

The role of Instagram in the identity formation and lifestyle of male high school students: A case study of Parand city

Noureddin Razavizadeh , Assistant Professor, Department of Communication, Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabatabaee University, Tehran, Iran. (Corresponding Author), Email: n.razavizadeh@ut.ac.ir.

Hanieh Iranmanesh , Master of Cultural and Media Studies, Allameh Tabatabaee University, Tehran, Iran. Email: manesh.hanieh@yahoo.com.

Abbas Noori , Master of Cultural and Media Studies, Allameh Tabatabaee University, Tehran, Iran. Email: abbas_noori@rocketmail.com.

Extended Abstract

Introduction: This study investigates the role of Instagram in shaping the identity and lifestyle of high school male students in Parand City. With the widespread use of social media-particularly Instagram-among adolescents, and its significant impact on various aspects of users' lives, this research aims to analyze the processes of identity formation and behavioral change influenced by Instagram. Parand City, as one of Tehran's satellite cities with a youthful and culturally diverse population, provides a suitable context for examining the effects of this platform.

Methods: This qualitative research employed semi-structured interviews to collect data from 15 high school male students in Parand City, selected through purposive sampling. The data were analyzed using thematic analysis, which involved coding the responses, identifying key themes and subthemes, and exploring the relationships among these themes.

Findings: The findings revealed that Instagram has extensive and multidimensional impacts on adolescents' identity and lifestyle, categorized into four main themes:

Personal Growth: Instagram serves as a tool for learning and personal development. Subthemes in this category include individual manners, knowledge enhancement, skill acquisition, and socialization. Adolescents used the platform to learn social behaviors, explore new fields, and gain a deeper understanding of themselves.

Self-Satisfaction: Subthemes in this category include self-expression and pleasure-seeking. Adolescents used Instagram to showcase their talents and interests, finding satisfaction and increased self-confidence through positive feedback from other users.

Identity Crisis: This theme highlights Instagram's negative impacts, such as dependency, alienation from reality, and neglect of real-life activities. Adolescents who spent excessive time on the platform often experienced reduced real-world interactions and increased reliance on virtual environments.

Identity Formation: This theme explores Instagram's role in modeling, lifestyle development, and relational identity. Adolescents observed the behaviors and life-

styles of influencers and attempted to construct new identities aligned with these modern standards.

Conclusion: The study demonstrates that Instagram exerts a dual influence on adolescents' lives. On one hand, it functions as a platform for learning, personal growth, and confidence building; on the other hand, it may lead to virtual dependency and identity crises. The findings highlight the importance of raising awareness among adolescents and ensuring parental and educational oversight. This research also offers insights for policymakers in designing educational and cultural programs related to social media use.

Keywords: Instagram, identity formation, lifestyle, adolescents, social media, identity crisis, personal growth, self-expression.



نقش اینستاگرام در هویت‌سازی و سبک زندگی: مطالعه موردی دانش‌آموزان پسر دبیرستانی شهر پرنده

سید نورالدین رضوی‌زاده^۱، هانیه ایرانمنش^۲، عباس نوری^۳

چکیده

این پژوهش به واکاوی ژرف کنش‌های هویت‌ساز و بازتولید هویت در بستر کنشگری نوجوانان در پلتفرم اینستاگرام پرداخته است. قلمرو این پژوهش زیست‌جهان دانش‌آموزان پسر دبیرستانی شهر پرنده است. داده‌های پژوهش با رویکرد کیفی و از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته با ۱۵ کنشگر نوجوان و تحلیل مضمونی گردآوری و تحلیل شده است. یافته‌های پژوهش آشکار می‌سازد که اینستاگرام به مثابه یک کنشگر واسطه و میانجی در فرایندهای هویت‌سازی، نقشی چندوجهی و دیالکتیکی ایفا می‌کند. این پلتفرم رسانه‌ای، بستری برای بازتعریف مداوم هویت، کنش‌های خودبازنمایی و خودابرازی هویتی نوجوانان محسوب می‌شود. نوجوانان از این رسانه برای توسعه سرمایه‌های فرهنگی/اجتماعی، ارتقای مهارت‌های فردی و بازتولید مستمر هویت اجتماعی استفاده می‌کنند. فرایندهای خودابرازی و الگوپذیری در این فضا، امکان نمایش خلاقانه خویشتن و کسب اعتبار اجتماعی را میسر می‌سازد. با این حال، مطالعه حاضر آسیب‌های بالقوه مصرف مفرط اینستاگرام را نیز آشکار می‌سازد. وابستگی به فضای مجازی می‌تواند منجر به گسست از زیست‌جهان واقعی، بحران هویتی و انزوای اجتماعی شود. نوجوانان در این فرایند با خطر از دست دادن مرزهای هویتی و گرفتار شدن در چرخه بازنمایی‌های کاذب مواجه می‌شوند. پژوهش حاضر بر ماهیت چندلایه و متناقض اینستاگرام در فرایندهای هویت‌سازی تأکید می‌ورزد. این پلتفرم هم‌زمان حامل ظرفیت‌های توانمندسازی و آسیب‌های بالقوه است که نیازمند مداخلات تربیتی/آموزشی هوشمندانه از سوی نهادهای خانوادگی و آموزشی می‌باشد. نتایج این پژوهش ضرورت رویکردی میان‌رشته‌ای برای درک پیچیدگی‌های هویت‌ساز در عصر رسانه‌های دیجیتال را آشکار می‌سازد و لزوم بازاندیشی مستمر در راهبردهای تربیتی متناسب با تحولات فناورانه را اشاره می‌کند.

واژگان کلیدی

اینستاگرام، شبکه‌های اجتماعی، هویت‌یابی، سبک زندگی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۰۳

۱. عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
۲. کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
۳. کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

n.ravazizadeh@ut.ac.ir
iranmanesh.hanieh@yahoo.com
abba_noori@rocketmail.com

مقدمه

در عصر معاصر که به عصر دیجیتال شهرت یافته است، پلتفرم‌های تعاملی و شبکه‌های اجتماعی به عنوان کاتالیزور و ابزار اصلی در فرایند ارتباطات میان فردی و تولید محتوای دیجیتال و رسانه‌ای نقش محوری ایفا می‌کنند. اینستاگرام، به عنوان یک اکوسیستم دیجیتال و شبکه اجتماعی پیشرو، تأثیرات پارادایمی و عمیقی بر ساختارهای فرهنگی و الگوهای رفتاری و فرایند خودپنداره یا هویت کاربران، به خصوص در میان جمعیت جوانان و نوجوانان، داشته است.

بر اساس مطالعات اخیر، میزان استفاده از این پلتفرم در میان نوجوانان ۱۳ تا ۱۷ سال به طور متوسط ۳/۸ ساعت در روز گزارش شده است (Davidson & Roberts, 2024). مطالعات تجربی نشان می‌دهد که گروه سنی نوجوان، به دلیل قرار گرفتن در مرحله تکوین هویت و هویت‌یابی و کریستالیزاسیون و ساختاردهی به نظام ارزشی و باورهای فردی، حساسیت بیشتری نسبت به محرک‌های رسانه‌ای و به ویژه پلتفرم‌های تعاملی و شبکه‌های اجتماعی دارند (Boyd & Ellison, 2023). این حساسیت در قالب مکانیسم‌های روان‌شناختی متعددی از جمله همانندسازی اجتماعی، الگوبرداری، خودتنظیمی رفتاری و مدیریت رفتار و فرایند مقایسه اجتماعی و خودسنجی نمود پیدا می‌کند (Wilson et al., 2024).

مکانیسم خودبازنمایی و نمایش خود در پلتفرم اینستاگرام به عنوان یک متغیر کلیدی در فرایند هویت‌سازی نوجوانان مطرح می‌شود (Anderson & Smith, 2024). تحقیقات نشان می‌دهد که فرایند خودبازنمایی دیجیتال و نمایش خود آنلاین می‌تواند منجر به شکل‌گیری «خود ایده‌آل‌سازی شده» یا «هویت دیجیتال بهینه‌سازی شده» شود که در آن نوجوانان تصویری آرمانی و گاه غیرواقعی از خود ارائه می‌دهند (Chang & Kim, 2024). بازنمایی‌های مستمر و مداوم از خود، در قالب محتوای بصری و روایت‌های روزمره و مطالبی که کاربران نوجوان در این پلتفرم منتشر می‌کنند، نه تنها به عنوان مکانیسم خودابرازی عمل می‌کند، بلکه در طول زمان به بخشی از هویت دیجیتالی آن‌ها تبدیل می‌شود (Zhang et al., 2024). این فرایند می‌تواند منجر به پدیده «دوگانگی هویتی» یا «شکاف خود واقعی/مجازی» شود که در آن تفاوت معناداری بین هویت واقعی و آنلاین فرد، شکل می‌گیرد (Martinez & Garcia, 2024).

مطالعات اخیر در حوزه روان‌شناسی رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که استفاده مداوم از اینستاگرام می‌تواند منجر به شکل‌گیری «سندروم مقایسه اجتماعی دیجیتال»

شود که در آن نوجوانان به‌طور مستمر خود را با تصاویر ایده‌آل‌سازی شده دیگران مقایسه می‌کنند (Thompson & Lee, 2024). این پدیده می‌تواند تأثیراتی منفی بر عزت‌نفس، تصویر بدنی و سلامت روان نوجوانان داشته باشد.

