۸۴	۱۱۳	۱۳۰	۹۲	۴۲	۷	فراوانی	تأثیر ارتباطات تعاملی جمعی
	۱۰۰	۲۹/۴	۳۳/۹	۲۴	۱۰/۹	۱/۸	درصد	
۳/۵۱	۳۸۴	۷۰	۱۴۲	۹۶	۶۴	۱۲	فراوانی	نقش جامعه آشنا
	۱۰۰	۱۸/۲	۳۷	۲۵	۱۶/۷	۳/۱	درصد	
۳/۵۷	۳۸۴	۷۸	۱۲۸	۱۲۵	۴۰	۱۳	فراوانی	نقش جامعه ناآشنا
	۱۰۰	۲۰/۳	۳۳/۳	۳۲/۶	۱۰/۴	۳/۴	درصد	

۳/۷۲	۳۸۴	۸۱	۱۵۸	۱۱۲	۲۳	۱۰	فراوانی	خودسانسوری مبتلایان به افسردگی
	۱۰۰	۲۱/۱	۴۱/۱	۲۹/۲	۶	۲/۶	درصد	
۳/۷۵	۳۸۴	۱۱۱	۱۲۳	۹۷	۴۹	۴	فراوانی	خودسانسوری مبتلایان به اسکیزوتیپ
	۱۰۰	۲۸/۹	۳۲	۲۵/۳	۱۲/۸	۱	درصد	
۳/۷۳	۳۸۴	۱۱۴	۱۱۰	۱۱۱	۳۹	۱۰	فراوانی	خودسانسوری مبتلایان به اسکیزوفرنی
	۱۰۰	۲۹/۷	۲۸/۶	۲۸/۹	۱۰/۲	۲/۶	درصد	
۳/۷۰	۳۸۴	۱۰۴	۱۳۱	۹۵	۳۷	۱۷	فراوانی	نقش انزوای اجتماعی
	۱۰۰	۲۷/۱	۳۴/۱	۲۴/۷	۹/۶	۴/۴	درصد	
۳/۵۳	۳۸۴	۹۸	۹۷	۱۱۲	۶۳	۱۴	فراوانی	نقش صمیمیت در روابط
	۱۰۰	۲۵/۵	۲۵/۳	۲۹/۲	۱۶/۴	۳/۶	درصد	

بر اساس نتایج جدول ۱۳، در میان عوامل ارتباطی، پاسخ‌دهندگان بیشترین تأثیر را به ارتباطات تعاملی جمعی (میانگین: ۳/۷۸) و کمترین تأثیر را به ارتباطات تعاملی بین فردی (میانگین: ۳/۳۹) نسبت داده‌اند.

ب. سنجش تأثیر "عوامل فرهنگی"

جدول ۱۴. توزیع فراوانی تأثیر "عوامل فرهنگی"

موارد	درصد	میانگین (۵-۱)	انحراف معیار
کم	۱۱/۴	۳/۵۸	۰/۶۸
متوسط	۳۴/۷		
زیاد	۵۳/۹		
جمع	۱۰۰		

برای سنجش تأثیر عوامل فرهنگی خودسانسوری شهروندان تهرانی در محتوای اینستاگرام چهارگویه در نظر گرفته شد. به منظور ساخت مفهوم مذکور میانگین امتیاز کل چهارسوال مرتبط به این متغیر با لحاظ کردن جهت‌های مثبت و منفی سنجها محاسبه شد. نتایج جدول ۱۴ نشان می‌دهد که حدود ۵۴٪ از پاسخ‌دهندگان، تأثیر عوامل فرهنگی بر خودسانسوری را زیاد ارزیابی کرده‌اند. میانگین کل (۳/۵۸) نیز تأثیر متوسط رو به بالای این عامل را تأیید می‌کند.

