



OPEN ACCESS



فصلنامه علمی پژوهش های انقلاب اسلامی



تأثیر اینستاگرام بر افزایش احساس محرومیت نسبی و نقش آن بر ادراک کارآمدی نظام جمهوری اسلامی ایران داود فیض افرا^۱

۵۶

دوره ۱۵، شماره ۱، پیاپی ۵۶

بهار ۱۴۰۵

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳-۱۲-۰۱

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴-۰۸-۲۸

صص: ۲۴۰-۲۳۱

شابا جایی: ۲۳۲۲-۲۵۷۳

چکیده

با افزایش نفوذ اینستاگرام در ایران، بازنمایی‌های سبک زندگی لوکس، مصرف‌گرایی افراطی و مقایسه‌های فراملی، زمینه شکل‌گیری یا تشدید احساس محرومیت نسبی و کاهش ادراک کارآمدی نظام جمهوری اسلامی را فراهم کرده است. این پژوهش با این پرسش انجام شد که اینستاگرام چگونه از طریق مکانیسم محرومیت نسبی، ادراک کارآمدی نظام را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟ فرضیه اصلی آن است که اینستاگرام با فعال‌سازی چهار فرایند مواجهه با شیوه‌های جدید زندگی، بازتولید ایدئولوژی‌های جدید، جابه‌جایی گروه مرجع و عدم تعادل ارزشی، شکاف میان انتظارات و توانمندی‌های واقعی را افزایش می‌دهد و ادراک کارآمدی نظام را تضعیف می‌کند. پژوهش حاضر به روش نظری-تحلیلی و با بهره‌گیری از چارچوب محرومیت نسبی تد رابرت گر انجام شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد اینستاگرام با جایگزینی گروه‌های مرجع سنتی و برجسته‌سازی سبک‌های زندگی فرادست، مقایسه اجتماعی صعودی ایجاد کرده و با نمایشی و گزینشی بودن بازنمایی‌ها، اثرات روانی-اجتماعی آن تشدید می‌شود. بر اساس این نتایج، جهاد تبیین هدفمند، ارتقای سواد رسانه‌ای، به‌عنوان راهبرد مقابله‌ای توصیه می‌شود.

واژگان کلیدی:

اینستاگرام، محرومیت نسبی، کارآمدی نظام، تد رابرت گر، جهاد تبیین

مقدمه و بیان مسئله:

کشور ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی، به‌ویژه اینستاگرام، به‌عنوان یکی از پدیده‌های شاخص عصر دیجیتال، دگرگونی عمیقی در الگوهای ارتباطی و ادراک اجتماعی انسان معاصر ایجاد کرده است. این سکوها با تلفیق قابلیت‌های تعاملی و محتوای تصویری، زیست‌جهان رسانه‌ای نوینی را شکل داده‌اند که در آن، مرزهای سنتی میان واقعیت عینی و بازنمایی مجازی در حال بازتعریف است. اینستاگرام، به‌مثابه یک شبکه‌ی اجتماعی تصویرمحور و مبتنی بر تلفن‌های هوشمند، با فراهم‌سازی ابزارهایی چون اشتراک عکس و ویدئو، استوری و تعاملات مبتنی بر نشانک‌گذاری (لایک) و دنبال‌کردن، به رسانه‌ای «شخصی، سیار و همیشه در دسترس» بدل شده است. این ویژگی‌ها نه‌تنها سبک زندگی و الگوهای ارتباطی، بلکه ادراک کاربران از مفاهیمی همچون منزلت اجتماعی، موفقیت، رضایت از زندگی و واقعیت اجتماعی را دستخوش تغییر می‌سازد (سلطانی‌فر و همکاران، ۱۴۰۰).

اهمیت این پلتفرم در ایران، با توجه به آمار بالای کاربران (بیش از ۵۰ میلیون نفر) و نقش آن در تبادل نمادها و نشانه‌های فرهنگی و اجتماعی، دوچندان می‌شود. اینستاگرام با ایجاد فضایی برای روایت‌های بصری از زندگی‌های آرمانی و سبک‌های متکثر مصرف، عملاً به عرصه‌ای برای بازتولید «وانموده‌ها» یا شبه‌واقعیت‌هایی تبدیل شده است که می‌توانند جایگزین برداشت ذهنی افراد از واقعیت عینی شوند (هاشمی منفرد و ربیعی، ۱۳۹۶: ۱۵۹). در این فضا، کاربران به‌طور مستمر در معرض تصاویری از موفقیت‌های کاذب، ثروت‌های افسانه‌ای و سبک‌های زندگی ایده‌آل قرار می‌گیرند که اغلب با شرایط واقعی جامعه و توانمندی‌های ملموس فردی و ملی فاصله‌ای قابل‌توجه دارند.

مسئله‌ی محوری این پژوهش، ریشه در یک تناقض اجتماعی-ادراکی دارد: از یک سو، جمهوری اسلامی ایران طی چهار دهه‌ی اخیر دستاوردهای چشمگیری در عرصه‌های مختلف از جمله پیشرفت‌های علمی، گسترش زیرساخت‌ها، ارتقای امنیت ملی، توسعه‌ی دانشگاه‌ها و مراکز درمانی؛ با این حال، از سوی دیگر، شاهد نوعی احساس نارضایتی و ادراک ناکارآمدی در میان بخشی از افکار عمومی هستیم؛ احساسی که در جمله‌ی کلیشه‌ای «نظام کاری نکرده» یا «ما در بدبختی به سر می‌بریم» تبلور می‌یابد.

با عنایت به مطالب یادشده، مسئله‌ی اصلی این پژوهش را می‌توان چنین صورتبندی کرد: علیرغم انبوهی از دستاوردهای عینی و کلان نظام جمهوری اسلامی، چه عواملی موجب شکل‌گیری احساس محرومیت و نارضایتی در بخشی از افکار عمومی شده است؟ و به‌طور مشخص، اینستاگرام به‌عنوان بستری برای بازنمایی سبک‌های زندگی و تبادل نمادهای مصرفی، چگونه از طریق فرایند «محرومیت نسبی» بر «ادراک کارآمدی» نظام جمهوری اسلامی تأثیر می‌گذارد؟ اهمیت این مسئله نه‌تنها از حیث جامعه‌شناختی و سیاسی، بلکه از جهت شکاف دانشی در ادبیات پژوهشی داخلی نیز قابل‌توجه است؛ زیرا با وجود نقش بی‌بدیل اینستاگرام در بازتعریف واقعیت اجتماعی ایران، مطالعات اندکی به بررسی تأثیر آن بر شکل‌گیری محرومیت نسبی و پیامدهای آن بر مشروعیت و کارآمدی نظام سیاسی پرداخته‌اند.

از این‌رو، پرسش اصلی پژوهش این است که آیا استفاده از اینستاگرام با افزایش احساس محرومیت نسبی در کاربران ایرانی رابطه دارد و این محرومیت نسبی چه تأثیری بر ادراک کاربران از کارآمدی نظام جمهوری اسلامی دارد؟

پیشینه تحقیق

پژوهش‌های انجام‌شده درباره تأثیر اینستاگرام بر زندگی کاربران را می‌توان در چند دسته کلی طبقه‌بندی کرد. دسته نخست مطالعاتی است که به تأثیر این سکوی مجازی، بر سبک زندگی و الگوهای مصرف پرداخته‌اند؛ سلطانی و موسوی (۱۳۹۸) نشان دادند که اینستاگرام تغییرات عمده‌ای در سبک زندگی جوانان ایجاد کرده و محمدی (۱۳۹۹) بر نقش آن در ترویج مصرف‌گرایی تأکید کرده است. دسته دوم پژوهش‌ها به رابطه اینستاگرام با احساس محرومیت نسبی اختصاص دارد؛ جواهری، سراج‌زاده و خمماند (۱۴۰۲) و نوری‌راد (۱۴۰۱) نقش کنشگری و بلاگرها در تقویت استانداردهای کاذب رفاه و محرومیت نسبی را بررسی کرده‌اند، در حالی که حسینی (۱۳۹۹) و امیرحسینی (۱۴۰۰) پیامدهای روانی و اجتماعی آن را تحلیل کرده‌اند. دسته سوم به تغییر گروه‌های مرجع و هویت‌یابی اختصاص دارد؛ فولادیان و مجیدی‌فرد (۱۴۰۴) مفهوم «جایگزین‌سازی» و سرخوردگی هویتی جوانان را مطرح کرده‌اند و حسن و همکاران (۲۰۲۵) سیالیت هویت نسل جدید و تنزل دستاوردهای کلان را بررسی کرده‌اند. دسته چهارم پژوهش‌های مرتبط با ادراک سیاسی هستند؛ گودرزی (۲۰۲۵) و حمزه و همکاران (۱۴۰۲) پیوند فرهنگ سلبریتی با معیارهای نئولیبرال و تأثیر بر ادراک ناکارآمدی نظام را نشان داده‌اند. با این حال، کمتر مطالعه‌ای به صورت نظام‌مند بررسی کرده است که چگونه محرومیت نسبی ناشی از اینستاگرام به ادراک کارآمدی نظام سیاسی تبدیل می‌شود.

مفاهیم

محرومیت مطلق: محرومیت مطلق به ناتوانی در تأمین نیازهای اساسی فیزیکی مانند غذا، پوشاک و سرپناه اشاره دارد و عموماً به معنای فقدان حداقل منابع لازم برای ادامه زندگی و مشارکت فعال در جامعه تعریف می‌شود. (Ladin, ۲۰۱۰: ۵۰)

محرومیت نسبی: محرومیت نسبی وضعیتی است که در آن افراد، در مقایسه با دیگران (هم‌سالان، هم‌شهریان یا گروه‌های مرجع)، احساس می‌کنند از فرصت‌ها، منابع و امکانات کمتری برخوردارند، حتی اگر نیازهای اساسی‌شان تأمین شده باشد. این مفهوم بر ادراک و احساس نابرابری در مقایسه با دیگران تأکید دارد (سام دلیری، ۱۳۸۳: ۸۱۴).