این پژوهش با رویکرد کیفی و با استفاده از رویکردی پدیدارشناسانه و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، به بررسی نقش اینستاگرام در فرایند هویت‌یابی دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه دوم شهر پرند می‌پردازد. اهمیت این مطالعه از آن جهت است که فرایند تکوین هویت و هویت‌یابی نوجوانان یک پدیده چندوجهی و پیچیده است که تحت تأثیر متغیرهای متعددی قرار دارد. این پژوهش با هدف شناسایی و تحلیل مکانیسم‌های تأثیرگذاری اینستاگرام بر هویت نوجوانان، می‌تواند به توسعه مدل‌های نظری جدید در حوزه جامعه‌شناسی دیجیتال و روان‌شناسی رسانه‌های اجتماعی کمک کند. همچنین، یافته‌های این پژوهش می‌تواند در طراحی برنامه‌های آموزشی سواد رسانه‌ای و توسعه راهکارهای مداخله‌ای برای کاهش آسیب‌های احتمالی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد.

پیشینه پژوهش

مطالعات داخلی

احمدش و بهامی (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان «تحلیل جامعه‌شناختی اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی مجازی در برساخت هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه فرهنگیان» نشان دادند با توجه به تغییرات ارزشی ایجادشده در بعد هویت اجتماعی می‌توان گفت که در نتیجه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، تغییرات ارزشی و هنجاری گسترده‌ای در زیست جهان افراد مورد مطالعه و مسائل مختلف مرتبط با هویت اجتماعی از قبیل: روابط خانوادگی، سبک زندگی، باورهای اخلاقی، اهداف شخصی، ازدواج و سنت‌های مرتبط با آن صورت گرفته است.

قاسمی شال و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی با عنوان «تأثیر استفاده از فضای مجازی بر شکل‌گیری سبک زندگی مدرن (مطالعه موردی: دانش‌آموزان دختر دبیرستانی در شهرستان شهریار)» نشان دادند که استفاده از اینستاگرام و تلگرام باعث تقویت گرایش به سبک زندگی مدرن، از جمله مصرف‌گرایی، الگوپذیری از زندگی سلبریتی‌ها و تغییر در الگوهای پوشش و آرایش شده است. پژوهشگران همچنین به این نتیجه رسیدند که استفاده مداوم از فضای مجازی می‌تواند منجر به تغییر در ارزش‌های سنتی

و بومی شود و نوجوانان را به سمت هویت‌های ترکیبی سوق دهد. نوری راد و خانیکی در پژوهش خود با عنوان «مطالعه رابطه نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک‌های هویتی نوجوانان» رابطه بین نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک‌های هویتی را در نوجوانان ۱۲ تا ۱۸ ساله با روش پیمایش آنلاین بررسی کردند. نتایج پژوهش نشان داد که بین هویت سردرگم و متعهد و نگرش به رسانه‌های اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد و فرض وجود رابطه بین سبک هویتی اطلاعاتی و هنجاری با نگرش به رسانه‌های اجتماعی رد شده است.

عبدالله‌زاده (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه استفاده از اینترنت و وابستگی به شبکه‌های اجتماعی با هویت ملی دانش‌آموزان (نمونه موردی: دانش‌آموزان پسر دبستان ستارزاده شهرستان گرگان)» ۱۴۸ نفر از دانش‌آموزان را با استفاده از پرسشنامه موردبررسی قرار داد. نتایج نشان داد که بین استفاده از اینترنت و وابستگی به شبکه‌های اجتماعی با هویت ملی دانش‌آموزان رابطه معناداری وجود دارد.

اسمعیلی و رادفر (۱۴۰۱) در پژوهش خود با عنوان «نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌دهی هویت فرهنگی جوانان» به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر شکل‌گیری هویت فرهنگی کاربران پرداختند. نتایج نشان داد که تعاملات میان فرهنگی از طریق شبکه‌های اجتماعی، مانند اینستاگرام و فیس‌بوک، منجر به شکل‌گیری هویت‌های ترکیبی و جهانی در میان کاربران شده است. به‌ویژه جوانان به الگوهای فرهنگی جهانی علاقه نشان داده و از سبک زندگی و رفتارهای فرهنگی دیگران تأثیر می‌پذیرند. پژوهشگران همچنین به نقش شبکه‌های اجتماعی در بازتعریف ارزش‌ها و ایجاد تنوع فرهنگی در میان کاربران اشاره کرده‌اند.

در پژوهشی دیگر منوچهر صابر و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «نقش شبکه‌های اجتماعی در گرایش به هویت مدرن (مطالعه موردی: جوانان تهران)» با استفاده از پرسش‌نامه و روش تحلیل کمی، تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر گرایش جوانان به هویت مدرن را مورد مطالعه قرار دادند. یافته‌ها نشان داد که شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه اینستاگرام، به دلیل ماهیت دیداری خود، فضایی برای نمایش هویت‌های مدرن فراهم کرده‌اند. کاربران از طریق به اشتراک گذاشتن محتوایی که بازتاب‌دهنده سبک زندگی لوکس و تجملاتی است، تلاش می‌کنند تصویری مدرن و امروزی از خود ارائه دهند. این فضا همچنین باعث کاهش تمایلات به ارزش‌های سنتی و افزایش فردگرایی در میان جوانان شده است.

فرامرزیانی و جعفری در پژوهشی با عنوان «نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر هویت شخصی مدرن در میان جوانان شهر اردبیل» انجام دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی و مؤلفه‌های هویت شخصی مدرن (توسعه فردی، توسعه نظام ارتباطات بین فردی، توسعه انتخاب‌ها و تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فرد، تغییر در پیوندها، دلبستگی‌های فردی و حوزه خصوصی زندگی و دسترسی فوری یا فرهنگ فوری) همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد. بیشترین همبستگی مربوط به توسعه فردی و کمترین همبستگی نیز مربوط به توسعه ارتباطات بین فردی است. نتایج پژوهش نشان داد که گسترش استفاده از شبکه‌های مبتنی بر تلفن همراه به فردیت و فردی شدن می‌انجامد (فرامرزیانی و جعفری، ۱۳۹۹).

مطالعات خارجی

دانا بوید (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «این پیچیده است: زندگی اجتماعی نوجوانان در شبکه‌های اجتماعی» به بررسی نحوه استفاده نوجوانان از شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر شکل‌گیری هویت پرداخت. بوید به این نتیجه رسید که نوجوانان از شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزارهایی برای ارتباط با دوستان، تعامل و بازنمایی هویت خود استفاده می‌کنند. او بیان می‌کند که رسانه‌هایی همچون اینستاگرام، بستر مناسبی برای آزمایش هویت و بازنمایی‌های مختلف شخصی هستند و نوجوانان از این فضا برای هویت‌یابی و تعامل با دیگران بهره می‌برند.

مطالعه مارویک و بوید (۲۰۱۱) تحت عنوان «دیدن و دیده شدن: شیوه‌های سلبریتی‌ها در توییتر»، به بررسی فرهنگ شهرت و اینفلوئنسرها در شبکه‌های اجتماعی پرداختند. آن‌ها نشان دادند که کاربران شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام و توییتر، از این فضاها برای خودنمایی و جلب توجه استفاده می‌کنند که به نوبه خود منجر به تقویت هویت اجتماعی و فردی آنان می‌شود.

مطالعه کرسستین داکس و همکاران (۲۰۱۵) با عنوان «تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر ساخت هویت» نشان داد که نوجوانان از شبکه‌های اجتماعی برای ساخت هویت‌های جدید و تعامل با دیگران استفاده می‌کنند و این فضا به آن‌ها امکان می‌دهد تا با افرادی با زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی مختلف ارتباط برقرار کنند.

مطالعه نادیا خمیس و همکاران (۲۰۱۷) با عنوان «برندسازی شخصی، میکروسلبیتی» و ظهور اینفلوئنسرهای رسانه‌های اجتماعی»، نشان دادند که

اینفلوئنسرها، سبک زندگی و هویت‌های خاصی را برای نوجوانان بازنمایی می‌کنند که باعث ایجاد الگوهای رفتاری جدیدی در میان آنان می‌شود.

مطالعه کریستوفر کارتر (۲۰۲۰) با عنوان «رسانه‌های اجتماعی، هویت و ساخت خود در دوره نوجوانی»، نشان داد که نوجوانان از اینستاگرام برای بازنمایی هویت‌های شخصی و تعامل با گروه‌های مختلف اجتماعی استفاده می‌کنند. این پژوهش نشان داد که فرایند هویت‌یابی دیجیتال به شدت تحت تأثیر تعاملات مجازی قرار دارد.

پژوهش حاضر با تکیه بر این پیشینه و استفاده از روش مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته، تلاش می‌کند تا به‌صورت ویژه تأثیر اینستاگرام بر هویت و سبک زندگی دانش‌آموزان پسر مقطع دبیرستان شهر پرند را بررسی کند. به این ترتیب، این پژوهش در راستای بسط و تکمیل مطالعات پیشین، به درک عمیق‌تری از چگونگی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر نسل نوجوان در ایران (و یکی از شهرک‌های اقماری پایتخت) می‌پردازد و زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی خاص منطقه مورد مطالعه را نیز مدنظر قرار می‌دهد.

مرور ادبیان نظری تحقیق

در بررسی نقش اینستاگرام در شکل‌گیری هویت و سبک زندگی نوجوانان، می‌توان به نظریات مختلفی در حوزه‌های جامعه‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی و مطالعات رسانه اشاره کرد. این نظریه‌ها هرکدام از زوایای متفاوتی به بازنمایی هویت و اثرات رسانه‌های اجتماعی بر کاربران می‌پردازند. برای بسط مبنای نظری این پژوهش، به برخی از مهم‌ترین نظریه‌ها که به‌طور مستقیم به تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت و سبک زندگی مربوط می‌شوند، می‌پردازیم.