جدول ۱۵. توزیع فراوانی پاسخ به گویه‌های "عوامل فرهنگی"

میانگین (۱-۵)	طیف نظرات						گویه	
	کل	خیلی زیاد	زیاد	تاحدی	کم	خیلی کم		
۳/۶۶	۳۸۴	۷۰	۱۵۹	۱۱۸	۳۰	۷	فراوانی	خودسانسوری به دلیل باورهای دینی
	۱۰۰	۱۸/۲	۴۱/۴	۳۰/۷	۷/۸	۱/۸	درصد	
۳/۵۷	۳۸۴	۷۶	۱۳۳	۱۲۱	۴۱	۱۳	فراوانی	تأثیر مذهب
	۱۰۰	۱۹/۸	۳۴/۶	۳۱/۵	۱۰/۷	۳/۴	درصد	
۳/۴۵	۳۸۴	۵۹	۱۱۳	۱۶۰	۴۴	۸	فراوانی	تأثیر آداب و رسوم
	۱۰۰	۱۵/۴	۲۹/۴	۴۱/۷	۱۱/۵	۲/۱	درصد	
۳/۶۴	۳۸۴	۶۶	۱۵۲	۱۳۴	۲۷	۵	فراوانی	نقش آموزش در جلوگیری از خودسانسوری
	۱۰۰	۱۷/۲	۳۹/۶	۳۴/۹	۷	۱/۳	درصد	

بر اساس نتایج جدول ۱۵، در میان عوامل فرهنگی، بیشترین تأثیر به خودسانسوری به دلیل باورهای دینی (میانگین: ۳/۶۶) و کمترین تأثیر به آداب و رسوم (میانگین: ۳/۴۵) نسبت داده شده است.

ج. سنجش تأثیر "عوامل حقوقی"

جدول ۱۶. توزیع فراوانی تأثیر "عوامل حقوقی"

انحراف معیار	میانگین (۱-۵)	درصد	موارد
۰/۷۶	۳/۵۷	۱۶/۸	کم
		۲۶/۱	متوسط
		۵۷/۱	زیاد
		۱۰۰	جمع

برای عملیاتی کردن تأثیر عوامل حقوقی خودسانسوری شهروندان تهرانی از سه گویه استفاده شد. به منظور بررسی تأثیر این متغیر میانگین امتیاز کل سه پرسش مربوط به این مفهوم با لحاظ کردن جهت‌های مثبت و منفی سنجها محاسبه شد. مطابق جدول ۱۶، حدود ۵۷٪ از پاسخ‌دهندگان تأثیر عوامل حقوقی بر خودسانسوری را زیاد ارزیابی کرده‌اند. میانگین کل (۳/۵۷) نیز نشان‌دهنده تأثیر متوسط رو به بالای این عامل است.

بررسی گویه‌های سازنده "عوامل حقوقی"

نتایج حاصل از بررسی گویه‌های سازنده تأثیر عوامل حقوقی به شرح جدول ۱۷ است.

جدول ۱۷. توزیع فراوانی پاسخ به گویه‌های "عوامل حقوقی"

میانگین (۱-۵)	طیف نظرات						گویه	
	کل	خیلی زیاد	زیاد	تاحدی	کم	خیلی کم		
۳/۳۱	۳۸۴	۴۲	۱۳۲	۱۳۸	۴۸	۲۴	فراوانی	نقش خودسانسوری در حفظ امنیت جانی
	۱۰۰	۱۰/۹	۳۴/۴	۳۵/۹	۱۲/۵	۶/۳	درصد	
۳/۴۱	۳۸۴	۶۰	۱۳۶	۱۰۲	۷۴	۱۲	فراوانی	نقش خودسانسوری در حفظ امنیت اقتصادی
	۱۰۰	۱۵/۶	۳۵/۴	۲۶/۶	۱۹/۳	۳/۱	درصد	
۴	۳۸۴	۱۳۶	۱۵۱	۶۱	۳۴	۲	فراوانی	تأثیر محدودیت‌های حقوقی و قضایی
	۱۰۰	۳۵/۴	۳۹/۳	۱۵/۹	۸/۹	۰/۵	درصد	

بر اساس نتایج جدول ۱۷، در میان عوامل حقوقی، بیشترین تأثیر به محدودیت‌های حقوقی و قضایی (میانگین: ۴/۰۰) و کمترین تأثیر به نقش خودسانسوری در حفظ امنیت جانی (میانگین: ۳/۳۱) نسبت داده شده است.