کارآمدی: در علوم سیاسی به توانایی نظام در تحقق اهداف کلان، پاسخ‌گویی به نیازهای جامعه و مدیریت مؤثر منابع و سیاست‌ها اطلاق می‌شود و مفاهیمی همچون کفایت، قابلیت، کارایی و مشروعیت عملیاتی را در برمی‌گیرد (آقا بخشی، ۱۳۷۹). در زمینه نظام جمهوری اسلامی ایران، کارآمدی علاوه بر عملکرد اداری، با ادراک عمومی و مشروعیت الهی نظام گره خورده است؛ به این معنا که حکومت با اجرای درست وظایف، تضمین عدالت اجتماعی و پاسخگویی به مطالبات مردم، رضایت، اعتماد و مسئولیت‌پذیری را در جامعه ارتقا می‌دهد (صنّعی‌منفرد، ۱۳۸۰).

اینستاگرام: اینستاگرام سکویی، تصویرمحور و سیار است که در سال ۲۰۱۰ توسط کوین سیستروم و مایک کریگر برای اشتراک‌گذاری عکس و ویدئو تأسیس شد. این شبکه اجتماعی به عنوان «رسانه‌ای شخصی، همیشه در دسترس» شناخته می‌شود که کاربران با بهره‌گیری از فیلترهای دیجیتال و ابزارهای ویرایشی، روایت‌های بصری گزینشی از زندگی خود خلق می‌کنند. تمرکز بر محتوای بصری، تعامل آسان از طریق لایک و استوری، و امکان اشتراک‌گذاری رایگان، مرز میان واقعیت و بازنمایی را محو ساخته است. در ایران با بیش از ۵۰ میلیون کاربر فعال، اینستاگرام به بستری محوری برای شکل‌دهی به ادراکات عمومی،

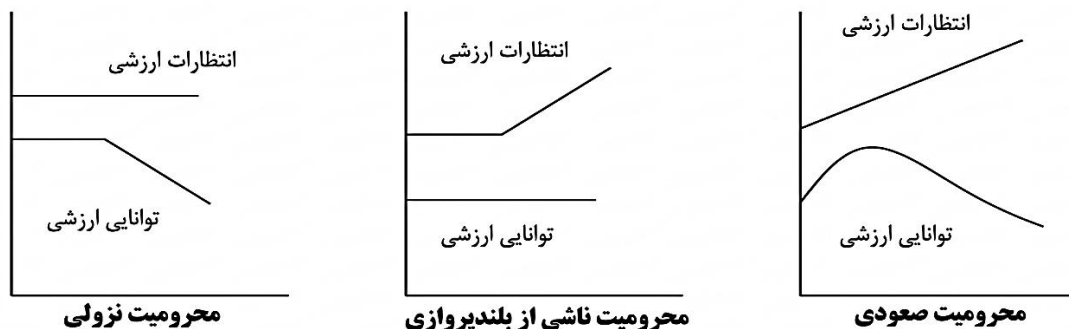
ابراز هویت و تعاملات اجتماعی تبدیل شده و نقش تعیین کننده‌ای در تغییر انتظارات ارزشی و ادراک توانمندی‌ها ایفا می‌کند (کریمی، ۱۴۰۰؛ سلطانی فر و همکاران، ۱۳۹۹؛ حمزه و همکاران، ۱۴۰۲).

چارچوب نظری

مفهوم محرومیت نسبی نخستین بار توسط تدرابرت گر در کتاب چرا انسان‌ها شورش می‌کنند؛ با رویکردی روانی-اجتماعی به عرصه علوم سیاسی وارد شد. گر معتقد است که منشأ نارضایتی و خشونت سیاسی نه فقر مطلق، بلکه محرومیت نسبی است؛ او این مفهوم را «برداشت بازیگران از وجود اختلاف میان «انتظارات ارزشی» و «توانمندی‌های ارزشی‌شان» تعریف می‌کند. منظور از انتظارات ارزشی، کالاها و شرایطی از زندگی است که مردم معتقدند به حق شایسته داشتن آن‌ها هستند و توانمندی‌های ارزشی، کالاها و شرایطی است که مردم گمان می‌کنند در واقعیت قادر به کسب یا حفظ آن‌ها می‌باشند (گر، ۱۳۷۷: ۵۴).

از این منظر، محرومیت نسبی بیش از آنکه یک وضعیت عینی اقتصادی باشد، یک ادراک ذهنی است. فردی که از نظر مادی در وضعیت مطلوبی قرار دارد، ممکن است به واسطه مقایسه با دیگران یا گروه‌های مرجع، احساس تبعیض و عقب ماندگی کند و همین احساس او را به واکنش‌های سیاسی یا اجتماعی سوق دهد. بسیاری از ناآرامی‌های شهری، خیزش‌های دانشجویی و انقلاب‌ها از بطن همین احساس سر برمی‌آورند؛ از همین روست که اعتراضات اغلب نه از میان فقیرترین اقشار، بلکه از طبقه متوسط در حال افول یا نسل جوان تحصیل کرده آغاز می‌شود. این نظریه ریشه در رویکرد ناکامی-پرخاشگری دارد و هر چه شدت محرومیت بیشتر باشد، احتمال بروز خشم و نارضایتی افزایش می‌یابد (گر، ۱۳۷۷: ۲۹). گر سه الگوی عمده برای محرومیت نسبی متمایز می‌کند:

۱. **محرومیت نزولی:** وضعیتی که افراد به دلیل از دست دادن داشته‌های پیشین یا آنچه گمان می‌کردند می‌توانند داشته باشند، دچار خشم می‌شوند. این نوع محرومیت با مراجعه به وضعیت مطلوب‌تر گذشته شکل می‌گیرد.
۲. **محرومیت ناشی از بلندپروازی:** در این حالت، انتظارات ارزشی افراد افزایش می‌یابد بدون آنکه توانمندی‌های آنان تغییری کند. خشم ناشی از ناتوانی در دستیابی به توقعات جدیدی است که برای خود ترسیم کرده‌اند.
۳. **محرومیت صعودی:** گونه‌ای تعمیم یافته از نظریه جیمز دیویس که در آن پس از دوره‌ای بهبود مستمر در شرایط زندگی، انتظارات برای تداوم این بهبود افزایش می‌یابد؛ اما اگر توانمندی‌ها ثابت بماند یا کاهش یابد، محرومیت نسبی پدید می‌آید (گر، ۱۳۷۷: ۸۷-۸۰).



(گار، ۱۳۷۷، ۶۹)

منابع افزایش انتظارات و شکل‌گیری محرومیت نسبی

از دیدگاه گر، آنچه منجر به افزایش انتظارات ارزشی و در نتیجه محرومیت نسبی می‌شود، عمدتاً ریشه در «تأثیرات نمایشی» دارد. این تأثیرات از چهار طریق عمل می‌کنند:

- **تماس نمادین با شیوه‌های جدید زندگی:** مواجهه افراد با سبک‌های زندگی مطلوب‌تر از طریق رسانه‌ها، مهاجرت یا تماس فرهنگی، بدون آنکه توانمندی‌های آنان برای دستیابی به این سبک‌ها افزایش یابد، شکاف انتظارات و توانمندی‌ها را عمیق‌تر می‌کند (گر، ۱۳۷۷: ۱۵۹-۱۵۱).
- **اشاعه ایدئولوژی‌های جدید:** معرفی ایدئولوژی‌هایی که چشم‌اندازهای تازه‌ای از عدالت، برابری یا پیشرفت ارائه می‌دهند، انتظارات ارزشی را فراتر از تغییرات ساختاری موجود بالا می‌برد (همان: ۱۶۲).
- **مقایسه با گروه‌های مرجع:** هنگامی که افراد وضعیت خود را با گروه‌هایی مقایسه می‌کنند که از شرایط مطلوب‌تری برخوردارند، احساس محرومیت نسبی تشدید می‌شود. این گروه مرجع می‌تواند وضعیت گذشته خود فرد، یک آرمان انتزاعی، یا گروهی اجتماعی باشد (همان: ۱۶۴).
- **عدم تعادل ارزشی:** اگر گروهی در توزیع یک ارزش (مانند رفاه) در مرتبه بالایی قرار داشته باشد اما در ارزشی دیگر (مانند منزلت یا مشارکت) پایین باشد، انتظار می‌رود که خواهان جایگاه مشابهی در آن ارزش نیز شود که این خود منبعی برای محرومیت نسبی است (همان: ۱۶۸).

کاربست نظریه در تحلیل مسئله پژوهش

برای تبیین چگونگی تأثیر اینستاگرام بر احساس محرومیت نسبی و ادراک کارآمدی نظام جمهوری اسلامی، می‌توان از چارچوب نظری تد رابرت گر بهره گرفت. اینستاگرام به مثابه میدانی برای «مصرف نمایشی» عمل می‌کند؛ کاربران با انتشار گزینشی تصاویری از دارایی‌های مادی، سبک زندگی و لحظات مطلوب، هویت خویش را بر پایه نظام‌های نمادین بازسازی می‌کنند. این فرآیند «نمایش موفقیت»، مخاطبان را در موقعیت مقایسه اجتماعی ناخواسته‌ای قرار می‌دهد که در آن داشته‌های واقعی خود را با وانموده‌های آرمانی و ویرایش‌شده دیگران می‌سنجند (جواهری و همکاران، ۱۴۰۲). بر اساس نظریه گر، اینستاگرام همزمان بر هر دو سوی شکاف میان «انتظارات ارزشی» و «توانمندی‌های ارزشی» تأثیر می‌گذارد و محرومیت نسبی را به شکلی ساختاری و خودتقویت‌شونده ایجاد می‌کند:

از یک سو، این پلتفرم با بازنمایی مداوم سبک‌های زندگی ایده‌آل، الگوهای مصرف فوق‌لوکس، تصاویر ویرایش‌شده و روایت‌های گزینشی از رفاه (از جمله بازنمایی آرمانی از دوران گذشته)، سطح انتظارات ارزشی کاربران را به‌طور فزاینده‌ای بالا می‌برد. این افزایش انتظارات، منطبق با منابع چهارگانه‌ای است که گر برای تأثیرات نمایشی برشمرده است: تماس نمادین با شیوه‌های جدید زندگی از طریق محتوای بصری، اشاعه ایدئولوژی مصرف‌گرایانه و فردگرایانه (ارزش‌های غربی)، مقایسه مستمر با گروه‌های مرجع (سلبریتی‌ها و بلاگرها)، و عدم تعادل ارزشی ناشی از برجسته‌سازی یک‌جانبه رفاه مادی در برابر سایر ارزش‌ها.