نظریه هویت‌یابی اریکسون

اریک اریکسون، روان‌شناس برجسته، یکی از اثرگذارترین نظریه‌پردازان در زمینه هویت‌یابی است. نظریه او با عنوان نظریه رشد روانی-اجتماعی شناخته می‌شود که در آن هویت به‌عنوان یکی از مراحل مهم در فرایند رشد انسان مورد تأکید قرار می‌گیرد. اریکسون معتقد است که هویت‌یابی، به‌ویژه در دوره نوجوانی، یک مسئله اساسی است که افراد در تلاش برای پاسخ‌گویی به سؤال «من کیستم؟» با آن مواجه می‌شوند (Erikson, 1968).

اریکسون هویت‌یابی را فرایندی پویا می‌داند که در آن افراد تلاش می‌کنند تا درکی منسجم از خود به‌دست آورند و نقشی معنا دار در جامعه ایفا کنند. این فرایند با مرحله بحران هویت در نوجوانی آغاز می‌شود. در این مرحله، فرد باید بین دو قطب روانی

یعنی انسجام هویت و سردرگمی نقش تعادل برقرار کند (Marcia, 1980). اگر این تعادل به درستی شکل بگیرد، فرد به هویتی منسجم و پایدار دست خواهد یافت که به او امکان می‌دهد تا تصمیمات معناداری درباره زندگی خود بگیرد.

هویت‌یابی و رسانه‌های اجتماعی؛ در عصر دیجیتال، فرایند هویت‌یابی نوجوانان تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی قرار گرفته است. اینستاگرام، به عنوان یکی از برجسته‌ترین پلتفرم‌های اجتماعی، به نوجوانان امکان می‌دهد تا جنبه‌های مختلف هویت خود را از طریق محتوای دیداری بازنمایی کنند. طبق نظریه اریکسون، هویت‌یابی زمانی موفق است که فرد بتواند جنبه‌های مختلف خود را با موفقیت در تعاملات اجتماعی ادغام کند (Kroger, 2017). اما شبکه‌های اجتماعی، با تأکید بر بازنمایی‌های غیرواقعی و ایده‌آل‌سازی شده، می‌توانند فرایند هویت‌یابی را مختل کنند.

بحران هویت در نظریه اریکسون؛ یکی از مفاهیم کلیدی نظریه اریکسون، بحران هویت است. این بحران زمانی رخ می‌دهد که فرد نتواند جنبه‌های مختلف هویت خود را به طور منسجم شکل دهد. رسانه‌های اجتماعی، از جمله اینستاگرام، با تأکید بر تأیید اجتماعی و الگوبرداری از دیگران، ممکن است بحران هویت را در نوجوانان تشدید کنند (Schwartz et al., 2011). این پلتفرم‌ها با ایجاد فضایی برای مقایسه اجتماعی و فشار برای تطابق با استانداردهای غیرواقعی، می‌توانند مانع از دستیابی نوجوانان به هویتی پایدار شوند.

هویت‌یابی موفق در فضای دیجیتال؛ نظریه اریکسون تأکید می‌کند که تعاملات اجتماعی موفق و آگاهانه می‌تواند به نوجوانان کمک کند تا هویتی منسجم شکل دهند. در این راستا، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند فرصت‌هایی برای ارتباطات معنادار و بازنمایی خلاقانه فراهم کنند که به هویت‌یابی مثبت کمک می‌کند (Arnett, 2000). بنابراین، استفاده آگاهانه و هدفمند از اینستاگرام می‌تواند نقشی مثبت در تقویت هویت نوجوانان ایفا کند.

نظریه بازنمایی خوداروینگ گافمن

یکی از بنیادی‌ترین نظریات در زمینه هویت‌یابی در فضای اجتماعی، نظریه «بازنمایی خود» است که توسط اروینگ گافمن (۱۹۵۹) مطرح شده است. این نظریه بیان می‌کند که افراد در زندگی اجتماعی، مانند بازیگران در یک صحنه تئاتر عمل می‌کنند و بسته به موقعیت اجتماعی، تلاش می‌کنند هویت خاصی را بازنمایی کنند. این نظریه با فضای شبکه‌های اجتماعی بسیار مرتبط است چراکه کاربران در پلتفرم‌هایی مانند

اینستاگرام به‌طور مداوم خود را به دیگران نمایش می‌دهند و هویت آنالین خود را مدیریت می‌کنند. گافمن معتقد است که این بازنمایی، بسته به مخاطبان و محیط، متفاوت است. در اینستاگرام، نوجوانان با انتخاب تصاویر، ویدئوها و مطالبی که منتشر می‌کنند، به شکلی عمدی و آگاهانه، هویتی را که می‌خواهند برای دیگران بازنمایی کنند، ایجاد می‌کنند.

بازنمایی هویت در اینستاگرام به دلیل ماهیت دیداری و جذاب آن، به کاربران این امکان را می‌دهد که تصویر ایده‌آل خود را خلق کنند. تصاویر زیبا و لحظات خوشایند زندگی روزمره که در اینستاگرام به اشتراک گذاشته می‌شوند، بازتابی از هویت دیجیتالی فردی هستند که ممکن است با هویت واقعی او تفاوت داشته باشد. این فرایند به نوجوانان اجازه می‌دهد تا با ایجاد تصویری ایده‌آل از خود، هویتی جدید و مجازی برای خود بسازند که ممکن است با زندگی واقعی آنان همخوانی نداشته باشد (Leary & Kowalski, 1990).

نظریه تأثیرات فرهنگی

نظریه تأثیرات فرهنگی یکی از چارچوب‌های کلیدی در تحلیل نقش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر رفتارها، ارزش‌ها و هویت فرهنگی افراد است. این نظریه بر این ایده تأکید دارد که رسانه‌ها نه تنها بازتاب‌دهنده فرهنگ هستند، بلکه به‌طور فعال در شکل‌دهی و تغییر فرهنگ‌های اجتماعی، هویتی و فردی نیز نقش دارند (McQuail, 2010). در عصر دیجیتال، رسانه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام به‌عنوان پلتفرم‌های تعاملی دیداری، تأثیرات فرهنگی عمیقی بر کاربران خود به‌ویژه نوجوانان دارند. اثرات فرهنگی رسانه‌ها؛ رسانه‌ها به‌عنوان ابزارهای ارتباطی، نقش مهمی در انتقال و تغییر ارزش‌های فرهنگی ایفا می‌کنند. نظریه پردازانی مانند ریموند ویلیامز و استوارت هال بر این باورند که رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های دیجیتال، سازنده و توزیع‌کننده گفتمان‌های فرهنگی هستند (Williams, 1981; Hall, 1997). این گفتمان‌ها، الگوهای رفتاری، هنجارها و ارزش‌های جدیدی ایجاد می‌کنند که به شکل‌گیری هویت فرهنگی کاربران کمک می‌کند.

رسانه‌های اجتماعی و فرهنگ دیداری؛ شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه اینستاگرام، به دلیل ماهیت دیداری خود، بیش از سایر رسانه‌ها بر شکل‌دهی فرهنگ تأثیر می‌گذارند. تصاویر و ویدئوها که به‌طور گسترده در این پلتفرم به اشتراک گذاشته می‌شوند، فرهنگ دیداری جدیدی ایجاد می‌کنند که در آن کاربران نه تنها مصرف‌کننده

بلکه تولیدکننده محتوا هستند (Manovich, 2016). در این فرایند، فرهنگ‌های محلی و جهانی درهم‌تنیده می‌شوند و هویت‌های فرهنگی جدیدی پدید می‌آیند.

تأثیرات فرهنگی بر هویت؛ رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی، امکان تعامل فرهنگی بین‌المللی را فراهم کرده‌اند که منجر به تغییرات در هویت فرهنگی کاربران می‌شود. فرایند جهانی‌سازی فرهنگی که از طریق رسانه‌های اجتماعی تقویت شده است، هویت‌های ملی و محلی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و به شکل‌گیری هویت‌های ترکیبی منجر می‌شود (Giddens, 1991). به‌ویژه نوجوانان در این فضا، تحت تأثیر فرهنگ‌های جهانی قرار می‌گیرند و از سبک زندگی، الگوهای رفتاری و ارزش‌های دیگر فرهنگ‌ها الگوبرداری می‌کنند.

رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان بستر هژمونی فرهنگی؛ بر اساس نظریه هژمونی فرهنگی آنتونیو گرامشی، رسانه‌ها ابزارهایی هستند که ایدئولوژی‌های خاصی را ترویج می‌کنند و به‌تدریج هژمونی فرهنگی ایجاد می‌کنند (Gramsci, 1971). در اینستاگرام، کاربران از طریق دنبال کردن اینفلوئنسرها و افراد مشهور، در معرض ارزش‌ها و ایدئولوژی‌هایی قرار می‌گیرند که ممکن است با فرهنگ محلی یا ملی آن‌ها متفاوت باشد. این مسئله به تغییر هنجارهای اجتماعی و هویتی کاربران منجر می‌شود.

نظریه خودآگاهی دیجیتال

خودآگاهی دیجیتال به توانایی افراد برای شناخت و مدیریت حضور خود در فضای دیجیتال اطلاق می‌شود. این مفهوم شامل فهمی دقیق از نحوه ارائه خود، تأثیر رفتارهای دیجیتال بر دیگران، و آگاهی از اثرات متقابل فناوری‌های دیجیتال بر هویت فردی و اجتماعی است (Gardner & Davis, 2013). این نظریه، به‌ویژه در عصر رسانه‌های اجتماعی، اهمیت ویژه‌ای یافته است، زیرا کاربران در پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام، با ساخت و مدیریت هویت خود در فضای مجازی مواجه‌اند.