یافته‌های استنباطی (آزمون فرضیه‌ها)

بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها

پیش از آزمون فرضیه‌ها، نرمال بودن توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف بررسی شد.

جدول ۱۸. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

متغیر	سطح معناداری نتیجه	
عوامل ارتباطی	۰/۰۶۵	توزیع نرمال است ($p > 0/05$)
عوامل فرهنگی	۰/۰۱۲۵	توزیع نرمال است ($p > 0/05$)
عوامل حقوقی	۰/۰۸۹	توزیع نرمال است ($p > 0/05$)

از آنجا که سطح معناداری برای تمام متغیرها بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است، فرض نرمال بودن توزیع داده‌ها تأیید می‌شود و می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد.

آزمون فرضیه‌ها با آزمون t تک‌نمونه‌ای

فرضیه اول: میان عوامل ارتباطی خودسانسوری شهروندان تهرانی و محتوای اینستاگرام رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۱۹. نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای برای "عوامل ارتباطی"

عامل	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین مورد انتظار	آزمون t	درجه آزادی (df)	سطح معنی‌داری (Sig)
ارتباطی	۳/۶۴	۰/۵۸	۳	۲۱/۶۴۱	۳۸۳	۰/۰۰۱

نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان می‌دهد که میانگین تأثیر "عوامل ارتباطی" (۳/۶۴) به‌طور معناداری از حد متوسط (۳) بالاتر است ($t(383) = 21.641, p < 0.001$). بنابراین، فرضیه اول تأیید می‌شود.

فرضیه دوم: میان عوامل فرهنگی خودسانسوری شهروندان تهرانی و محتوای اینستاگرام رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۲۰. نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای برای "عوامل فرهنگی"

عوامل	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین مورد انتظار	آزمون t	درجه آزادی (df)	سطح معنی‌داری (Sig)
فرهنگی	۳/۵۸	۰/۶۸	۳	۱۶/۴۹۷	۳۸۳	۰/۰۰۱

میانگین تأثیر "عوامل فرهنگی" (۳/۵۸) نیز به‌طور معناداری از حد متوسط (۳) بالاتر است ($t(383) = 16.497, p < 0.001$). بنابراین، فرضیه دوم تأیید می‌شود.

فرضیه سوم: میان عوامل حقوقی خودسانسوری شهروندان تهرانی و محتوای اینستاگرام رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۲۱. نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای برای "عوامل حقوقی"

عوامل	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین مورد انتظار	آزمون t	درجه آزادی (df)	سطح معناداری (Sig)
حقوقی	۳/۵۷	۰/۷۶	۳	۱۴/۸۲۰	۳۸۳	۰/۰۰۱

میانگین تأثیر "عوامل حقوقی" (۳/۵۷) نیز به‌طور معناداری از حد متوسط (۳) بالاتر است ($t(383) = 14.820, p < 0.001$). بنابراین، فرضیه سوم تأیید می‌شود.