از سوی دیگر، همین بازنمایی‌ها ادراک توانمندی‌های ارزشی را تضعیف می‌کنند. دستاوردهای کلان نظام جمهوری اسلامی - از جمله گسترش زیرساخت‌ها، آموزش و بهداشت همگانی، امنیت پایدار، انرژی ارزان و پیشرفت‌های علمی - در این چارچوب بصری به سطح «نیازهای بدیهی» تنزل می‌یابند. این دستاوردها دیگر به‌عنوان «موفقیت» تلقی نمی‌شوند، بلکه به‌مثابه «حداقل انتظار» دیده می‌شوند که شایسته قدردانی نیستند. بنابراین حتی بهبود عینی شاخص‌های رفاه نیز قادر به ایجاد رضایت اجتماعی نیست.

برآیند این دو فرآیند متقابل - افزایش ساختاری انتظارات ارزشی و تضعیف ادراک توانمندی‌های ارزشی - شکاف ادراکی را به شدت گسترش می‌دهد. این وضعیت، بسته به شرایط، می‌تواند هر سه الگوی محرومیت نسبی گر را فعال کند: محرومیت ناشی از بلندپروازی (افزایش انتظارات بدون تغییر در توانمندی‌ها)، محرومیت نزولی (مقایسه وضعیت کنونی با بازنمایی‌های آرمانی از گذشته) و محرومیت صعودی (تداوم انتظارات فزاینده در شرایط ثابت یا افول توانمندی‌ها).

چنین شکاف عمیقی، نارضایتی ذهنی را به سطحی از خشم و سرخوردگی می‌رساند که به «بحران ادراک کارآمدی نظام» منجر می‌شود. در این شرایط، کاربران نه بر اساس واقعیت عینی، که بر پایه مقایسه مستمر با وانموده‌های رسانه‌ای، نظام را ناکارآمد، ناتوان در تأمین عدالت یا مانع پیشرفت قلمداد می‌کنند. الگوریتم‌های اینستاگرام نیز با تکرار محتوای مشابه و ایجاد «حباب‌های فکری» و «اتاق‌های پژواک»، این چرخه منفی را روزه‌روز تشدید می‌کنند. بدین ترتیب، نظریه محرومیت نسبی گر چارچوبی مفهومی برای تبیین چگونگی تبدیل محتوای رسانه‌های اجتماعی به ادراکات سیاسی فراهم می‌آورد.

تفسیر نظریه محرومیت نسبی تد رابرت گر در محیط اینستاگرام



فرایند اثرگذاری اینستاگرام بر انتظارات و ادراک‌ها

بر اساس مدل چارچوب نظری محرومیت نسبی در اندیشه تد رابرت گر و منابع افزایش انتظارات و شکل‌گیری محرومیت نسبی، می‌توان به بررسی فرایندها و سازوکارهایی پرداخت که از طریق آن‌ها اینستاگرام در تقویت احساس محرومیت نسبی نقش ایفا می‌کند.

فرایند اول: مواجهه با شیوه‌های جدید زندگی؛ تأثیرات نمایشی در بازتولید انتظارات ارزشی

از منظر تد رابرت گر، یکی از مهم‌ترین منابع شکل‌گیری انتظارات ارزشی فزاینده، «مواجهه نمادین با شیوه‌های جدید زندگی» است؛ مواجهه‌ای که عمدتاً از طریق رسانه‌ها و ارتباطات فرهنگی شکل می‌گیرد. در این فرایند، افراد بدون داشتن

ابزارهای واقعی دستیابی به سبک‌های نوین زندگی، با تصاویری روبه‌رو می‌شوند که افق مطلوب زیستن آنان را گسترش می‌دهد. گر این پدیده را «تأثیر سرایتی» می‌نامد؛ زیرا همانند یک فرایند واگیر، از گروهی به گروه دیگر منتقل شده و سطح انتظارات اجتماعی را ارتقا می‌بخشد (گر، ۱۳۷۷: ۱۵۹-۱۵۱).

به اعتقاد گافمن انسان‌ها در زندگی خودشان برای دیگران (حضرار) ایفای نقش می‌کنند. به عقیده او افراد تمایل دارند تا تصویری از خود به دیگران نشان دهند که انتظارش را دارند. به عقیده گافمن تمام دنیای اجتماعی صحنه نمایش است و تمام افراد جهان بازیگران این صحنه هستند. از دید این نظریه کنشگران در موقعیت‌های مختلف برای ایجاد و نگهداری تصویر مورد علاقه خودشان در ذهن حضرار، خود‌های مختلفی به نمایش می‌گذارند (گافمن: ۱۳۹۸).

تورستین وبلن در کتاب **طبقه تن آسا** بیان می‌کند که انگیزه بنیادین در زندگی اجتماعی، رقابت مالی و کسب منزلت از طریق نمایش ثروت است. او این رفتار را **مصرف تظاهری** می‌نامد؛ بدین معنا که افراد کالاهای گران‌قیمت، پوشاک لوکس و جواهرات را نه برای کارایی، بلکه برای نشان دادن توانایی خود در اتلاف منابع و دوری از کار تولیدی خریداری می‌کنند. در این دیدگاه، طبقه مرفه با بهره‌مندی از کار دیگران و نمایش تن‌آسایی، جایگاه اجتماعی خود را تثبیت می‌کند و مصرف‌گرایی به ابزاری برای تمایز طبقاتی و جلب تحسین همگان تبدیل می‌شود. (وبلن: ۱۴۰۳) نظریه سندروم اردک (Akçay and Ohashi ۲۰۲۴) نیز به همین وضعیت اشاره دارد: آرامش تظاهری در سطح آب، در حالی که تقلا و مشکلات پشت صحنه پنهان است. این بازنمایی‌های غیرواقعی، خطای شناختی ایجاد کرده و مخاطب «برش‌های خوش» زندگی بلاگرها را با «کل» زندگی خود مقایسه می‌کند.

در شرایط معاصر، اینستاگرام به مهم‌ترین بستر بازتولید این مواجهه نمادین در ایران تبدیل شده است. منطق تصویری این پلتفرم، همراه با الگوریتم‌های تقویت‌کننده محتوای جذاب، سبک‌های زندگی لوکس و مصرف‌گرایانه را برجسته می‌سازد. انتشار گسترده تصاویری از سفرهای خارجی، خودروهای گران‌قیمت، خانه‌های مجلل و الگوهای مصرف اشرافی، تصویری آرمانی از رفاه تولید می‌کند که برای بخش بزرگی از کاربران دست‌نیافتنی است. این تصاویر اغلب بازنمایی واقعی از موقعیت اقتصادی تولیدکنندگان محتوا نیستند و بر پایه صحنه‌پردازی و اغراق رسانه‌ای ساخته می‌شوند. پژوهش «مصرف نمایشی و محرومیت نسبی در بین کاربران ایرانی اینستاگرام» نشان می‌دهد که این پلتفرم با تبدیل شدن به میدانی برای «نمایش موفقیت»، کاربران را در موقعیت مقایسه اجتماعی ناخواسته قرار می‌دهد. نمایش سرمایه‌های مادی و نمادین (گاه جعلی) توسط کاربران، مستقیماً به برانگیخته شدن احساس محرومیت نسبی در مخاطبان می‌انجامد (جواهری، سراج‌زاده و خماند، ۱۴۰۲).

یکی دیگر از جلوه‌های بارز این فرایند در ایران، مواجهه مستمر کاربران، به‌ویژه نسل جوان، با سبک زندگی روزمره جوانان در اروپا و آمریکای شمالی است. این مواجهه نه از طریق گزارش‌های رسمی یا داده‌های آماری، بلکه عمدتاً در قالب تصاویر و ویدئوهای اینستاگرامی از تفریحات روزمره، سفرهای کوتاه‌مدت، آزادی‌های مصرفی، کیفیت بالای خدمات عمومی، الگوهای متنوع اوقات فراغت و سطح رفاه معیشتی بازنمایی می‌شود. در این بازنمایی‌ها، زندگی عادی جوانان غربی به صورت یک «زیست آرمانی» تصویر می‌شود.

این مواجهه تصویری مستمر، انتظارات ارزشی کاربران را به صورت ساختاری افزایش می دهد. افراد به تدریج سطح «زندگی معمول» را با معیارهای لوکس بازتعریف می کنند و احساس می کنند سزاوار برخورداری از همان الگوها هستند، در حالی که توانمندی های ارزشی آنان با چنین شتابی رشد نمی کند. حاصل این ناهماهنگی، شکل گیری «محرومیت نسبی ناشی از بلندپروازی» است؛ الگویی که گر آن را خطرناک ترین شکل محرومیت می داند، زیرا ناشی از افزایش سریع انتظارات بدون امکان تحقق آن هاست (گر، ۱۳۷۷: ۸۶-۸۴).

از منظر نظری، بخش قابل توجهی از مقایسه های رایج در اینستاگرام میان ایران و سایر کشورها بر ساده سازی های گمراه کننده و نادیده گرفتن تفاوت های تاریخی و نهادی استوار است. اسپینگ-آندرسن (۱۹۹۰) و اینگلهارت (۲۰۰۵) نشان می دهند که الگوهای رفاه و ارزش های فرهنگی، محصول مسیرهای تاریخی و زمینه های اجتماعی متمایزند و سنجش آن ها با معیار واحد به برداشت های نادرست می انجامد. در همین چارچوب، قیاس مستقیم سطح رفاه، سبک زندگی و خدمات عمومی ایران با کشورهای غربی یا حوزه خلیج فارس، تصویری ساده سازی شده و اغراق آمیز تولید می کند که با افزایش انتظارات نامتناسب، به تشدید احساس محرومیت نسبی و تضعیف ادراک کارآمدی نظام منجر می شود.

فرایند دوم: ایدئولوژی های جدید؛ بازتعریف انتظارات ارزشی از طریق بازنمایی های رسانه ای

از دیدگاه گر، یکی از منابع اساسی شکل گیری انتظارات فراینده و به تبع آن محرومیت نسبی، «ورود و گسترش ایدئولوژی های جدید» است. ایدئولوژی ها با ترسیم چشم اندازهای نو از مفاهیمی چون عدالت، آزادی، رفاه و پیشرفت، افق انتظارات ارزشی افراد را به طور معناداری گسترش می دهند، بدون آنکه لزوماً تغییری متناسب در توانمندی های ارزشی جامعه ایجاد شود. این شکاف میان انتظارات تازه و امکانات واقعی، زمینه ساز نارضایتی پایدار و تعمیق یابنده می گردد (گر، ۱۳۷۷: ۸۵؛ گر، ۱۹۷۱: ۱۶۲).