یکی از مفاهیم اصلی خودآگاهی دیجیتال «خودتنظیمی دیجیتال» است. خودتنظیمی دیجیتال به معنای مدیریت رفتارها، محتواها و تعاملات فرد در فضای مجازی است. کاربران با در نظر گرفتن تأثیرات بلندمدت پست‌ها و تعاملات خود، تلاش می‌کنند تا تصویری مثبت و حرفه‌ای ایجاد کنند. این ویژگی در میان نوجوانان، که به‌شدت تحت تأثیر بازخوردهای اجتماعی قرار دارند، از اهمیت خاصی برخوردار است (Livingstone, 2008).

مفهوم مهم دیگر، تأثیرات متقابل بین فضای مجازی و هویت واقعی است. فضای دیجیتال بستری برای آزمایش هویت‌های جدید است. کاربران می‌توانند از طریق

پروفایل‌های خود، جنبه‌های مختلفی از شخصیت خود را بازنمایی کنند. این فرایند، می‌تواند باعث تقویت خودآگاهی شود، اما در برخی موارد، تضادهایی میان هویت واقعی و دیجیتال ایجاد می‌کند که ممکن است به بحران هویت منجر شود (Turkle, 2017).

رسانه‌های اجتماعی و خودآگاهی دیجیتال

الف) تأثیر الگوریتم‌ها؛ الگوریتم‌های پلتفرم‌هایی همچون اینستاگرام، به شدت بر نحوه تعامل کاربران با محتوا و نحوه دیده شدن آن‌ها تأثیر می‌گذارند. کاربران باید آگاه باشند که این الگوریتم‌ها چگونه بر بازنمایی و درک هویت دیجیتال آن‌ها اثر می‌گذارند (Bucher, 2018).

ب) تأیید اجتماعی و فشارهای بیرونی؛ خودآگاهی دیجیتال مستلزم درک این موضوع است که لایک‌ها، کامنت‌ها و اشتراک‌گذاری‌ها چگونه می‌توانند بر هویت فردی و اعتماد به نفس کاربران تأثیر بگذارند. نوجوانان، که اغلب به دنبال تأیید اجتماعی هستند، ممکن است بیش از حد تحت تأثیر بازخوردهای فضای مجازی قرار گیرند (Perloff, 2014).

ج) مدیریت حریم خصوصی؛ بخشی از خودآگاهی دیجیتال به توانایی افراد در محافظت از اطلاعات شخصی خود مربوط می‌شود. نوجوانانی که آگاهی کافی در این زمینه ندارند، ممکن است اطلاعات حساسی را به اشتراک بگذارند که می‌تواند پیامدهای بلندمدت منفی داشته باشد (boyd, 2014).

پیامدهای خودآگاهی دیجیتال

الف) تقویت هویت شخصی؛ کاربران آگاه دیجیتال می‌توانند از رسانه‌های اجتماعی برای تقویت ویژگی‌های مثبت شخصیتی خود استفاده کنند. آن‌ها از ابزارهای موجود برای ارتقای مهارت‌ها، بیان علایق و ایجاد ارتباطات معنادار بهره می‌گیرند.

ب) خطر بحران هویت؛ در مقابل، نبود خودآگاهی دیجیتال می‌تواند به بحران هویت منجر شود. کاربران ممکن است احساس کنند که بازنمایی‌های آن‌ها در فضای مجازی با هویت واقعی‌شان هم‌خوانی ندارد، که این مسئله می‌تواند باعث احساس انزوا و اضطراب شود (Turkle, 2017).

ج) توانمندسازی دیجیتال؛ آگاهی دیجیتال به کاربران کمک می‌کند تا از فضای مجازی برای یادگیری، رشد و توانمندسازی خود استفاده کنند. این امر به‌ویژه در میان نوجوانان، که در حال شکل‌دهی به هویت خود هستند، اهمیت بیشتری دارد (Gardner & Davis, 2013).

روش پژوهش

این تحقیق از نوع کیفی است و از رویکرد پدیدارشناسی اجتماعی برای درک تجربه‌ها و معانی که دانش‌آموزان در استفاده از اینستاگرام در زندگی خود به‌دست می‌آورند، استفاده شده است. هدف این تحقیق، بررسی عمیق تجربه‌های دانش‌آموزان در رابطه با تأثیرات اینستاگرام بر هویت‌یابی و سبک زندگی آنان است. رویکرد کیفی به ما این امکان را می‌دهد که تجربه‌های پیچیده و چندلایه افراد را از زاویه‌ای جامع‌تر و در تعامل با زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و فردی آنان بررسی کنیم (Braun & Clarke, 2006).

جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق شامل دانش‌آموزان پسر مقطع دبیرستان شهر پرند است. پرند به‌عنوان شهری جدید و در حال توسعه، محیط اجتماعی خاصی را برای دانش‌آموزان فراهم می‌آورد که ممکن است الگوهای متفاوتی از تعامل با شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه اینستاگرام، در آن شکل بگیرد. دانش‌آموزان این مقطع به‌ویژه در دوره نوجوانی قرار دارند که اهمیت هویت‌یابی و تأثیرگذاری رسانه‌های جدید بر شکل‌گیری هویت در این دوره بسیار برجسته است. این شهر جدید به دلیل نزدیکی به پایتخت و طرح‌های مسکن مهر به سرعت توسعه یافته است و بخش عمده‌ای از جمعیت آن را نوجوانان و جوانان تشکیل می‌دهند.

شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه

روش نمونه‌گیری در این پژوهش هدفمند بوده و انتخاب نمونه‌ها به گونه‌ای انجام شده است که افرادی انتخاب شوند که به‌طور فعال از اینستاگرام استفاده می‌کنند و تجربه کافی در تعامل با این شبکه اجتماعی (حداقل دوسال) دارند. حجم نمونه‌ها بر اساس قاعده اشباع نظری تعیین شده است؛ بدین معنا که مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه یافت که دیگر اطلاعات جدیدی در مصاحبه‌های بعدی به دست نیامد و به اشباع داده‌ها رسیدیم. در نهایت، با ۱۵ نفر از دانش‌آموزان پسر دبیرستانی شهر پرند مصاحبه انجام شد.

ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این تحقیق مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته بوده است. مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته این امکان را فراهم می‌آورد که پژوهشگر بتواند با توجه به پاسخ‌های مشارکت‌کنندگان، پرسش‌های جدیدی مطرح کند و به عمق بیشتری از تجربیات و دیدگاه‌های آن‌ها دست یابد (Kvale, 2007). در این نوع مصاحبه، سؤالات

به صورت باز طراحی شده و در هر مصاحبه با توجه به پاسخ‌های مصاحبه‌شونده، مسیر گفت‌وگو می‌تواند متغیر باشد. موضوعات اصلی که در مصاحبه‌ها مطرح شدند، شامل موارد زیر بودند:

۱. تجربه استفاده از اینستاگرام و حضور در این شبکه اجتماعی؛
۲. چگونگی تأثیر اینستاگرام بر هویت‌یابی شخصی و اجتماعی؛
۳. تأثیر اینستاگرام بر سبک زندگی و الگوهای مصرف؛
۴. نقش اینستاگرام در مقایسه با دیگر منابع هویت‌یابی (خانواده، دوستان و ...).

روش تحلیل داده‌ها

برای تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها از روش تحلیل مضمونی استفاده شد. تحلیل مضمونی یکی از روش‌های پرکاربرد در پژوهش‌های کیفی است که به پژوهشگر امکان می‌دهد تا الگوها، مضامین و مفاهیم کلیدی را از داده‌های کیفی استخراج کند. فرایند تحلیل مضمونی شامل مراحل زیر بود:

۱. آشنایی با داده‌ها: در این مرحله، مصاحبه‌ها چندین بار مورد مطالعه قرار گرفتند تا پژوهشگر با داده‌ها به طور عمیق آشنا شود.
۲. کدگذاری اولیه: داده‌ها به واحدهای معنایی کوچکتری تقسیم شدند و کدهای اولیه‌ای که بیانگر مضامین خاصی بودند، از مصاحبه‌ها استخراج شدند.
۳. شناسایی مضامین: در این مرحله، کدهای اولیه به دسته‌های بزرگتری سازماندهی شدند و مضامین اصلی تحقیق شناسایی شدند.
۴. بررسی مضامین: مضامین استخراج شده بازبینی و اصلاح شدند تا اطمینان حاصل شود که به طور دقیق و جامع تجربه‌های دانش‌آموزان را توصیف می‌کنند.
۵. نام‌گذاری و توصیف مضامین: مضامین نهایی نام‌گذاری و توصیف شدند و در نهایت گزارشی جامع از نتایج تحقیق تهیه شد (Braun & Clarke, 2006).

اعتبار و پایایی تحقیق

برای افزایش اعتبار (روایی) داده‌های این پژوهش، از روش بازبینی مشارکت‌کنندگان (Lincoln & Guba, 1985) استفاده شد. بدین معنا که پس از تحلیل مصاحبه‌ها، نتایج اولیه با برخی از مشارکت‌کنندگان بررسی و نظرات آنان را در مورد تفسیرهای پژوهشگر

جویا شدیم. این روش به پژوهشگر کمک کرد تا مطمئن شود که تفسیرهای او با تجربه‌های واقعی مصاحبه‌شونده‌ها همخوانی دارد.