بررسی همبستگی میان متغیرهای پژوهش

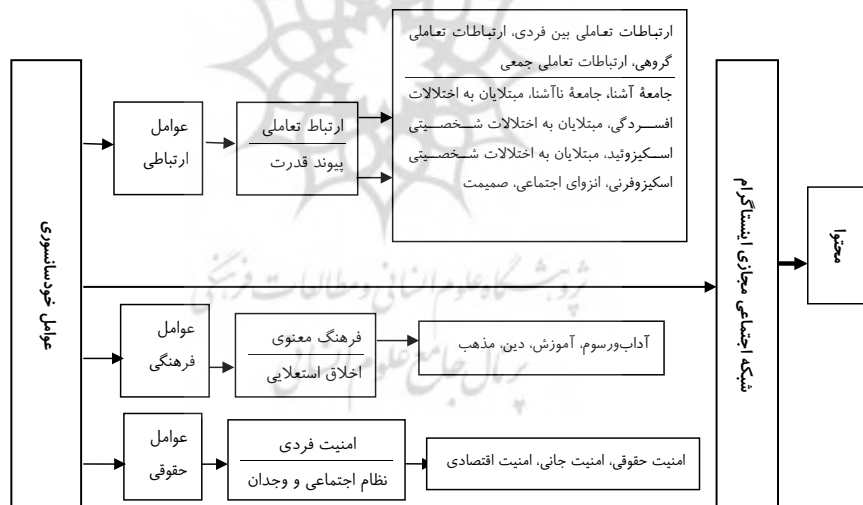
جدول ۲۲. ماتریس همبستگی پیرسون میان عوامل سه گانه خودسانسوری

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
فرهنگی	۰/۱۶۸**	۰/۱۰۶*	۰/۴۲۷**	۱			
حقوقی	۰/۳۶۵**	۰/۳۵۲**	۰/۲۹۷**	۰/۳۳۰**	۱		
ارتباطی	۰/۳۳۴**	۰/۲۸۹**	۰/۵۱۶**	۰/۳۸۷**	۰/۴۶۷**	۱	

تمامی همبستگی‌ها در سطح $p < 0/01$ معنادار هستند.

نتایج ماتریس همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که میان هر سه عامل ارتباطی، فرهنگی و حقوقی، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

مدل نهایی پژوهش



شکل ۴. مدل مفهومی عوامل خودسانسوری شهروندان تهرانی در اینستاگرام

بحث و نتیجه گیری

با افزایش محدودیت‌ها و فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی در ایران، اینستاگرام به یکی از بسترهای اصلی ارتباطی برای کاربران ایرانی تبدیل شده است. این امر، مطالعه پدیده خودسانسوری در این فضا را ضروری می‌سازد. پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر خودسانسوری شهروندان تهرانی در اینستاگرام، سه رویکرد اصلی ارتباطی، فرهنگی و حقوقی را بررسی کرد. در ادامه، یافته‌های اصلی پژوهش در چارچوب مبانی نظری و پیشینه تحقیقاتی مورد بحث و تحلیل قرار می‌گیرد.

بحث و تحلیل یافته‌ها

الف. عوامل ارتباطی خودسانسوری

نتایج پژوهش نشان داد که عوامل ارتباطی، شامل شاخص‌های "ارتباطات تعاملی" و "قدرت پیوند"، رابطه معناداری با خودسانسوری کاربران دارند. این یافته با مبانی نظری پژوهش هم‌خوان است. نظریه "مارپیچ سکوت" نثومان، که ترس از انزوا را عامل اصلی سکوت اقلیت می‌داند، تبیین می‌کند که چرا کاربران در محیط‌های تعاملی جمعی (که نظارت اجتماعی و فشار افکار عمومی بیشتر است) ممکن است بیشتر به خودسانسوری روی آورند. همچنین، دیدگاه زیمل درباره اهمیت گروه‌های دوفره و شکل‌گیری انزوا در غیاب کنش متقابل، به درک بهتر نقش "انزوا اجتماعی" به عنوان یکی از مؤلفه‌های خودسانسوری کمک می‌کند.

یافته‌های این پژوهش درباره "قدرت پیوند" نیز با نظریه گرانووتر هم‌راستاست. بر اساس این نظریه، "پیوندهای قوی" (مانند روابط صمیمانه) به کاهش خودسانسوری و "پیوندهای ضعیف" (مانند تعامل با جامعه ناآشنا) به افزایش آن منجر می‌شود. نتایج نشان داد که مؤلفه‌هایی چون "جامعه آشنا و ناآشنا"، "صمیمیت" و همچنین تعامل با گروه‌های حساس (مانند افراد مبتلا به اختلالات روانی)، همگی در میزان خودسانسوری کاربران نقش دارند. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات پیشین از جمله مطالعات دستجردی (۱۳۹۶) درباره پیوندهای قوی و ضعیف، کریمی‌نژاد (۱۳۹۷) درباره احساس انزوا و داس و کرامر (۲۰۱۳) درباره تأثیر مخاطبان آشنا و ناآشنا، هم‌سویی دارد.