گر منبع دوم را ایدئولوژی های نوین (مانند لیبرالیسم یا ناسیونالیسم) می داند که از طریق رسانه ها پخش می شود و انتظارات ارزشی را در زمینه عدالت، برابری یا آزادی افزایش می دهد (گر، ۱۳۷۷: ۱۶۲). در اینستاگرام، این ایدئولوژی ها از طریق محتوای نوستالژیک (مانند تصاویر آرمانی از دوران پهلوی) یا پست های سیاسی (مانند آزادی های غربی) معرفی می شوند. ایدئولوژی ها با ترسیم چشم اندازهای نو از مفاهیمی چون عدالت، آزادی، رفاه و پیشرفت، افق انتظارات ارزشی افراد را به طور معناداری گسترش می دهند و کاربران ایرانی با دیدن این ها، انتظارات سیاسی و اجتماعی شان (مانند آزادی بیان یا عدالت جنسیتی) افزایش می یابد، بدون تغییرات ساختاری. این مکانیسم با تحریف شناختی مضاعف همخوانی دارد و محرومیت نسبی تاریخی ایجاد می کند. در عصر حاضر، اینستاگرام از چند جهت به ورود و گسترش ایدئولوژی های جدید کمک می کند:

۱. ورود اندیشه لیبرالیستی و غربی اینستاگرام با بهره گیری از محتوای تصویری و بازنمایی های جذاب، ارزش های نئولیبرال نظیر فردگرایی افراطی، رقابت جویی و لذت گرایی مادی را در میان کاربران ایرانی نهادینه می کند. سلبریتی ها به عنوان کارگزاران این ایدئولوژی، استانداردهایی از زندگی را بازنمایی می کنند که با توانمندی های ساختاری جامعه ناهماهنگ است و معیار قضاوت درباره کارآمدی نظام سیاسی را دگرگون می سازد (گودرزی، ۲۰۲۵). این بازنمایی ها، افق انتظارات ارزشی را از

شاخص‌های جمعی و معنوی به سمت مطالبات مصرف‌گرایانه فردمحور سوق می‌دهند و نظام را در مقایسه با این ارزش‌ها ناکارآمد جلوه می‌دهند.

۲. **بازنمایی کاذب ایدئولوژی پهلوی** یکی از مصادیق برجسته این مکانیسم، بازنمایی نوستالژیک دوران پهلوی است. در این محتواها، با انتشار تصاویر گزینشی، حکومت پهلوی به‌عنوان دوره‌ای از آزادی‌های اجتماعی، رفاه اقتصادی، قدرت سیاسی (پاسپورت!) و تعامل مثبت با جهان غرب تصویر می‌شود، بی‌آنکه به محدودیت‌های سیاسی، شکاف‌های طبقاتی، وابستگی اقتصادی و سرکوب ساختاری آن دوره اشاره شود. این بازنمایی گزینشی، نوعی «گذشته آرمانی» خلق می‌کند که سطح انتظارات سیاسی و اجتماعی کاربران را به‌طور قابل توجهی افزایش می‌دهد (کاتوزیان، ۱۳۷۲؛ الموتی، ۱۳۶۸). در سطح اقتصادی، بازتولید گزینشی داده‌ها و تصاویر تاریخی، مانند مقایسه سطح قیمت‌ها، ارزش پول ملی یا شاخص‌های رفاهی دوران پهلوی با شرایط کنونی، بدون لحاظ زمینه‌های ساختاری اقتصاد جهانی، تحولات ژئوپلیتیک، رشد جمعیت و تحریم‌های بین‌المللی، به شکل‌گیری برداشت‌های ساده‌انگارانه از «افول تاریخی» می‌انجامد. این بازنمایی‌ها، ایدئولوژی توسعه وابسته به غرب و الگوی مصرف‌محور را به‌عنوان مسیر طبیعی پیشرفت معرفی کرده و نظام کنونی را مانع تحقق آن جلوه می‌دهند.

رسانه‌های اجتماعی با خلق «فضای مجازی به‌مثابه واقعیت»، هویت نسل جدید را در معرض ایدئولوژی‌های سیالی قرار می‌دهند که دستاوردهای عینی و تاریخی را به سطح «نیازهای بدیهی» تنزل می‌دهد. این فرایند نشان می‌دهد نسل متصل به شبکه، پیشرفت‌های ملموس جامعه را نه به‌عنوان موفقیت، بلکه به‌مثابه حداقلی بدیهی تلقی می‌کند که شایسته قدردانی نیست. همچنین در پژوهش «انگاری سالخورده‌گی و بازنمایی بیماری» این فرایند ذیل «رمزگان ایدئولوژیک صنعت فرهنگ» تبیین شده که اینستاگرام چگونه با مهندسی ذائقه بصری و ترویج کالانگاری، انتظاراتی آرمانی از بدن، سبک زندگی و آزادی فردی پدید می‌آورد. (ابراهیم‌پور و سبکتکین ریزی ۱۴۰۴، ۱۲)

برآیند این فرایند، شکل‌گیری «محرومیت نسبی تاریخی» است که با الگوی «محرومیت نزولی» در نظریه گر انطباق دارد. کاربران با رجوع مستمر به گذشته‌ای آرمانی‌شده، وضعیت کنونی را نه بر اساس شاخص‌های عینی توسعه، بلکه در قیاس با تصویری ایدئولوژیک از «آنچه می‌توانست باشد» ارزیابی می‌کنند. این مقایسه، احساس ازدست‌دادگی، ناکامی تاریخی و انسداد مسیر پیشرفت را تقویت کرده و به تضعیف ادراک کارآمدی نظام سیاسی می‌انجامد. بازنمایی‌های رسانه‌ای اینستاگرام با ارائه چشم‌اندازهای کاذب از «عدالت توزیعی» و «رفاه جهانی»، شکاف میان مطالبات تازه و امکانات واقعی جامعه ایران را گسترش داده و زمینه‌ساز نارضایتی پایدار در میان نسل متصل به شبکه می‌گردد.

بدین ترتیب، اینستاگرام از طریق انتقال و بازتولید ایدئولوژی‌های جدید، سطح انتظارات ارزشی را به‌گونه‌ای ساختاری ارتقا می‌دهد، بی‌آنکه ظرفیت‌های واقعی جامعه هم‌زمان افزایش یابد. این شکاف پایدار که در کنار فرایند مواجهه با شیوه‌های جدید زندگی عمل می‌کند، از مسیر بازتعریف ایدئولوژیک مفاهیم بنیادینی چون پیشرفت، آزادی و عدالت، به تعمیق نارضایتی اجتماعی، فرسایش سرمایه سیاسی و افزایش آمادگی روانی برای نارضایتی جمعی منجر می‌شود.

فرایند سوم: جابه‌جایی گروه مرجع و بازتولید محرومیت نسبی

از منظر نظریه محرومیت نسبی تد رابرت گر، احساس نارضایتی اجتماعی زمانی تشدید می‌شود که افراد وضعیت خود را با گروه‌هایی مقایسه کنند که تصور می‌شود به آنچه «باید داشت» دست یافته‌اند. در این چارچوب، هرچه فاصله میان انتظارات ارزشی و توانمندی‌های واقعی افزایش یابد، شدت تجربه محرومیت نسبی نیز بیشتر می‌شود. از این‌رو، گروه مرجع نقشی محوری در شکل‌دهی به معیارهای مقایسه ایفا می‌کند و می‌تواند شامل افراد هم‌سطح اجتماعی، الگوهای آرمانی یا گروه‌های اجتماعی خاص باشد (گر، ۱۳۷۷: ۴۸؛ گر، ۱۹۷۱: ۲۵).

در بستر فضای مجازی و به‌ویژه اینستاگرام، یکی از مهم‌ترین سازوکارهای بازتولید محرومیت نسبی، فرایند «جابه‌جایی گروه مرجع» از طریق جایگزین‌سازی شخصیت‌های مجازی به جای مرجع‌های واقعی است. در این فرایند، بلاگرها، اینفلوئنسرها و سلبریتی‌ها به تدریج جایگزین گروه‌های مرجع سنتی در زندگی روزمره کاربران می‌شوند و معیارهای سنجش موفقیت، رفاه و پیشرفت را دگرگون می‌سازند. این تغییر مرجعیت، کاربران را در معرض مقایسه مستمر با بازنمایی‌های ایدئال، گزینشی و ویرایش‌شده از سبک زندگی قرار می‌دهد و موجب می‌شود استانداردهای ذهنی آنان به سطوحی به مراتب فراتر از امکانات واقعی‌شان ارتقا یابد. پیامد این فرایند، شکل‌گیری کژکارکردی روانی «حسرت و نرسیدن» است؛ وضعیتی که در آن، فرد با مشاهده مداوم سبک‌های زندگی دست‌نیافتنی، داشته‌های عینی خود را ناچیز ارزیابی کرده و دچار سرخوردگی مزمن می‌شود. این تجربه ذهنی به‌طور مستقیم با مفهوم محرومیت نسبی پیوند می‌خورد، زیرا شکافی عمیق میان انتظارات ارزشی (آنچه فرد در اینستاگرام می‌بیند) و توانمندی‌های واقعی (آنچه در عمل در اختیار دارد) ایجاد کرده و ادراک او از عدالت اجتماعی و کارآمدی ساختارهای موجود را مخدوش می‌سازد (فولادیان و مجیدی‌فرد، ۱۴۰۴).

اینستاگرام با گسترش دامنه مشاهده اجتماعی و فروریختن مرزهای جغرافیایی، فرهنگی و طبقاتی، گروه مرجع کاربران ایرانی را از محیط اجتماعی نزدیک به سوی طیفی گسترده از الگوهای فرادست سوق می‌دهد. در این فضا، کاربران به جای مقایسه خود با هم‌سالان، هم‌محله‌ای‌ها و هم‌طبقه‌ای‌های خویش، وضعیت خود را با بلاگرهای لوکس داخلی، سلبریتی‌های ایرانی، اینفلوئنسرهای منطقه‌ای، مهاجران موفق و الگوهای جهانی سبک زندگی تطبیق می‌دهند. این جابه‌جایی مرجعیت، بستر «مقایسه اجتماعی صعودی» دائمی را فراهم می‌کند؛ مقایسه‌ای که به‌طور ساختاری مولد احساس ناکافی بودن، نارضایتی پایدار و ادراک عقب‌ماندگی مزمن است. در چنین شرایطی، حتی افراد برخوردار از رفاه نسبی نیز، خود را در موقعیتی فرودست و نامطلوب تجربه می‌کنند.