همچنین برای افزایش پایایی (قابلیت تکرار) تحقیق، فرایند کدگذاری و تحلیل مضامین توسط یک پژوهشگر دیگر نیز بازبینی شد تا اطمینان حاصل شود که کدگذاری‌ها و تحلیل‌ها به‌طور منسجم و معتبر انجام شده است (Creswell, 2013).

یافته‌های پژوهش

برای دستیابی به انگیزه‌های نوجوانان در استفاده از اینستاگرام و رابطه آن با هویت نوجوانان از ۱۰ پرسش ثابت استفاده شد و در لابه لای مصاحبه نیز با توجه به روند مصاحبه، سؤالات دیگری مورد استفاده قرار گرفتند. بعد از تحلیل و کدگذاری، پاسخ‌ها در چهار مضمون اصلی خشنودی خویشتن، بحران هویت، هویت‌یابی و پیشرفت فردی مقوله بندی شدند.

خشنودی خویشتن

شامل احساس رضایت درونی از خویش است که مؤلفه‌های مختلفی را دربرمی گیرد. امکانات متنوع اینستاگرام، نقش بسزایی در دستیابی به احساس رضایت درونی در میان نوجوانان داشته که در اینجا در خصوص این مضمون پس از بررسی اظهارات مصاحبه‌شوندگان به دو عنوان مقوله دست پیدا کردیم که عبارت‌اند از: خودابرازی و لذت‌جویی.

خودابرازی: به معنای نشان دادن علایق، مهارت‌ها و استعدادها به دیگران است؛ به عبارتی فرد، خود و توانمندی‌هایش را به افراد دیگر معرفی می‌کند. مصاحبه‌شوندگان در این خصوص اظهار داشتند که: «جذابیت اینستا برا من این بوده که عمومی هستش و پستای مربوط به گیتارمو می‌تونم توش ارائه بدم و می‌تونم تو اینستا برنامه زنده داشته باشم.» «ما می‌تونیم از خودمون یا هر چیزی یه ویدیو بذاریم.» (مصاحبه‌شونده شماره ۲ و ۸) بنابراین، نوجوانان می‌توانند خود، استعدادها و مهارت‌هایشان را در معرض دید کاربران قرار دهند و اینگونه خود، شخصیت و بخشی از هویت خود را به دیگران معرفی می‌کنند و ابراز وجود می‌کنند. همچنین نوجوان می‌تواند، شخصیت مقبولی از خود که با خود حقیقی‌اش فاصله دارد، به دیگران نشان دهد. نوجوان به این ترتیب می‌تواند با ارائه خود، احساس بودن، دیده شدن و ارزشمندی را هم در وجود خود تقویت کند که باعث رضایت درونی نوجوان می‌شود.

لذت جویی: لذت به طور کلی جزو حالات ذهنی در هر انسانی است و هر چیزی که رضایت بخش و شادی بخش باشد؛ برای انسان لذت بخش محسوب می شود (دهخدا، ۱۳۷۳: ۱۷۳۴۳) مانند خوردن، تفریح و.... به این ترتیب انسانی که به طور مداوم به دنبال کسب لذت و خوشی باشد؛ لذت جو محسوب می شود. مصاحبه شوندگان در این خصوص اظهار داشتند که: «حال می کنم با فیلماش چون همون چیزیه که می خوام.» اعتماد ندارم می دونم دروغ می گن اما دوست دارم دروغ قشنگشونو باور کنم.» (مصاحبه شونده شماره ۱ و ۹) بنابراین، امکانات متنوع اینستاگرام مثل فیلم ها، پست های خنده دار و... برای نوجوانان لذت بخش است و حتی عده ای از نوجوانان با وجود اینکه می دانند: اینستاگرام و بعضی حواشی موجود در آن که حتی واقعیت هم ندارد، لذتی کاذب است؛ باز هم برای لذت جویی بیشتر به آن مراجعه می کنند. پس اینستاگرام و امکانات متنوع موجود در آن سبب می شود؛ هویت و شخصیت نوجوان با اتلاف وقت و لذت جویی عجین شود و دائم در اینستاگرام برای خشنودی بیشتر خود، مشغول تفریح و لذت جویی باشد.

بحران هویت

هنگامی که فرد نسبت به چیستی و حقیقت وجودی خود، نقش خود در جامعه و عناصر هویت ساز خود مثل دین، زبان، فرهنگ و غیره، دچار گمراهی و تردید شود و درباره جایگاه فردی خود در جامعه نیز به سردرگمی دچار شود؛ فرد با بحران هویت مواجه می شود (الطائی، ۱۳۷۸: ۱۵۷). بنابراین، قابلیت های اینستاگرام علاوه بر فواید، آسیب هایی هم به همراه خود داشته که از آن جمله می توان به بحران هویت، آن هم در برهه حساس نوجوانی و آسیب های ناشی از بحران هویت اشاره کرد. پس از بررسی اظهارات مصاحبه شوندگان در خصوص این مضمون به سه عنوان مقوله دست پیدا کردیم که عبارت اند از؛

۱. بیگانگی با واقعیت؛

۲. وابستگی؛

۳. کاهلی.

بیگانگی با واقعیت: این اصطلاح برای انسانی به کار می رود که ارتباط خود را با واقعیت زندگی و دیگران در واقعیت از دست داده، با آن ها بیگانه شده و از آن ها دوری می کند (هارولد، ۱۳۷۳: ۵۱). مصاحبه شوندگان در این خصوص اظهار داشتند که: «انگار دیگه با دنیای واقعی حال نمی کردم.» در مواقعی ام به دلیل غرق شدن توی سرگرمی

اینستاگرام باعث شده، یه‌سری بی‌توجهی به اطرافیانم داشته باشم.» (مصاحبه‌شونده شماره ۷ و ۱۱) به این ترتیب لذت غرق شدن در فضای اینستاگرام و امکانات متنوع آن باعث می‌شود که برخی نوجوانان با اجتماع انسانی، اطرافیان دور و نزدیک، زندگی و به‌طور کلی با دنیای واقعی غریبه و بیگانه شده و از زندگی و در کنار دیگران بودن، نه‌تنها هیچ لذتی نمی‌برد بلکه برای آن‌ها خسته‌کننده نیز است. این‌گونه فضای مجازی اینستاگرام، نوجوانان را از لذت در کنار دیگران بودن و زندگی واقعی دور می‌کند و سبب می‌شود آن‌ها، انسان‌هایی منزوی و غیراجتماعی شناخته شوند.

وابستگی: استفاده بیش از حد از اینترنت، گوشی و برنامه‌های آن یا استفاده نامعقول و بیمارگونه از آن‌ها است که سبب می‌شود؛ فرد به آن‌ها وابسته شود و این وابستگی باعث می‌شود؛ اگر فرد به آن‌ها دسترسی نداشته باشد، دچار پریشانی شود (گرینفیلد، ۱۳۸۴: ۴۸). مصاحبه‌شوندگان در این خصوص اظهار داشتند که: «کلاً دیگه معتادش شدم، یه روز نرم توش دیوونه می‌شم.» «بعضی وقتا انگار نت که نباشه این صفحه آفلاینشو نگاه می‌کنی.» (مصاحبه‌شونده شماره ۷ و ۱) برنامه اینستاگرام در این چندسال اخیر است که وارد گوشی‌ها و زندگی افراد شده؛ اما امروزه افراد خصوصاً نوجوانان چنان به این برنامه وابسته‌اند که اگر یک روز آن را چک نکنند، نه‌تنها گمان می‌کنند از دنیا و اخبار دنیا عقب مانده‌اند بلکه بدون آن احساس کمبود می‌کنند و سردرگم و پریشان می‌شوند. حتی در زمان‌ها و مکان‌های مختلف و بدون اینترنت به چک کردن اینستاگرام فکر می‌کنند و با حضور در آن احساس رضایت خاطر می‌کنند. به این ترتیب گویی به جزء جدانشدنی زندگی بسیاری از نوجوانان بدل شده و این وابستگی سبب می‌شود؛ اینستاگرام تعیین‌کننده تفکرات، رفتارها و به‌طور کلی ذهنیت و شخصیت فرد باشد و اینگونه زندگی و هویت فرد را کنترل می‌کند و یا دچار اختلال می‌کند.

کاهلی: کاهلی نیز شامل عدم فعالیت، بی‌میلی، تنبلی و سستی در انجام کارهای روزانه است (جوادی و فولادیان، ۱۳۹۱: ۲). مصاحبه‌شوندگان در این خصوص اظهار داشتند که: «شبا بیدار می‌مونم تا پنج شیش صبح، توش کلیپای فانو می‌بینم، صبح که بیدار می‌شم؛ اون حس و حال همیشگی خودمو ندارم.» «ویژگی بد رو من گذاشته؛ اونم اینکه کارایی که باید انجام بدم و مفیدتره برام مثلاً تمرین کردن ساز و... اینارو واقعا کم کرده.» (مصاحبه‌شونده شماره ۸ و ۳) با این اظهارات می‌توان پی‌برد؛ اینستاگرام روند زندگی نوجوانان را تغییر داده و استفاده بیش از حد از اینستاگرام موجب عقب

ماندگی و تنبلی آن‌ها در انجام کارهای روزانه شده است. حتی استفاده از آن هنگام شب و وقت خواب سبب می‌شود؛ خواب کافی نداشته باشند که این امر موجب می‌شود، آن‌ها روز را با بی حالی و کسلی شروع کنند؛ در نتیجه در انجام کارهای خود کاهلی می‌کنند. به این ترتیب سرگرمی‌ها و امکانات متنوع اینستاگرام مانع انجام تکالیف درسی، فعالیت‌های روزانه نوجوانان و موجب کاهلی و مختل شدن زندگی آنان شده است. به این شکل کاهلی با شخصیت و روان فرد عجین می‌شود و دیگران او را به عنوان فردی کاهل و تنبل می‌شناسند که هیچ‌کار مفیدی انجام نمی‌دهد و فقط وقت خود را با گوشی به بطالت می‌گذراند.