ب. عوامل فرهنگی خودسانسوری

نتایج تأیید کرد که عوامل فرهنگی، شامل "فرهنگ معنوی" و "اخلاق استعلایی"، بر خودسانسوری کاربران تأثیر معناداری دارند. مؤلفه‌هایی چون "باورهای دینی و مذهبی" و "آداب و رسوم" به عنوان هنجارهای درونی‌شده، چارچوبی برای رفتار کاربران در فضای عمومی اینستاگرام تعیین می‌کنند و آن‌ها را به سمت خودسانسوری سوق می‌دهند. این یافته با دیدگاه آرنولد، که بر نقش فرهنگ در شکل‌دهی به بهترین اندیشه‌ها و کردارها تأکید دارد،

و همچنین نظریه رشد اخلاقی کلبِ برگ، که دین را به استدلال اخلاقی پیوند می‌زند، مطابقت دارد. یافته‌های این بخش همچنین با نتایج پژوهش‌های رضایی (۱۳۹۶) درباره تعهد مذهبی، افشانی و محمودآبادی (۱۳۹۸) در خصوص امنیت اعتقادی و محصل و حیاتی (۱۳۹۴) درباره تعلقات مذهبی، هم‌خوان است.

ج. عوامل حقوقی خودسانسوری

یافته‌های پژوهش نشان داد که عوامل حقوقی، شامل "امنیت فردی" و "نظام اجتماعی و وجدان"، رابطه معناداری با خودسانسوری دارند. مؤلفه‌های "امنیت حقوقی، جانی و اقتصادی" به‌عنوان یکی از مهم‌ترین انگیزه‌ها، کاربران را به پرهیز از بیان دیدگاه‌هایی که ممکن است برایشان پیامدهای منفی داشته باشد، وامی‌دارد. این نتیجه به‌خوبی با نظریه جان لاک تبیین می‌شود که هدف اصلی از تشکیل حکومت را حفظ جان و مال افراد می‌داند. همچنین، این یافته با مرحله "حفظ نظام اجتماعی" در نظریه کلبِ برگ، که بر پابندی به قانون و نظم تأکید دارد، هم‌راستاست. نتایج این بخش با مطالعات پیشین مانند پژوهش مراد یسیل (۲۰۱۴) درباره تأثیر قوانین و مجازات‌ها، بیلگه یسیل (۲۰۱۴) درباره ترس از پیگرد قانونی و نصرالهی (۱۳۹۸) درباره تخلف از قانون، هم‌سویی کامل دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش نشان داد که خودسانسوری در شبکه اجتماعی اینستاگرام، پدیده‌ای چندبعدی است که از تعامل پیچیده عوامل ارتباطی، فرهنگی و حقوقی نشئت می‌گیرد. کاربران در یک ارزیابی مداوم از محیط، مخاطبان و پیامدهای احتمالی، تصمیم به بیان یا سکوت می‌گیرند. ترس از انزوا، هنجارهای فرهنگی و مذهبی و نگرانی از امنیت (جانی، مالی و حقوقی) سه ستون اصلی این پدیده را تشکیل می‌دهند.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- **پیشنهادهای کاربردی:** نتایج این تحقیق می‌تواند برای نهادهای سیاست‌گذار فرهنگی و حقوقی، مراکز آموزشی، سازمان‌های مردم‌نهاد و مدیران پلتفرم‌های اجتماعی مفید باشد تا با درک بهتر ابعاد خودسانسوری، زمینه‌های گفت‌وگوی آزاد و مسئولانه را در فضای مجازی تقویت کنند.
- **پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی:** پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده، تأثیر متغیرهای جمعیت‌شناختی دیگر مانند سطح تحصیلات، پایگاه اقتصادی-اجتماعی و قومیت را بر خودسانسوری بررسی کنند. همچنین، انجام مطالعات تطبیقی میان پلتفرم‌های مختلف (مانند توئیتر و تلگرام) می‌تواند به درک جامع‌تری از این پدیده کمک کند.