در سطح تجربی، این مکانیسم از طریق مواجهه مستمر با تصاویری از سفرهای خارجی، خانه‌های مجلل، خودروهای گران‌قیمت، تفریحات پرهزینه و سبک‌های زندگی مصرفی فعال می‌شود. منطق تصویری اینستاگرام و الگوریتم‌های تقویت‌کننده محتوای جذاب، این الگوها را به‌صورت برجسته و تکرارشونده در معرض دید کاربران قرار می‌دهد و سطح مطلوب زیستن را در ذهن آنان به‌طور تصاعدی ارتقا می‌بخشد، در حالی که توانمندی‌های واقعی‌شان تغییری متناسب نمی‌یابد. نتیجه این نابرابری ادراکی، تشدید احساس محرومیت نسبی و شکل‌گیری نوعی نارضایتی انباشته است.

در سطح اجتماعی، سیاسی، تداوم این الگوی مقایسه‌ای، به تدریج از سطح نارضایتی فردی فراتر رفته و به بازتفسیر ساختاری ناکامی‌ها منجر می‌شود. در این چارچوب، کاربران فاصله میان وضعیت زیسته خود و الگوهای بازنمایی شده را نه صرفاً حاصل شرایط فردی، بلکه نتیجه ضعف نهادی، ناکارآمدی سیاست‌گذاری و محدودیت‌های ساختاری در نظام حکمرانی تفسیر می‌کنند. در این زمینه، مقایسه‌های غیرمستقیم با کشورهای برخوردار منطقه‌ای و غربی، که از طریق بازنمایی گزینشی رفاه اجتماعی، آزادی‌های فردی، کیفیت خدمات عمومی و نظام‌های آموزشی پیشرفته در اینستاگرام بازتولید می‌شود، معیارهای ارزیابی پیشرفت را به سطوحی منتقل می‌کند که حاصل فرایندهای تاریخی طولانی‌مدت، انباشت سرمایه و مناسبات نابرابر قدرت در نظام جهانی است (عجم‌اوغلو، ۱۴۰۳). نادیده‌انگاری این تفاوت‌های نهادی، تاریخی و ژئوپلیتیکی، شکاف ادراکی میان «آنچه هست» و «آنچه باید باشد» را به‌طور مصنوعی تعمیق کرده و از این مسیر، بازتولید مستمر محرومیت نسبی و تضعیف ادراک کارآمدی نظام جمهوری اسلامی ایران را رقم می‌زند.

فرایند چهارم: عدم تعادل ارزشی؛ سرایت نابرابری از حوزه رفاه به عرصه منزلت و سیاست

گر چهارمین منبع شکل‌گیری انتظارات فزاینده را «عدم تعادل ارزشی» می‌نامد. این وضعیت زمانی رخ می‌دهد که نابرابری در توزیع یک نوع ارزش، به حوزه‌های دیگر سرایت کرده و مطالبات را در آن عرصه‌ها افزایش می‌دهد. به بیان دیگر، هنگامی که گروهی خود را در دستیابی به ارزش‌هایی مانند رفاه اقتصادی در موقعیتی فروتر می‌بیند، این نابرابری به ارزش‌های مشارکتی، منزلتی و سیاسی نیز گسترش می‌یابد. در نتیجه، افراد نه تنها خواهان بهبود وضعیت اقتصادی، بلکه طالب به‌رسمیت‌شناسی اجتماعی، منزلت نمادین و سهم بیشتر در تصمیم‌گیری‌ها می‌شوند (گر، ۱۳۷۷: ۱۶۸).

در اینستاگرام، الگوریتم با برجسته‌سازی مداوم سبک‌های زندگی لوکس، مصرف‌نمایی و زندگی‌های ایده‌آل، نابرابری بصری پایداری میان کاربران ایجاد می‌کند. مواجهه مستمر با تصاویری از رفاه دست‌نیافتنی، احساس عقب‌ماندگی اقتصادی را تشدید می‌کند، اما پیامد آن به همین حوزه محدود نمی‌ماند. پژوهش «مصرف‌نمایی و محرومیت نسبی» نشان می‌دهد که نابرابری در سرمایه‌های مادی، به سرعت به حوزه منزلتی و نمادین سرایت می‌کند. کاربران با مشاهده الگوهای مصرف فوق‌لوکس، این نابرابری را به هویت و منزلت اجتماعی خود تعمیم می‌دهند (جواهری، سراج‌زاده و خماند، ۱۴۰۲).

از این سطح، عدم تعادل به عرصه سیاسی نیز گسترش می‌یابد. احساس نابرابری در رفاه و منزلت، به تدریج به ساختارهای کلان نسبت داده شده و به مطالبه مشارکت سیاسی و اعتراض به نظم موجود تبدیل می‌شود. منطق تأثیر سرائتی گر ایجاب می‌کند که نابرابری در یک حوزه، انتظارات را در حوزه‌های دیگر افزایش دهد. پژوهش «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مطالبات سیاسی» تأیید می‌کند که این عدم تعادل، به سرعت از حوزه فردی و رفاهی به عرصه سیاسی سرایت کرده و مطالباتی فراتر از توانمندی‌های ساختاری ایجاد می‌کند (نجفی و همکاران، ۱۴۰۲).

ویژگی مهم این مکانیسم در اینستاگرام، ماهیت سرائیتی و خودتقویت‌شونده آن است. کاربران نه تنها تجربه زیسته خود، بلکه بازنمایی‌های گزینشی دیگران را مبنای قضاوت قرار می‌دهند. تکرار الگوریتمیک این تصاویر، احساس نابرابری را از سطح فردی به ادراک جمعی بدل کرده و انتظارات را در تمام حوزه‌ها هم‌زمان افزایش می‌دهد. برآیند این فرایند، شکل‌گیری محرومیت

نسبی صعودی است که در آن حتی بهبود عینی شرایط نیز نمی‌تواند نارضایتی را کاهش دهد، زیرا معیارهای ذهنی پیوسته در حال ارتقا هستند. بدین ترتیب، اینستاگرام با سرایت نابرابری از حوزه رفاهی به عرصه‌های منزلتی و سیاسی، بحران ادراک کارآمدی را به پدیده‌ای چندلایه و پایدار تبدیل می‌کند.

تأثیر احساس محرومیت نسبی بر ادراک کارآمدی نظام

بررسی چارچوب نظری نشان می‌دهد که احساس محرومیت نسبی در بستر مقایسه‌های اجتماعی و مواجهه مستمر با بازنمایی‌های آرمانی در اینستاگرام شکل گرفته و تشدید می‌شود. اهمیت این پدیده فراتر از تجربه ذهنی افراد، به حوزه ارزیابی‌های کلان اجتماعی و سیاسی تسری می‌یابد. مهم‌ترین پیامد آن، تأثیرگذاری بر ادراک عمومی از کارآمدی نظام سیاسی است؛ به گونه‌ای که تعمیق احساس محرومیت، نحوه داوری شهروندان درباره عملکرد، دستاوردها و ظرفیت‌های حکمرانی را دگرگون می‌سازد.

۱. تغییر معیارهای سنجش کارآمدی

یکی از مهم‌ترین مکانیسم‌های تأثیرگذاری احساس محرومیت نسبی بر ادراک کارآمدی نظام جمهوری اسلامی، دگرگونی در معیارهای ذهنی شهروندان برای سنجش موفقیت و پیشرفت است. این دگرگونی صرفاً افزایش کمی انتظارات نیست، بلکه تغییر کیفی در ماهیت آنچه مردم موفقیت می‌نامند را شامل می‌شود و از این طریق، شکاف میان انتظارات ارزشی و توانمندی‌های واقعی را به شکلی پایدار بازتولید می‌کند.

در بستر اینستاگرام، سلبریتی‌ها و اینفلوئنسرهای به‌عنوان کارگزاران فرهنگی سرمایه‌داری معاصر، با بازنمایی سبک‌های زندگی فردگرا، لذت‌محور و مصرف‌زده، ارزش‌های غربی را در میان کاربران نهادینه می‌سازند. این ارزش‌ها که فردگرایی افراطی، رقابت‌جویی و لذت‌گرایی مادی را برجسته می‌کنند، در تضادی بنیادین با ایدئولوژی رسمی نظام جمهوری اسلامی قرار دارند که بر مفاهیمی چون عدالت اجتماعی، استقلال، امنیت ملی و پیشرفت جمعی استوار است. در نتیجه، ذائقه و مطالبات کاربران به تدریج به سمت مصرف‌گرایی غربی سوق می‌یابد و معیار ارزیابی کارآمدی نظام از شاخص‌های کلان و ساختاری (مانند امنیت ملی، استقلال انرژی، گسترش زیرساخت‌ها و پیشرفت‌های علمی) به میزان توانایی دولت در تأمین لذت‌های مادی و رفاه نمایشی بازنمایی‌شده توسط سلبریتی‌ها تغییر می‌کند (گودرزی، ۱۴۰۴).

این تغییر معیار قضاوت دقیقاً با الگوی «محرومیت ناشی از بلندپروازی» در نظریه گر همخوانی دارد. در این الگو، انتظارات ارزشی افراد بدون افزایش متناظر در توانمندی‌های واقعی، به‌طور شتابان ارتقا می‌یابد. اما تفاوت اساسی با صرفاً افزایش توقعات مادی آن است که در اینجا «فلسفه ارزیابی» تغییر کرده است: فرد پیش از این دستاوردهایی مانند امنیت، استقلال و عدالت را به‌عنوان شاخص موفقیت نظام می‌پذیرفت، اما اکنون این شاخص‌ها را «بی‌ارزش» یا «بدیهی» تلقی کرده و تنها رفاه فردی و مصرف شخصی را معیار می‌داند. این تغییر ماهوی در چیستی انتظارات، محرومیت نسبی را پایدارتر می‌کند، زیرا حتی با افزایش دستاوردهای عینی، تا زمانی که معیارهای ارزیابی تغییر نکرده باشد، احساس محرومیت باقی می‌ماند.