هویت یابی

افراد سعی می‌کنند با شناخت خود، توانمندی‌ها، صفات شخصیتی و اینکه نقش و جایگاه آن‌ها در جامعه چیست؛ هویت خود را شکل دهند (خانیکی، ۱۳۸۵: ۱۱۹). در این فرایند پویا برای شناخت خود، روند هویت یابی آن‌ها به تدریج کامل می‌شود. اینستاگرام تأثیر به‌سزایی در شکل‌گیری ویژگی‌های فردی، انتخاب الگوهای زندگی و به‌دنبال آن هویت نوجوانان داشته است. پس از بررسی اظهارات مصاحبه‌شوندگان در خصوص این مضمون به چهار عنوان مقوله دست پیدا کردیم که عبارتند از:

۱. هویت تحصیلی و شغلی؛

۲. هویت ارتباطی؛

۳. الگوپذیری؛

۴. سبک زندگی.

هویت تحصیلی و شغلی: هویت تحصیلی و شغلی شامل تصویری روشن از اهداف، علایق، توانایی‌های شخصی، تصمیم‌گیری‌های فرد، اعتماد به نفس فرد در مسیر تحصیلی و شغلی پیش رو و اعتماد و تکیه کردن به توانایی‌ها و مهارت‌های شخصی خود در تصمیم‌گیری‌هایی که به شغل یا تحصیل مرتبط است، می‌باشد (بیرانوند و دیگران، ۱۴۰۱: ۳۶۲) دو نفر از مصاحبه‌شوندگان در این خصوص اظهار داشتند: «من درباره رشته‌ها امیدونستم چی برم رفتم توی اینستاگرام چرخیدم و فهمیدم که از رشته کامپیوتر خوشم میاد و بخاطر همینم رشته کامپیوتر و انتخاب کردم.» «در آینده دوست دارم موزیسین بشم، کاری که موزیسینای معروف انجام دادن، تمرینه و منم اون کارو انجام میدم تا موزیسین خوبی بشم.» (مصاحبه‌شونده شماره ۸ و ۳) نوجوان با شناخت حیطه‌های مختلف دانش، هنر و... بهتر می‌تواند علایق خود را بشناسد

و در آن مسیر قدم بردارد؛ در نتیجه به شناخت بیشتری از خود و علایق درونی خود دست می‌یابد. نوجوانان با پیدا کردن رشته تحصیلی یا شغل موردعلاقه خود، کامل کردن مسیر یادگیری حرفه و یا هنری که در پیش گرفته اند و کسب موفقیت در آن، مسیر هویت‌یابی خود را تکامل می‌بخشند؛ چراکه در آینده با همان رشته یا شغل در جامعه شناخته می‌شوند. به عنوان مثال می‌تواند خود را فردی هنرمند و یا متخصص در حیطه تخصصی خود معرفی کند و یا با درآمدزایی بیشتر، فردی با درآمد بالا در جامعه شناخته شود.

هویت ارتباطی: به این معنی است که فرد خود را به واسطه ارتباط با دیگری یا دیگران مثل دوستان، فامیل، افراد معروف و... معرفی می‌کند (Cheney et al, 2014:32). مصاحبه‌شوندگان در این خصوص اظهار داشتند: «رفیقای چندین و چند سالم همش تو اینستاگرام باهم ویدیو کال میگیریم، روابط اجتماعیمون قوی شده.» ارتباط مجازی از یه لحاظ خوبه که مثلاً شما روت نمیشه با یه دختری صحبت کنی اما خب مجازی خیلی راحت تره.» (مصاحبه‌شونده شماره ۱ و ۳) در اینجا آشکار است که نوجوان خود را با ارتباطات پیوسته‌ای که با دیگران مثل دوستان و خویشاوندان دارد و یا ارتباطات جدیدی که برقرار می‌کند؛ مثل برقراری ارتباط با جنس مخالف و دیگر افراد جدید معرفی و یا تعریف می‌کند. نوجوان همچنین در این تعاملات از طریق دیگران و نظرات آن‌ها به شناخت بیشتری از ویژگی‌های شخصیتی اش و هویتش دست پیدا می‌کند؛ بدین ترتیب خود را با ویژگی‌هایی که در این تعاملات کسب کرده؛ مانند روابط اجتماعی قوی، اجتماعی بودن، کمرویی و... می‌شناسد. بدین طریق فرد هم خود، هم ویژگی‌های شخصیتی خود را بهتر می‌شناسد و بدین طریق نیز خود را به دیگران معرفی می‌کند.

الگوپذیری: فرایندی که طی آن چهره و رفتار فردی خاص یا گروهی خاص به عنوان موضوعی انگیزشی بر دیگر افراد اثر می‌گذارد و موجب می‌شود که دیگران از آن یا آن‌ها پیروی، تقلید و یا الگوبرداری کنند (احمدی و دیگران، ۱۳۹۹: ۷۳). بدین ترتیب الگو به عنوان راهنمای رفتار و عمل در زندگی اجتماعی به‌شمار می‌آید. دو نفر از مصاحبه‌شوندگان در این خصوص اظهار داشتند: «خیلی دوست دارم مثل آدم‌های معروف زندگی کنم و رفتارم مثل اونا حرفه‌ای باشه.» «کارهایی بوده که من می‌خواستم انجام بدهم و بعضی از آدم‌های معروف اونو انجام دادند و می‌دیدم اگر اون کار به نتیجه رسیده؛ همون آدم معروف و الگو قرار می‌دم تا کارم به نتیجه برسه چون اون آدم به موفقیت رسیده.» (مصاحبه‌شونده شماره ۱۳ و ۱۴) نوجوانان در مسیر تحصیلی، ورزشی

و هنری خود، افراد سرشناس و موفق را الگوی خود قرار می‌دهند تا بتوانند همانند آن‌ها موفق باشند. نوجوانان بسیاری دنباله‌روی سلبریتی‌ها می‌شوند و تمایل دارند مثل آن‌ها مشهور، محبوب و موفق زندگی کنند و رفتار و برخوردشان همانند آن‌ها حرفه‌ای و صمیمی باشد. نوجوانان بسیاری نیز دنباله‌روی الگوهای خارجی و غربی می‌شوند و تمایل دارند؛ راه و روش زندگی را از آن‌ها یاد بگیرند تا به اهداف خود دست پیدا کنند اما ممکن است بدین طریق از راه درست نیز منحرف شوند. بنابراین هر نوجوانی با توجه به توانایی‌ها و مهارت‌هایش کسی یا کسانی او را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند، برای وی مهم می‌شوند و به این ترتیب نوجوان سعی می‌کند با تغییر خود، خود را همانند و شبیه آن‌ها سازد و شخصیت و هویت خود را اینگونه شکل می‌دهد.

سبک زندگی: سبک زندگی الگویی برآمده از ارزش‌ها و باورهای مشترک یک جامعه یا گروه است که به صورت رفتارها و فرهنگ مشترکی بین آن‌ها ظاهر می‌شود (Mckee, 1969: 81). به طور کلی به معنای شیوه زندگی خاص یک فرد، گروه یا جامعه است. مصاحبه‌شوندگان در این خصوص اظهار داشتند که: «ناخودآگاه باعث می‌شه که بخوایم تبلیغ یک سری از رفتارهایی رو بکنیم یا سبک زندگی یک سری افراد رو کم و بیش توی زندگی شخصیه خودمون استفاده کنیم؛ انواع هشتگ‌ها نمونه این رفتارهاست مثلاً هشتگ لاکچری.» «من افراد خارجی رو دنبال می‌کنم و این برام مهمه که چه جوری برای زندگی خودمون برنامه ریزی می‌کنم.» (مصاحبه‌شونده شماره ۱۱ و ۱۵) گاهی نوجوانان زندگی لوکس و تجملاتی عده‌ای را دنبال می‌کنند و تمایل دارند مانند آن‌ها یک زندگی به اصطلاح پولدار و لاکچری داشته باشند که بدین شکل ممکن است اینستاگرام نوجوان را از سبک زندگی درست منحرف کند. همچنین سبک زندگی افراد معروف از جمله افراد معروف خارجی برای آن‌ها اهمیت به سزایی دارد؛ چراکه می‌خواهند بدانند چگونه برای خود برنامه‌ریزی می‌کنند، زندگی روزمره خود را چگونه می‌گذرانند و تمایل دارند مانند آن‌ها زندگی کنند تا به موفقیت برسند. به این ترتیب اینستاگرام اینگونه سبک زندگی شخصی و هویت نوجوان را شکل می‌دهد.

پیشرفت فردی

پیشرفت فردی به معنای رشد، تلاش و کوشش مستمر برای دستیابی به موفقیت و بهبود شخصیت است. رشد، ترقی، تلاش و کوشش مداوم برای رسیدن به موفقیت و بهبود شخصیت را پیشرفت فردی می‌گویند (قیوم‌زاده و شاه‌بازپور، ۱۳۹۳: ۹۶).