در نهایت، می‌توان گفت که یکی از مؤثرترین راهکارها برای کاهش ابعاد منفی خودسانسوری، افزایش آگاهی و دانش انتقادی در میان کاربران است. مجهز شدن به دانش رسانه‌ای به افراد کمک می‌کند تا ضمن حفظ امنیت خود، بتوانند به شیوه‌ای سازنده در حوزه عمومی مشارکت کنند.

منابع

- افشانی، سیدعلیرضا و محمودآبادی، حمید (۱۳۹۸). رابطه احساس امنیت اجتماعی و خودسانسوری در بین شهروندان یزدی. مطالعات امنیت اجتماعی، ۱۰(۳)، ۱۰۷-۱۳۲.
- بارتال، دانیال (۲۰۱۷). خودسانسوری به مثابه پدیده‌ای اجتماعی، سیاسی و روان‌شناختی: مفهوم و تحقیق. روان‌شناسی سیاسی، ۳۸، ۲۵۹-۲۹۰. <https://doi.org/10.1111/pops.12391>
- بوزان، باری (۱۳۷۸). مردم، دولت‌ها و هراس. پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- دستجردی، سمانه (۱۳۹۶). بررسی میزان و نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با تأکید بر تلگرام بر انزوای اجتماعی دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
- داس، ساویک و کرامر، آدام (۲۰۱۳). خودسانسوری در فیسبوک. مجموعه مقالات هفتمین کنفرانس بین‌المللی AAI درباره وبلاگ‌ها و رسانه‌های اجتماعی، ۱۷(۱)، ۱۲۰-۱۲۷. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v7i1.14412>
- رایبگتن، ارل و واینبرگ، مارتین (۱۳۸۶). رویکردهای نظری هفتگانه در بررسی مسائل اجتماعی ترجمه رحمت‌الله صدیق سروستانی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- رشیدپور، علی؛ شاه‌نوروزی، مهدی و ایرانپور، سارا (۱۳۹۳). اقتصاد فرهنگ و جهانی شدن: مفاهیم و نظریه‌ها. مرکز ملی جهانی شدن.
- رعنائی، محدثه (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر استفاده نوجوانان از شبکه‌های اجتماعی موبایلی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء.
- رضایی، شیوا (۱۳۹۶). عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به کج رفتاری در شبکه‌های اجتماعی مجازی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- ریترز، جورج (۱۳۸۳). نظریه‌های معاصر جامعه‌شناسی ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر علمی.
- سورین، ورنر و جیمز تانکارد (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات ترجمه علیرضا دهقان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- علی‌زاده، مهدی (۱۳۹۵). تحلیل جامعه‌شناختی اجتماعات مجازی و رابطه آنها با اجتماعات محلی (مطالعه موردی: شبکه اجتماعی فیس‌بوک). پایان‌نامه دکتری، دانشگاه مازندران.
- کریمی، یوسف (۱۳۹۶). روان‌شناسی اجتماعی: نظریه‌ها، مفاهیم و کاربردها. ارسباران.
- کریمی‌نژاد، شجاع (۱۳۹۷). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان متوسطه دوره دوم شهر بندرعباس). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بندرعباس.
- کللی خورموجی، راضیه (۱۳۹۷). میزان و تأثیر استفاده از اپلیکیشن اینستاگرام بر دوستی نوجوانان دختر و پسر مقطع متوسطه شهر بوشهر. مطالعات ماهواره در رسانه‌های جدید، ۱۴، ۶۵-۸۸.
- لعل‌علیزاده، محمد (۱۳۹۵). بررسی و مقایسه رابطه آزادی و امنیت در اندیشه سیاسی توماس هابز و جان لاک.