دستاوردهای عینی نظام، هرچند گسترده و واقعی، دیگر رضایت‌بخش تلقی نمی‌شوند، زیرا با انتظارات جدید (رفاه فردی، مصرف لوکس و موفقیت شخصی) انطباق ندارند. ناهمخوانی میان واقعیت موجود و انتظارات ارزشی الهام گرفته از سبک زندگی غربی، کاربران را به احساس محرومیت نسبی و در نهایت ادراک ناکارآمدی نظام سیاسی سوق می‌دهد. این سازوکار، ادراک کارآمدی را از سطح جمعی و ایدئولوژیک به سطح فردی و مصرفی منتقل می‌کند. در این چارچوب جدید، نظام در نگاه بخشی از شهروندان ناتوان از تأمین «موفقیت شخصی» و «لذت‌های مادی» جلوه می‌کند، حتی اگر در تأمین امنیت، عدالت و زیرساخت‌های کلان موفق بوده باشد. به بیان دیگر، نظام دیگر با معیارهای ایدئولوژیک خود سنجیده نمی‌شود، بلکه با استانداردهای نئولیبرال وارد شده از طریق اینستاگرام قضاوت می‌گردد. این تغییر ذائقه و معیار، بحران ادراک کارآمدی را عمیق‌تر ساخته و زمینه تضعیف مشروعیت ادراکی نظام را فراهم می‌آورد (گودرزی، ۱۴۰۴).

۲. تنزل دستاوردها به سطح نیازهای بدیهی

الگوی محرومیت ناشی از بلندپروازی در نظریه گر، بر افزایش انتظارات ارزشی بدون تغییر متناسب در توانمندی‌های ارزشی تأکید دارد. در این وضعیت، افراد احساس می‌کنند فاقد ابزارهای لازم برای دستیابی به توقعات جدید هستند، حتی اگر وضعیت عینی آن‌ها بهبود یافته باشد (گر، ۱۳۷۷: ۸۴). اینستاگرام با فعال‌سازی دو فرایند اصلی، این الگو را به شدت تقویت می‌کند: نخست، مواجهه مستمر با تصاویر لوکس و آرمانی از رفاه جهانی که از طریق محتوای سفرهای تجملی، سبک زندگی سلبریتی‌ها و مصرف‌گرایی افراطی بازنمایی می‌شود؛ دوم، مقایسه دائمی با گروه‌های مرجع، به‌ویژه از طریق پست‌های ویرایش‌شده موفقیت‌های فردی یا بازنمایی گزینشی از رفاه ایرانیان مقیم خارج.

در این فرایند، انتظارات ارزشی کاربران به سطوحی فراتر از واقعیت اجتماعی ایران منتقل می‌شود. پیامد این جابه‌جایی انتظارات، تنزل دستاوردهای کلان نظام جمهوری اسلامی به سطح نیازهای بدیهی است. دستاوردهایی مانند گسترش شبکه‌های زیرساختی، بیمارستان‌ها و دانشگاه‌ها، امنیت پایدار، دسترسی گسترده به درمان و آموزش، که خود حاصل دهه‌ها تلاش و سرمایه‌گذاری ملی هستند، دیگر به‌عنوان دستاوردهای استراتژیک، ادراک نمی‌شوند، بلکه به سطح حداقل انتظارات روزمره تنزل می‌یابند. مردم روزانه از این امکانات بهره می‌برند، اما آن‌ها را شایسته قدردانی یا نشانه‌ای از کارآمدی نظام نمی‌دانند.

این تنزل، ریشه در ادراک ذهنی دارد و نه واقعیت عینی. مقایسه‌های سرایتی اینستاگرام، معیار ارزیابی را به استانداردهای غیرواقعی تغییر می‌دهد و دستاوردها را در سایه انتظارات آرمانی نامرئی می‌سازد. آن‌قدر تصاویر رفاه فوق‌لوکس و سبک زندگی آرمانی تکرار می‌شود که داشته‌های واقعی به‌تدریج هنجار و امری عادی تلقی می‌گردند، نه موفقیت یا دستاورد.

این فرایند به‌طور مستقیم ادراک کارآمدی نظام را تضعیف می‌کند. هنگامی که انتظارات ارزشی به سطوحی می‌رسد که حتی دستاوردهای بزرگ را بدیهی جلوه می‌دهد، مردم به این نتیجه می‌رسند که نظام کاری نکرده! یا کافی نبوده، در حالی که از همین امکانات به‌طور روزمره استفاده می‌کنند. این تناقض آشکار میان بهره‌مندی عینی و ادراک ذهنی، چرخه‌ای از ناامیدی ایجاد می‌کند که اعتماد عمومی را فرسوده و کارآمدی نظام را در تأمین عدالت و رفاه زیر سؤال می‌برد.

در این وضعیت، هر پیشرفت جدید نیز به جای تقویت اعتماد، به عنوان وظیفه‌ای که باید انجام می‌شد تلقی می‌گردد. این فرایند، بر پایه ریشه‌های اجتماعی محرومیت در نظریه گر (گر، ۱۳۷۷: ۱۵۱-۱۶۸)، خودتقویت‌شونده است و ادراک کارآمدی را به یک بحران پایدار تبدیل می‌کند. به این ترتیب، نظام در نگاه شهروندان ناتوان از تأمین توقعات «حقیقی» و «مدرن» دیده می‌شود، حتی اگر شاخص‌های عینی رفاه و توسعه در مسیر بهبود قرار داشته باشند.

۳. بی‌اعتبار شدن روایت‌های رسمی و تثبیت ادراک ناکارآمدی

محرومیت نسبی ایجادشده در اینستاگرام هنگامی می‌تواند به بحران ادراک کارآمدی نظام جمهوری اسلامی منجر شود که با پدیده بی‌اعتباری روایت‌های رسمی همراه گردد. این بی‌اعتباری نه محصول صرف عملکرد ضعیف رسانه‌ای، بلکه نتیجه فرایندهای شناختی و اجتماعی عمیقی است که در فضای مجازی اعتماد به نهادها و گزارش‌های رسمی را به‌طور ساختاری تضعیف می‌کند.

در اینستاگرام، جریان مستمر محتواهای هدفمند و بازنمایی‌های گزینشی زمینه‌ساز فروپاشی اعتماد می‌شود. مواجهه روزمره کاربران با محتوایی که مشروعیت نهادها را هدف می‌گیرد و انقسامات اجتماعی را عمیق‌تر می‌کند، پایه‌های صداقت ساختاری نظام را در ذهن آنان فرسایش می‌دهد. پیامد آنکه حتی گزارش‌های مستند از پیشرفت‌ها، مانند دستاوردهای علمی، استقلال انرژی یا توسعه زیرساخت‌ها، نیز با تردید جدی مواجه شده و حس ناکارآمدی مزمن در مخاطب تثبیت می‌شود. اعتماد از دست‌رفته چنان است که بهبود شاخص‌های عینی نیز نمی‌تواند روایت‌های رسمی را در ذهن کاربران احیا کند. (لبافی و همکاران: ۱۴۰۴)

این بی‌اعتمادی ساختاری با تغییر معیارهای سنجش کارآمدی، ابعاد عمیق‌تری می‌یابد. نفوذ ارزش‌ها و سبک زندگی‌های غربی در اینستاگرام، که سلب‌ریتی‌ها به‌عنوان کارگزاران آن عمل می‌کنند، معیارهای ارزیابی پیشرفت را دگرگون ساخته است. فردگرایی افراطی، لذت‌گرایی مادی و مصرف‌نمایی به شاخص‌های اصلی موفقیت تبدیل می‌شوند و دستاوردهای استراتژیک نظام (امنیت ملی، عدالت اجتماعی، خودکفایی علمی) در قیاس با این انتظارات تازه، ناچیز جلوه می‌کنند. تضاد میان بازنمایی رسمی پیشرفت و استانداردهای غربی ترویج‌شده در اینستاگرام، ادراک کارآمدی نظام را به‌شدت فرسوده می‌سازد (گودرزی، ۱۴۰۴). کاربران وضعیت موجود را نه بر پایه واقعیات عینی، بلکه در قیاس با «فضای بازنمایی‌شده» اینستاگرام ارزیابی می‌کنند؛ فضایی که در آن مرز واقعیت و تصویر آرمانی درهم‌آمیخته و معیارهای انتظاری را دگرگون ساخته است. این شکاف ادراکی، روایت رسمی پیشرفت را بی‌اعتبار کرده و با فعال‌سازی الگوی محرومیت نزولی، ادراک ناکارآمدی نظام را تشدید می‌کند (حسنی و همکاران، ۲۰۲۵). پیامد این فرایند، شکل‌گیری چرخه‌ای خودتقویت‌شونده است که در آن فرسایش اعتماد عمومی، پذیرش روایت‌های رسمی را کاهش داده و حتی افزایش واقعی دستاوردها نیز قادر به ترمیم این شکاف نیست، زیرا چارچوب‌های ارزیابی به‌گونه‌ای تغییر یافته‌اند که هر گزارش مثبتی پیشاپیش با تردید مواجه می‌شود.

۴. تضعیف مشروعیت ادراکی نظام

از منظر نظریه محرومیت نسبی گر، مشروعیت نظام سیاسی تا حد زیادی به ادراک شهروندان از عدالت، کارآمدی و پاسخگویی آن وابسته است (گر، ۱۳۷۷: ۲۹ و ۷۹). هنگامی که شکاف میان انتظارات ارزشی (عدالت، برابری، رفاه عادلانه) و توانمندی‌های ارزشی (آنچه نظام واقعاً می‌تواند فراهم کند) عمیق می‌شود، افراد به تدریج نظام را ناتوان از پاسخگویی به نیازهایشان می‌بینند. این ادراک، حتی در صورت وجود دستاوردهای عینی مانند گسترش زیرساخت‌ها، امنیت ملی یا پیشرفت‌های علمی، از طریق الگوهای محرومیت ناشی از بلندپروازی و نزولی (گر، ۱۳۷۷: ۸۰ و ۸۴) و ریشه‌های اجتماعی مانند تأثیرات سرایتی و مقایسه‌ای (گر، ۱۳۷۷: ۱۵۱-۱۶۸) تقویت می‌شود. در نتیجه، مشروعیت نظام، یعنی پذیرش داوطلبانه و باور به حقانیت آن، از پایه ادراکی فرسوده می‌گردد. این تضعیف نه ناشی از واقعیت عینی، بلکه ریشه در مقایسه‌های مستمر و سرایتی دارد که در پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام تشدید می‌شود و شهروندان را به این باور می‌رساند که نظام فعلی در مقایسه با گذشته آرمانی یا استانداردهای خارجی، ناکارآمد و ناعادلانه است.