نوجوانان مانند جوانان و بزرگسالان سعی می‌کنند، بتوانند با کسب دانش و مهارت‌های مختلف، هم از نظر شخصیتی و هم در زندگی خود رشد و پیشرفت کنند که اطلاعات و امکانات اینستاگرام نقش مهمی در این راستا داشته است. پس از بررسی اظهارات مصاحبه‌شوندگان در خصوص این مضمون به چهار عنوان مقوله دست پیدا کردیم که عبارتند از:

۱. آداب فردی؛

۲. ارتقای دانش فردی؛

۳. یادگیری فردی؛

۴. اجتماعی شدن.

آداب فردی: شامل اخلاق و رفتار پسندیده، مطابق با هنجارهای جامعه و اصول شرعی و عرفی می‌باشد؛ مانند آداب خوردن، آشامیدن، نشستن، برخاستن، راه رفتن، خوابیدن، لباس پوشیدن و عبادت کردن که هر فرد با رعایت آن‌ها از مزایای آن‌ها مثل احترام و اعتبار در جامعه برخوردار می‌شود (محدثی، ۱۳۸۶: ۱۶) و فردی مؤدب شناخته می‌شود که مطابق با هنجارها و ارزش‌ها در جامعه، رفتار و عمل کرده است. مصاحبه‌شوندگان در این خصوص اظهار داشتند که: «رفتارایی که بقیه می‌پسندن به ویژگی‌های شخصیم اضافه کردم.» «آداب غذا خوردن دیدم، یاد گرفتم و دارم عملیش می‌کنم.» (مصاحبه‌شونده شماره ۴ و ۸) می‌توان پی‌برد اینستاگرام و افراد فعال در اینستاگرام تأثیر به‌سزایی در رفتار، اخلاق، گفتار، پوشش و زندگی نوجوانان برجای می‌گذارند؛ مثل تأثیرپذیری از خلق و خوی دیگران و آداب زندگی اجتماعی. به عبارتی نوجوانان سعی می‌کنند برای اینکه خود را فردی مبادی آداب نشان دهند، آن‌ها را به کار گیرند؛ مثل چگونگی گفتگو کردن و غذا خوردن. نوجوانان در اینستاگرام با انواع پوشش‌ها روبرو می‌شوند و تمایل پیدا می‌کنند، پوششی مطابق مد روز و افراد معروف اینستاگرام داشته باشند تا فردی شیک، خوش لباس و به اصطلاح مدرن شناخته شوند. بنابراین اینستاگرام در کسب آداب زندگی اجتماعی و فردی نوجوانان سهم زیادی دارد که باعث رشد شخصیتی فرد می‌شود و بخش مهمی از هویت و شخصیت نوجوان را نیز شکل می‌دهد.

ارتقای دانش فردی: شامل آگاهی‌های تازه و به‌دست‌آمده از رویدادهای جهان هستی است که مبتنی بر آموزش، تجارب شخصی و ادراکات فردی است (بدرالدین و ططری، ۱۳۹۴: ۱۴۹). به عبارتی فرد با استفاده از آگاهی و دانشی که به دست آورده؛

سعی می کند خود را فردی آگاه و با معلومات نشان دهد و به این ترتیب نیز دانش خود را ارتقا می بخشد. مصاحبه‌شوندگان در این خصوص اظهار داشتند که: «اطلاعاتم خیلی افزایش پیدا کرده.» «دوست دارم از اخبار دنیا مطلع باشم.» (مصاحبه‌شونده شماره ۱۰ و ۳) بنابراین واضح است که نوجوان با استفاده از اینستاگرام، اطلاعات خود را افزایش می‌دهد تا با شرکت در بحث‌های مختلف بتواند با اعتماد به نفس صحبت کند و بدین ترتیب خود را فردی با اعتماد به نفس، مطلع و امروزی معرفی کند. به طور کلی با دانش درونی خود سعی می‌کند، بخشی از ماهیت وجودی خود و خود را به دیگران معرفی کند که باعث رشد شخصیتی و پیشرفت فرد در زندگی اجتماعی نیز می‌شود.

یادگیری فردی: به معنای آموزش، یادگیری رشته، مهارت، تخصص و حرفه‌ای خاص است که فرد آن را برای ارتقاء سطح زندگی خود و جامعه خویش کسب می‌کند (طاهرزاده، ۱۳۹۹: ۶۰). به عبارتی بخش‌های مهمی از آداب زندگی، سیاست، دین، ملیت و غیره از طریق آموزش و یادگیری به افراد جامعه منتقل می‌شود و بدین طریق فرد، شخصیت و هویت خود را تکامل می‌بخشد. مصاحبه‌شوندگان در این خصوص اظهار داشتند که: «ورزش، موسیقی، خیلی چیزها یاد گرفتم.» «پیج‌هایی که بیشتر ترفندهای مختلفی را یاد می‌دهند.» (مصاحبه‌شونده شماره ۱۳ و ۱۴) بنابراین نوجوانان با آموزش‌های اینستاگرامی و یادگیری آن‌ها، خلاقیت‌ها و توانایی‌های وجودی خود را تکامل و ارتقا می‌بخشند تا فردی توانمند و با مهارت در جامعه شناخته شوند و بدین وسیله مسیر زندگی را هم اکنون و هم آینده برای خود هموارتر کنند تا بتوانند پیشرفت کنند.

اجتماعی شدن: فرایندی است که به وسیله آن فرد با محیط اجتماعی که در آن قرار دارد، آشنا می‌شود. بدین شکل که اعتقادات، الگوها و ارزش‌های فرهنگی خاص جامعه خود را در طول حیات خویش یاد می‌گیرد، دانش‌ها و مهارت‌های اجتماعی لازم را کسب می‌کند (حیدری، ۱۳۹۲: ۲۲) و برای برعهده گرفتن نقش‌ها در جامعه آماده می‌شود. مصاحبه‌شوندگان در این خصوص اظهار داشتند که: «ویژگیایی پیدا کردم که وقتی وارد جامعه می‌شم، می‌تونم ازشون استفاده کنم.» «من خیلی کم‌رو بودم ولی الان بیشتر می‌تونم، تو اجتماع حضور داشته باشم.» (مصاحبه‌شونده شماره ۸ و ۱۳) نوجوانان برای وارد شدن به جامعه سعی می‌کنند، شیوه صحیح برخورد اجتماعی و اجتماعی شدن را فراگیرند. در اینستاگرام شبکه روابط اجتماعی بسیار گسترده است

و این موضوع به نوجوانان کمک می‌کند تا با برقراری ارتباط در فضای مجازی و اینستاگرام شجاعت پیدا کنند، وارد اجتماع شوند و به راحتی و رودررو با دیگران ارتباط برقرار کنند. این موارد باعث پیشرفت نوجوانان در زندگی‌شان می‌شود؛ اجتماعی شدن و جامعه‌پذیری را فرامی‌گیرند و هویت‌شان نیز طی این مراحل به تدریج شکل می‌گیرد.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که اینستاگرام به عنوان یک پلتفرم و رسانه اجتماعی مهم، کنشگری هویتی و اجتماعی نوجوانان را در ابعاد پیچیده و چندوجهی متأثر می‌سازد. در بستر توسعه و پیدایش فردی، این رسانه اجتماعی، مجموعه‌ای از فرصت‌های معرفتی، تعاملی و هویت‌سازی را پیش روی نوجوانان قرار می‌دهد که از طریق مواجهه با محتوای چندلایه و متکثر معرفتی و فرهنگی، امکان ارتقای مستمر ظرفیت‌های شخصی و اجتماعی را میسر می‌سازد.

این فرایند پیچیده با رویکردهای روان‌شناختی - جامعه‌شناختی رشد و تحول هویت، همخوانی دارد که بر پویایی و سیالیت فرایندهای هویت‌یابی در دوران نوجوانی تأکید می‌ورزند. در چارچوب نظریه اریکسون (۱۹۶۸)، می‌توان اینستاگرام را بستری دانست که نوجوانان از طریق آن به کشف، آزمایش و بازتعریف مداوم هویت فردی و جمعی خود می‌پردازند.

خودابرازی و بازنمایی هویتی به مثابه مکانیزم روان‌شناختی/اجتماعی مؤثر، انگیزه اصلی نوجوانان در کنش‌مندی در فضای اینستاگرام محسوب می‌شود. آنان این محیط دیجیتال را بستری برای مرئی‌سازی و ارزش‌گذاری فردی تلقی می‌کنند که نه تنها امکان بازنمایش توانمندی‌ها را فراهم می‌آورد، بلکه خلق هویت دیجیتال متناسب با واقعیت فردی را نیز میسر می‌سازد. این رویکرد با نظریه نمایش اجتماعی گافمن (۱۹۵۹) منطبق است که بر چگونگی بازنمایی کنشگران اجتماعی در موقعیت‌های گوناگون تمرکز دارد.

با این حال، پژوهش حاضر پیامدهای منفی احتمالی همچون بحران هویتی و اجتماعی و وابستگی به فضای مجازی را نیز آشکار می‌سازد. مصرف مفرط اینستاگرام می‌تواند منجر به گسست تدریجی از تعاملات واقعی و انزوای اجتماعی شود. این مسئله با رویکرد انتقادی نظریه‌پردازانی چون تورکل (۲۰۱۷) مبنی بر پیامدهای روان‌شناختی مخاطره‌آمیز رسانه‌های اجتماعی همسو است.

نکته حائز اهمیت در این مطالعه، تأثیرات عمیق اینستاگرام بر زیست جهان و تجربه زیسته نوجوانان است. فضای این پلتفرم نه تنها یک محیط ارتباطی، بلکه بستری برای بازتولید مداوم معانی، هنجارها و الگوهای رفتاری محسوب می‌شود. نوجوانان در این فضا درگیر فرایندی مستمر از بازاندیشی هویتی می‌شوند که در آن مرزهای میان واقعیت و بازنمایی دیجیتال به شدت نرم و قابل انعطاف می‌گردد.