- هستی و شناخت، ۳(۲)، ۸۵-۱۰۶. <https://doi.org/10.22096/ek.2017.32549>
- محصل، رضا و حیاتی، صفر (۱۳۹۲). مطالعه و شناخت عوامل مرتبط با میزان احساس امنیت اجتماعی کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز). *مطالعات جامعه‌شناسی*، ۶(۲۱)، ۳۹-۲۱.
- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۷۱). سانسور و خودسانسوری در ایران. رسانه، ۳(۲)، ۴-۱۱.
- نصرالهی، محمدصادق (۱۳۹۸). صورت‌بندی مسائل شیوه پالایش (فیلترینگ) فضای مجازی در ایران. *مطالعات میان رشته‌ای در رسانه و فرهنگ*، ۹(۲)، ۱۲۷-۱۵۴. <https://doi.org/10.30465/ismc.2020.5082>
- نوروزی، فیض‌اله؛ عباسی اسفنجیرف، علی اصغر و بسمل، معصومه (۱۳۹۱). پیوندهای اجتماعی: مطالعه تطبیقی بررسی انواع ساختار شبکه زنان با شوهرانشان در شهر بابل. *جامعه‌شناسی مطالعات جوانان*، ۳(۸)، ۱۴۵-۱۶۴.
- وندانیرگ، فردریک (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی گئورگ زمبل. ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر. توتیا.
- ویندال، سون؛ سیگنایز، بنو و اولسون، جین (۱۳۷۶). کاربرد نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- یسیل، بیلگه (۲۰۱۴). خودسانسوری مطبوعات در ترکیه: شبکه‌های قدرت دولتی، فشارهای تجاری و خودسانسوری. *فرهنگ و نقد ارتباطات*، ۷(۲)، ۱۵۴-۱۷۳. <https://doi.org/10.1111/cccrc.12049>
- یسیل، مرات (۲۰۱۴). تهدید نامرئی برای آینده روزنامه‌نگاری: خودسانسوری منافع متضاد در یک محیط رسانه‌ای رقابتی. *مجله بین‌المللی علوم انسانی و اجتماعی*، ۵(۳)، ۷۱-۷۸.
- Afshani, A., & Mahmoudabadi, F. (2019). The relationship between the sense of social security and self-censorship among Yazdi citizens. *Social Security Studies*, 10(3), 107-132. **[in Persian]**
- Alizadeh, M. (2016). Sociological Analysis of Virtual Communities and Their Relationship with Local Communities (Case Study of Facebook Social Network), PhD Thesis in Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mazandaran. **[in Persian]**
- Bozan, B. (1999). *People, Governments and Fear*. Tehran: Strategic Studies Research Institute. **[in Persian]**
- Bartal, D. (2017). Self-censorship as a social, Political Psychology, and psychological phenomenon: Concept and research. *Advance in Political Psychology*, 38. **[in Persian]** doi:10.1111/pops.12391
- Cavin, S. (2006). Imaginary social Relation. *Futures*, 38, 875-885. doi:10.1016/j.futures.2005.12.011
- Dastjerdi, S. (2017). Investigating the extent and manner of using virtual social networks with emphasis on Telegram on social isolation of students at Ferdowsi University of Mashhad, Master's thesis in Humanities, Ferdowsi University of Mashhad. **[in Persian]**
- Das, S., & Kramer, A. (2013). Self-censorship on Facebook. *Proceedings of the International Conference on Social Science, Association for the Advancement of Artificial Intelligence*, 7(1). 120-127. **[in Persian]** doi:10.1609/icwsm.v7i1.14412
- Granovetter Mark, S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Haviland, A. William (1999). *Cultural Antropology*. Harcourt Brace College publishers U.S.A.
- Kariminejad, Sh. (2018). Investigating social factors affecting the tendency to use virtual social networks (case study: second-year high school students in Bandar Abbas), Master's thesis in Sociology, Islamic Azad University, Bandar Abbas Branch. **[in Persian]**
- Karimi, Y. (2017). *Social Psychology (Theories, Concepts and Applications)*. Tehran: Arasbaran, 36th edition. **[in Persian]**
- Kolli Khormouji, R. (2018). The extent and effect of using the Instagram application on friendship between male and female high school adolescents in Bushehr. *Satellite and new Media Studies*, 14, 65-88. **[in Persian]**
- Kohlberg, L. (1981). *Essays on Moral Development*. vol.1.: The Philosophy of Moral development, 125. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.16.4.251>
- Lal Alizadeh, M. (2016). Review and compari the relationship between freedom and security in the political