پیامدهای این تضعیف ادراکی در سطوح مختلف قابل مشاهده است: احساس بی‌عدالتی عمیق شکل می‌گیرد و نظام مسئول اصلی شکاف ادراکی شناخته می‌شود؛ احساس عدم تعلق به کشور افزایش یافته و هویت ملی تضعیف می‌گردد؛ رفتار رأی‌دهندگان تغییر می‌کند (کاهش مشارکت یا گرایش به گزینه‌های جایگزین)؛ و مخالفان سیاسی تقویت می‌شوند، زیرا محرومیت نسبی بستری برای پذیرش روایت‌های رقیب فراهم می‌کند. این چرخه خودتقویت‌شونده، که از طریق محتوای سرایتی و مقایسه‌ای مداوم تشدید می‌شود، مشروعیت ادراکی نظام را به چالش کشیده و پتانسیل نارضایتی جمعی را افزایش می‌دهد. نارضایتی از سطح فردی به جمعی ارتقا یافته و می‌تواند به اشکال مختلف اعتراض و ناآرامی بروز کند.

در نهایت، این بحران مشروعیت ادراکی می‌تواند ساختار قدرت را به‌طور اساسی زیر سؤال ببرد، حتی اگر عملکرد عینی نظام در برخی حوزه‌ها مثبت ارزیابی شود. برای جلوگیری از این پیامدها، مدیریت محتوای سرایتی و مقایسه‌ای در رسانه‌های اجتماعی ضروری است، زیرا این ابزارها می‌توانند احساس محرومیت را به سرعت گسترش داده و ادراک عدالت را مختل سازند. در زمینه ایران، با توجه به نقش محوری اینستاگرام در این مقایسه‌ها، تقویت روایت رسمی دستاوردها و آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند از تبدیل نارضایتی به بحران‌های اجتماعی جلوگیری کند. این رویکرد نه تنها مشروعیت را حفظ می‌کند، بلکه سرمایه اجتماعی را تقویت کرده و ثبات را تضمین می‌نماید.

راهکارهای مقابله با تاثیرهای منفی اینستاگرام

۱. جهاد تبیین هدفمند

جهاد تبیین هدفمند، به عنوان تلاشی آگاهانه و سازمان‌یافته برای تصفیه اطلاعات نادرست و انتشار اطلاعات واقعی (ترکزاده و پاکباز، ۱۴۰۳)، باید به عنوان راهکار اصلی در مقابله با فرایندهای ایجاد محرومیت نسبی در اینستاگرام اجرا شود. این مفهوم که رهبر معظم انقلاب آن را ابزاری مؤثر در مقابله با پروپاگاندا و تبلیغات منفی دشمن معرفی کرده‌اند (۱۳۷۷: ۱۵۱-۱۶۸)، مستقیماً شکاف میان انتظارات ارزشی و توانمندی‌های ارزشی را هدف قرار

می‌دهد. جهاد تبیین با تولید محتوای حرفه‌ای و مستمر، ضمن خنثی‌سازی مکانیسم‌های مواجهه با شیوه‌های جدید زندگی و مقایسه با گروه‌های مرجع، دستاوردهای نظام از جمله گسترش زیرساخت‌ها، امنیت پایدار و خدمات اجتماعی را از طریق اینفلوئنسرهای معتبر داخلی به نمایش می‌گذارد. همچنین با هدف‌گیری فرایند ایدئولوژی‌های جدید و محتوای نوستالژیک که الگوی محرومیت نزولی را تشدید می‌کنند، از طریق محتوای مستند، زمینه‌های واقعی دوران گذشته را تبیین کرده و همزمان دستاوردهای کنونی را برجسته می‌سازد. از سوی دیگر، برای مقابله با فرایند عدم تعادل ارزشی (گر، ۱۳۷۷: ۱۶۸) و چرخه الگوریتمی تکرار محتوای منفی که یکی از قوی‌ترین عوامل تشدید محرومیت نسبی است، حضور هوشمند و فعال نظام در فضای مجازی ضروری است. این حضور شامل پاسخگویی شفاف به شبهات، انتشار گزارش‌های دقیق از دستاوردها و چالش‌ها، و تعامل واقعی با کاربران از طریق گفتگوهای زنده است که ضمن قطع چرخه الگوریتمی منفی، محتوای مثبت را در فید کاربران برجسته ساخته و الگوی محرومیت صعودی را خنثی می‌نماید.

۲. سواد رسانه:

سواد رسانه‌ای، که به معنای استفاده آگاهانه از چشم‌اندازها برای تفسیر معنا و محتوای پیام‌های رسانه‌ای و توانایی بررسی، تحلیل و ارزیابی آن‌هاست (زنده‌بودی، ۱۳۹۲: ۱۷۱)، باید به عنوان یک برنامه ملی و فراگیر برای کاهش ریشه‌های مقایسه‌ای محرومیت (گر، ۱۳۷۷: ۱۶۴) اجرا شود. این راهکار مستقیماً فرایند مقایسه با گروه‌های مرجع را هدف قرار می‌دهد؛ سازوکاری که کاربران را به مقایسه با سلبریتی‌ها، اینفلوئنسرهای یا محتوای نوستالژیک وامی‌دارد و با افزایش مابه‌التفاوت منفی، الگوی محرومیت ناشی از بلندپروازی را تشدید می‌کند. آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس، دانشگاه‌ها و مساجد، کاربران به ویژه جوانان را برای تشخیص تصاویر ویرایش‌شده، پست‌های ساختگی، محتوای گزینشی و الگوریتم‌های تقویت‌کننده اکوچمبرها تجهیز می‌کند. این آموزش‌ها با توانمندسازی کاربران در نقد محتوای کاذب و درک زمینه‌های واقعی مقایسه‌ها، از پذیرش روایت‌های اغراق‌آمیز جلوگیری کرده، شدت محرومیت نسبی را کاهش داده و ادراک توانمندی‌های ارزشی را تقویت می‌کند. در نتیجه، با قطع چرخه خودتقویت‌شونده مقایسه‌های سرایتی و الگوریتمی، الگوی محرومیت صعودی مهار شده و از تبدیل نارضایتی فردی به جمعی جلوگیری می‌شود. برگزاری کارگاه‌های عملی و کمپین‌های عمومی نیز به تبدیل سواد رسانه‌ای به مهارتی روزمره کمک می‌کند تا کاربران بتوانند تفاوت میان واقعیت و محتوای ویرایش‌شده را تشخیص داده و در برابر تأثیرات منفی شبکه‌های اجتماعی مصونیت پیدا کنند.

۳. افزایش شفافیت و ارتباطات دولتی با تأکید بر اولویت روایت رسمی نظام

برای مقابله با مکانیسم عدم تعادل ارزشی و چرخه الگوریتمیک تکرار محتوای منفی در اینستاگرام که شکاف ادراکی را تشدید می‌کند، شفافیت و ارتباطات فعال دولتی ضروری است، اما نکته کلیدی تقدم روایت‌سازی نظام است. اگر روایت اول توسط منابع غیررسمی یا مخالفان شکل بگیرد، محتوای منفی در فضا غالب شده و ادراک کارآمدی به شدت آسیب می‌بیند. بنابراین، حضور پیش‌دستانه نظام با انتشار اطلاعات دقیق، شفاف و به‌موقع (از طریق حساب‌های رسمی، گزارش‌های منظم،

لایوهای پاسخگویی و محتوای چندرسانه‌ای جذاب) می‌تواند چرخه الگوریتمی منفی را قطع کرده و محتوای مثبت را در فید کاربران برجسته سازد. این رویکرد با خنثی‌سازی الگوی محرومیت صعودی، بر پایه ریشه‌های اجتماعی محرومیت (گر، ۱۳۷۷: ۱۵۱-۱۶۸)، چرخه نارضایتی را قطع کرده و از تبدیل ادراک منفی به بحران‌های اجتماعی جلوگیری می‌کند. شفافیت زمانی مؤثر است که مردم احساس کنند ساختار قدرت پاسخگو و کارآمد است و توانمندی‌های ارزشی واقعی وجود دارد.

نتیجه‌گیری:

پژوهش حاضر نشان می‌دهد که این سکوی مجازی، به مثابه یک رسانه بصری مبتنی بر سازوکارهای الگوریتمی، از طریق چهار مسیر اصلی شامل مواجهه با سبک‌های نوین زندگی، بازتولید ایدئولوژی‌های ارزشی جدید، مقایسه مستمر با دستاوردهای گروه‌های مرجع و تشدید وضعیت عدم تعادل ارزشی، به افزایش تدریجی و اغلب غیرواقع‌بینانه انتظارات ارزشی کاربران می‌انجامد و هم‌زمان، ادراک آن‌ها از توان تحقق این انتظارات را تضعیف می‌کند. این فرایند، در چارچوب نظری تد رابرت گر، به تعمیق شکاف ادراکی میان انتظارات ارزشی و توانمندی‌های ارزشی منجر شده و زمینه فعال شدن الگوهای مختلف محرومیت نسبی، اعم از محرومیت ناشی از بلندپروازی، نزولی و صعودی را فراهم می‌سازد. یافته‌ها نشان می‌دهد که در نتیجه این فرایندها، دستاوردهای کلان نظام جمهوری اسلامی در حوزه‌هایی همچون زیرساخت، آموزش، بهداشت، امنیت و پیشرفت‌های علمی، در ذهن بخشی از کاربران به سطح نیازهای بدیهی تقلیل می‌یابد، روایت رسمی پیشرفت تضعیف می‌شود و چرخه‌ای از ادراک منفی، تحت تأثیر منطق الگوریتمی اینستاگرام، به‌طور مداوم بازتولید می‌گردد؛ چرخه‌ای که در نهایت به بحران درک کارآمدی نظام سیاسی می‌انجامد.