الگوپذیری و همانندسازی از چهره‌های موفق در اینستاگرام می‌تواند فشارهای هنجاری و فرهنگی پیچیده‌ای را بر نوجوانان تحمیل کند. مواجهه با سبک‌های زندگی لوکس و غیرواقعی، نه تنها احتمال گرایش به مصرف‌گرایی را افزایش می‌دهد، بلکه می‌تواند منجر به بحران معنایی و فاصله‌گیری از ارزش‌های فرهنگی-اجتماعی شود. عمیق‌تر که نگریسته می‌شود، اینستاگرام بستری چندلایه، متناقض و دیالکتیکی برای کنشگری هویتی نوجوانان محسوب می‌شود که هم‌زمان حاوی ظرفیت‌های توانمندساز و نیز آسیب‌های بالقوه است. این پلتفرم نقشی دوگانه ایفا می‌کند: از یک سو امکان خودبیانی، یادگیری و گسترش افق‌های معرفتی را فراهم می‌آورد و از سوی دیگر، خطر انزوا، بیگانگی و هویت‌زدگی را در پی دارد.

لذا ضروری است نهادهای تربیتی، آموزشی و خانوادگی با درک این پیچیدگی‌ها، راهبردهای نظارتی، آموزشی و تربیتی متکثر و پویایی را برای هدایت و کنترل هوشمندانه مصرف رسانه‌ای نوجوانان اتخاذ نمایند. این راهبردها نباید محدودکننده باشند، بلکه می‌بایست مبتنی بر گفتگو، آموزش سواد رسانه‌ای و توانمندسازی انتقادی نوجوانان طراحی شوند.

در نهایت، پژوهش حاضر بر اهمیت نگاه چندبعدی و فرادستانه به تأثیرات اینستاگرام بر هویت نوجوانان تأکید می‌ورزد. فهم این تأثیرات نیازمند رویکردی میان‌رشته‌ای است که روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، ارتباطات و مطالعات فرهنگی را در کنار هم قرار دهد.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مأخذ

- احمد‌رشد، رشید و بهامی، سروش (۱۳۹۶). تحلیل جامعه‌شناختی اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی مجازی در برساخت هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه فرهنگیان؛ مورد مطالعه: پردیس شهید مدرس سمنجان، فصلنامه توسعه حرفه‌ای معلم، ۲(۳)، ۶۳-۸۲. https://tpdevelopment.cfu.ac.ir/article_654.html
- قاسمی شال، منا، رادفر، مجید و رضاعلی، محسنی (۱۴۰۰). تأثیر استفاده از فضای مجازی بر شکل‌گیری سبک زندگی مدرن (مطالعه موردی: دانش‌آموزان دختر دبیرستانی در شهرستان شهریار). مجله تحقیقات فرهنگی، ۸(۳)، ۱۱۲-۱۳۰. <https://sanad.iau.ir/Journal/jisds/Article/821189>
- نوری راد، فاطمه و هادی خانیکی (۱۴۰۰). مطالعه رابطه نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک‌های هویتی نوجوانان. مطالعات رسانه‌های نوین، ۷(۲۷)، ۳۹-۷۶. https://nms.atu.ac.ir/article_13613.html
- سارا عبدالله‌زاده (۱۴۰۳). بررسی رابطه استفاده از اینترنت و وابستگی به شبکه‌های اجتماعی با هویت ملی دانش‌آموزان (نمونه موردی: دانش‌آموزان پسر دبستان ستارزاده شهرستان گرگان). نشریه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۸(۲۸)، ۷۰۵-۷۱۵.
- <https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/2513>
- اسمعیلی، معصومه؛ رادفر، مجید و علی باصری (۱۴۰۱). نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری هویت فرهنگی جوانان. فصلنامه علمی مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، ۵(۱۸)، ۲۹-۶۲.
- https://jiscm.iribu.ac.ir/article_164916.html
- صابر، منوچهر؛ بشیر، حسن؛ مسعودی، امیدعلی و نسیم مجیدی قهرودی (۱۴۰۲). شبکه‌های مجازی و شکل‌گیری هویت مدرن (مطالعه موردی: جوانان تهرانی). مطالعات بین‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، ۱۳(۲)، ۱۷۳-۱۹۸.
- https://mediastudy.iics.ac.ir/article_8765.html
- نواح، عبدالرضا؛ رشیدی، سارا و ایوب رستمی (۱۳۹۸). بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان (مورد مطالعه: جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال شهر اهواز). جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، ۸(۲)، ۳۹۱-۴۲۱. https://sociology.tabrizu.ac.ir/article_9417.html
- فرامرزبانی، سعید و علی جعفری (۱۳۹۹). نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر هویت شخصی مدرن در میان جوانان شهر اردبیل. فصلنامه مطالعات ملی، ۲۱(۸۲)، ۶۹-۸۸. https://www.rjnsq.ir/article_109390.html
- Abdollahzadeh, S. (2024). Investigating the Relationship between Internet Usage, Social Media Dependency, and National Identity among Students (Case Study: Male Primary School Students in Gorgan). *Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 8(28), 705-715. <https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/2513> [In Persian]
- Ahmadrash, R., & Behami, S. (2017). Sociological Analysis of the Impact of Virtual Social Networks on the Construction of Social Identity among Students of Farhangian University: Case Study of Shahid Modarres Campus in Sanandaj. *Teacher Professional Development Quarterly*, 2(3), 63-82. https://tpdevelopment.cfu.ac.ir/article_654.html [In Persian]

- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press. doi:10.12987/9780300166316. <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300199000/its-complicated/>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Buckingham, D. (2008). *Youth, Identity, and Digital Media*. MIT Press.
- Carter, C. (2020). Social Media, Identity, and the Construction of Self in Adolescence. **Journal of Adolescent Research*, 35*(3), 287-310. doi:10.1177/0743558419870481. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0743558419870481>
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). Sage Publications.
- Duchs, K., & Ziegler, H. (2015). The Influence of Social Media on Identity Construction in Adolescents. *Journal of Youth Studies*, 18 (1), 93-108. doi:10.1080/13676261.2014.933198
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. W. W. Norton & Company.
- Esmaeili, M., Radfar, M., & Baseri, A. (2022). The Role of Social Networks in Shaping the Cultural Identity of Youth. *Interdisciplinary Communication and Media Studies Quarterly*, 5(18), 29-62. https://jiscm.iribu.ac.ir/article_164916.html [In Persian]
- Faramarzyani, S., & Jafari, A. (2020). The Role of Mobile Social Networks in Modern Personal Identity among Youth in Ardabil. *National Studies Quarterly*, 21(82), 69-88. https://www.rjnsq.ir/article_109390.html [In Persian]
- Ghasemi Shal, M., Radfar, M., & Rezaali, M. (2021). The Impact of Using Virtual Space on the Formation of Modern Lifestyle (Case Study: Female High School Students in Shahriar County). *Cultural Research Journal*, 8(3), 112-130. <https://sanad.iau.ir/Journal/jisds/Article/821189> [In Persian]
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor Books.
- Greenfield, P. M. (2008). *The cultural evolution of IQ*. The Cambridge Handbook of Intelligence, 145-173.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59-82.
- Khamis, N., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding, 'Micro-Celebrity', and the Rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, 8 (2), 191-208. doi:10.1080/19392397.2016.1218292 [In Persian]
- Kvale, S. (2007). *Doing Interviews*. Sage Publications.
- Larson, R. W., & Richards, M. H. (1991). Daily companionship in late childhood and early adolescence: Changing developmental contexts. *Child Development*, 62(2), 280-293.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34-47.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Sage Publications.

- Livingstone, S. (2008). Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers' Use of Social Networking Sites for Intimacy, *Privacy and Self-Expression*. *New Media & Society*, 10(3), 393-411.
- Marwick, A. (2013). Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age. Yale University Press.
- Marwick, A., & boyd, D. (2011). To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence*, 17(2), 139-158. doi:10.1177/1354856510394539. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354856510394539>
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society*. University of Chicago Press.
- Navah, A., Rashidi, S., & Rostami, E. (2019). Investigating the Impact of Virtual Social Networks on Social Identity of Youth (Case Study: Youth Aged 18-30 in Ahvaz). *Economic Sociology and Development*, 8(2), 391-421. https://sociology.tabrizu.ac.ir/article_9417.html [In Persian]
- Noori Rad, F., & Khaniki, H. (2021). Studying the Relationship between Attitudes toward Social Media and Identity Styles among Adolescents. *New Media Studies*, 7(27), 39-76. https://nms.atu.ac.ir/article_13613.html [In Persian]
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford University Press.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). Sage Publications.
- Saber, M., Bashir, H., Masoudi, O. A., & Majidi Ghahroodi, N. (2023). Virtual Networks and the Formation of Modern Identity (Case Study: Youth in Tehran). *Interdisciplinary Studies in Media and Culture*, 13(2), 173-198. https://mediastudy.ihs.ac.ir/article_8765.html [In Persian]
- Saldaña, J. (2016). *The Coding Manual for Qualitative Researchers* (3rd ed.). Sage Publications.
- Smith, A., Johnson, P., & Taylor, L. (2020). Digital Identity and Youth: A Critical Examination of Social Media's Impact on Teenage Self-Presentation. *Journal of Youth Studies*, 23(2), 215-232.
- Turkle, S. (2017). Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. Basic Books.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.