- thought of Thomas Hobbes and John Locke. *Existence and Cognition*, 3(2) 89-106. **[in Persian]**
doi: 10.22096/ek.2017.32549
- Locke, J. (1824). The Works of John Locke. in Nine Vol, 12 ed, Vol 4, & Vol 2, London: Rivington, Retrieved 2016/3/3, 2016/4/24. <https://oll.libertyfund.org/titles/locke-the-works-of-john-locke-in-nine-volumes>.
- Muhsal, R., & Hayati, S. (2015). The Study of the associated factors with the social Security in virtual social networks (case study of students of Islamic Azad University, Tabriz Branch). *Sociological Studies*, 6(21), 21-39. **[in Persian]**
- Mohsenian-Rad, M. (1992). Censorship and Self-Censorship in Iran. *Rasaneh*, 3(2), 4-11. **[in Persian]**
- Norouzi, F., Abbasi Esfajirov, A- A., & Basmal, M. (2012). Social ties: A comparative study of the types of network structures of women with their husbands in the city of Babylon. *Sociological Studies of Youth*, 3(8), 145-164. **[in Persian]**
- Nasrollahi, M. S. (2019). The Problem Formulation of Cyberspace Filtering in IRAN. *Interdisciplinary Studies Media and Culture*, 9(2), 127-156. **[in Persian]** <https://doi.org/10.30465/ismc.2020.5082>
- Robington, E., & Weinberg, M. (2007). Seven Theoretical Approaches to the Study of Social Issues. Translated by: Rahmatullah Sediq Sarvestani. Tehran: Tehran University Publications. **[in Persian]**
- Rashidpour, A., Shah Norouzi, M., & Iranpour, S. (2014). *The Economics of Culture and Globalization: Concepts and Theories*. Tehran: National Center for Globalization Publications, First Edition. **[in Persian]**
- Ra'naei, M. (2016). Study of factors affecting adolescents' use of mobile social networks, Master's thesis in Social Sciences - Social Sciences Research, Al-Zahra University. **[in Persian]**
- Rezaei, Sh. (2017). Social factors affecting the tendency to deviant behavior in virtual social networks, Master's thesis in Social Sciences, Allameh Tabatabaie University. **[in Persian]**
- Ritzer, G. (2004). *Contemporary Theories in Sociology*. Translated by: Mohsen Salasi. Tehran: Scientific Publications., **[in Persian]**
- Severin, W., & James T. (2002). *Communication Theories*. Translated by Alireza Dehghan. Tehran: Tehran University Publications. **[in Persian]**
- Vandenberg, F. (2007). *The Sociology of George Simmel*. Translated by: Abdolhossein Nik-Gohar. Tehran: Totia. **[in Persian]**
- Windall, S., Signeiz, B., & Olson, J. (1997). *Application of Communication Theories*. Translated by Alireza Dehghan. Tehran: Media Studies and Research Center. **[in Persian]**
- WynJones, R. (1999). *Security, Strategy, and Critical Theory*. London: Lynne Rienner. doi: <https://doi.org/10.2307/2586105>
- Yesil, B. (2014) Press Censorship in Türkiye: State Power Networks, Commercial Pressures, and Censorship. *Communication Culture & Criticism*, 7(2), 154-173. **[in Persian]** doi: 10.1111/cccr.12049.
- Yesil, M. (2014). The Invisible Threat to the Future of Journalism: Self-Censorship of Conflicting Interests in a Media Environment as a Competitive Process. *International Journal of Business and Social Sciences*, 5(3), 71-78. **[in Persian]**