این بحران ادراکی فراتر از کاهش اعتماد، مشروعیت نظام را تضعیف و زمینه نارضایتی اجتماعی را فراهم می‌کند. در این شرایط، حتی با وجود رفاه عینی، محتوای مقایسه‌ای اینستاگرام می‌تواند نظام را ناکارآمد جلوه دهد. به این ترتیب، محرومیت نسبی مستقل از فقر مطلق، به عاملی در تضعیف ثبات تبدیل می‌شود و رسانه‌های اجتماعی به بازنمایی منفی و تضعیف کارآمدی ادراکی دامن می‌زنند.

برای مقابله با این چالش، اجرای راهکارهایی مانند جهاد تبیین، ارتقای سواد رسانه‌ای، تنظیم هوشمند محتوا و حضور فعال در فضای مجازی ضروری است. این راهبردها می‌توانند شکاف ادراکی را کاهش داده و از تبدیل نارضایتی ذهنی به بحران اجتماعی جلوگیری کنند. پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی با روش‌های کمی و کیفی، این روابط را دقیق‌تر بررسی کنند. در مجموع، مدیریت هوشمند فضای مجازی به الزامی راهبردی برای حفظ مشروعیت و کارآمدی ادراکی

فهرست منابع:

- آقا بخشی، علی (۱۳۷۹)، فرهنگ علوم سیاسی، تهران: انتشارات چاپار.
- ابراهیم پور، هانا و قربانعلی سبکتکین ریزی (۱۴۰۴)، «رسانه‌های اجتماعی و بازنمایی بیماری‌انگاری سالخوردگی و ایده‌آل‌های زیبایی در زنان»، پژوهش‌نامه زنان، دوره ۱۶، شماره ۵۱، صص. ۳۷-۱.
- الموتی، مصطفی (۱۳۶۸)، ایران در عصر پهلوی، جلد ۲، لندن: انتشارات پگاه.
- ترک‌زاده، جعفر و محبوبه پاکباز (۱۴۰۳)، «جهاد تبیین: مفهوم‌پردازی مبتنی بر بیانات آیت‌الله خامنه‌ای (مدظله‌العالی)»، فصلنامه علمی پژوهش‌های انقلاب اسلامی، دوره ۱۳، شماره ۱، صص. ۸۶-۶۱.
- جواهری، فاطمه، افشین خمائد و سید حسین سراج‌زاده (۱۴۰۳)، «مصرف نمایشی و محرومیت نسبی در بین کاربران اینستاگرام»، جامعه، فرهنگ و رسانه، شماره ۵۰، صص. ۷۴-۴۵.
- حمزه، فرهاد، محمود نجفی مجتهدی و محمد اخباری (۱۴۰۲)، «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مطالبات سیاسی کاربران (مطالعه مقایسه شبکه تلگرام و اینستاگرام)»، آمایش سیاسی فضا، دوره ۶، شماره ۱، صص. ۱۳۴-۱۲۰.
- حسینی، محمدرضا، فاطمه محمدزاده و حمیده محمدزاده (۱۴۰۴)، «نسل جدید و فرایندهای هویت‌یابی (با تأکید بر هویت‌یابی از طریق رسانه‌های اجتماعی)»، مطالعات رسانه‌های نوین، دوره ۱۱، شماره ۴۲، صص. ۱۳۳-۱۷۷.
- رضایی، م. (۱۳۸۶)، «بررسی تأثیرات فرهنگی شبکه‌های اجتماعی»، در م. رضایی (ویراستار)، مجموعه مقالات همایش ملی فرهنگ و رسانه، صص. ۱۲۰-۱۳۵، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- زنده‌بودی، خیری و فاطمه زنده‌بودی (۱۳۹۲)، «مطالعه نقش سواد رسانه‌ای دانشجویان در میزان تأثیرپذیری آنها از تبلیغات تجاری»، مطالعات رسانه‌ای، شماره ۲۰، صص. ۱۶۹-۱۸۲.
- سام‌دلیری، کاظم (۱۳۸۳)، «سنجش محرومیت نسبی در نظریه تدرابرت‌گر»، فصلنامه مطالعات راهبردی، دوره ۶، شماره ۲۲، صص. ۸۱۳-۸۲۹.
- سلطانی‌فر، محمد، عطاالله گرانمایه‌پور و شقایق هاشمی (۱۳۹۹)، «مطالعه موردی بین آموزش و مشارکت اجتماعی افراد با استفاده از صفحات اینستاگرام سلب‌ریتی‌ها در بحران کرونا»، فصلنامه روان‌شناسی تربیتی، دوره ۱۶، شماره ۵۵، صص. ۹۴-۶۹.
- صنّعی منفرد، محمدعلی (۱۳۸۰)، تثبیت و کارآمدی نظام سیاسی جمهوری اسلامی ایران، تهران: دانشگاه الزهرا.
- عجم اوغلو، دارون (۱۴۰۳)، چرا ملت‌ها شکست می‌خورند، ترجمه محسن میردامادی، تهران: روزنه.
- گر، تد رابرت (۱۳۷۷)، چرا انسان‌ها شورش می‌کنند؟، ترجمه علی مرشدی زاد، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- گودرزی، فرشاد (۱۴۰۴)، «سلب‌ریتیزه‌شدن جامعه ایرانی و گرایش به ارزش‌های نئولیبرال در بستر اینستاگرام»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۱۸، شماره ۳، صص. ۱۷۸-۱۳۱.
- گافمن، اروینگ (۱۳۹۸)، نمود خود در زندگی روزمره، ترجمه مسعود کیانپور، تهران: نشر مرکز.

- فولادیان، مجید و امین مجیدی فرد (۱۴۰۴)، «جایگزین‌سازی در اینستاگرام ایرانی: سازوکار اثرگذاری گروه‌های مرجع اینستاگرام در میان جوانان ایرانی»، فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ - ارتباطات، دوره ۲۶، شماره ۷۱، صص. ۹-۴۱.
- کاتوزیان، محمدعلی (۱۳۷۲)، اقتصاد سیاسی ایران از مشروطیت تا پایان سلسله پهلوی، ترجمه محمدرضا نفیسی و کامبیز عزیزی، تهران: انتشارات مرکز.
- کریمی، بهزاد، علی دلاور و علی اکبر فرهنگی (۱۴۰۰)، «اینستاگرام: تجربه جدید دیدن و دیده شدن و پیامدهای آن»، رسانه، دوره ۳۲، شماره ۱، صص. ۲۹-۵۱.
- کریمی، ی. (۱۳۹۹)، «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر احساس محرومیت نسبی»، مجله علوم اجتماعی، دوره ۱۵، شماره ۲، صص. ۴۵-۶۰.
- لبافی، سمیه و فائزه زمانی (۱۴۰۴)، «ارائه چارچوب تعدیلگری برای اخبار جعلی در پلتفرم‌ها (مورد مطالعه: تعدیلگری اخبار جعلی در پلتفرم‌های شبکه اجتماعی ایکس و اینستاگرام)»، مدیریت بازرگانی، دوره ۱۷، شماره ۳، صص. ۹۱۸-۹۴۶.
- محمدی، م. (۱۳۹۹)، «اینستاگرام و تغییر الگوهای مصرف در جوانان»، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، دوره ۶، شماره ۲۲، صص. ۱۴۵-۱۷۲.
- موسوی، سید محمد، مهدی مالمیر و مصطفی رحمانی (۱۳۹۹)، «بررسی رابطه احساس محرومیت نسبی و گرایش به بزهکاری (مورد مطالعه: جوانان ۱۸ تا ۲۹ ساله شهر یاسوج)»، نشریه پژوهش‌های انتظامی - اجتماعی زنان و خانواده، دوره ۸، شماره ۲، صص. ۲۳-۴۶.
- نجفی مجتهدی، محمود، فرهاد حمزه و محمد اخباری (۱۴۰۲)، «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مطالبات سیاسی کاربران (مطالعه مقایسه شبکه تلگرام و اینستاگرام)»، آمایش سیاسی فضا، دوره ۶، شماره ۱، صص. ۱۲۰-۱۳۴.
- نوری‌راد، فاطمه (۱۴۰۱)، «نقش بلاگرهای اینستاگرامی در شکل‌گیری استانداردهای کاذب رفاه و محرومیت نسبی»، فصلنامه علوم اجتماعی، دوره ۲۹، شماره ۹۶، صص. ۱۹۷-۲۲۸.
- نیک‌بی، ایرج (۱۳۹۸)، «تأثیر دوگانه اینستاگرام بر سرمایه اجتماعی کاربران»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۱۲، شماره ۴، صص. ۱۴۷-۱۷۲.
- هاشمی منفرد، آزاده و علی ربیعی (۱۳۹۶)، «مطالعه موردی شیوه نمایش خود در کاربران صفحه اجتماعی اینستاگرام»، فصلنامه علوم اجتماعی، دوره ۲۴، شماره ۷۸، صص. ۱۵۷-۱۹۴.
- ویلن، تورستین (۱۴۰۳)، نظریه طبقه تن‌آسا، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی.

Akçay, Erol and Ryotaro Ohashi (۲۰۲۴), "The floating duck syndrome: biased social learning leads to effort-reward imbalances", Evolutionary Human Sciences, Vol. ۶, e۲۲.

Esping-Andersen, Gøsta (۱۹۹۰), The Three Worlds of Welfare Capitalism, Princeton: Princeton University Press.

Gurr, Ted Robert (۱۹۷۱), Why Men Rebel, Princeton: Princeton University Press.

Hassan, Mahmoud, Fatima Mohammadi and Leila Karimi (۲۰۲۵), "Digital Identity Formation Among Iranian Youth: The Role of Social Media in Reshaping Value Perceptions", *New Media & Society*, Vol. ۲۷, No. ۱, pp. ۱۱۲-۱۳۵.

Inglehart, Ronald and Christian Welzel (۲۰۰۵), *Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence*, Cambridge: Cambridge University Press.

Ladin, Keren, Norman Daniels and Ichiro Kawachi (۲۰۱۰), "Exploring the Relationship between Absolute and Relative Position and Late-Life Depression: Evidence from ۱۰ European Countries", *The Gerontologist*, Vol. ۵۰, No. ۱, pp. ۴۸-۵۹.