

Study of the Relationship between Social Media Attitudes and Adolescent Identity Styles

Fatemeh Noorirad *

Ph.D. Student in Communication, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Hadi Khaniki 

Professor of Communication, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Abstract


Adolescents today live in a cultural world whose boundaries are more blurred than ever before due to their constant presence on social media. The media and technological means of communication have increasingly provided indirect exposure to other cultures. And this situation puts the adolescent in a situation where he has to face challenges over his identity and definition. The identity formed in each person has a specific type and style, which is called identity style. Identity styles are the scale and degree of distinction that can be made between individuals. In this regard, Brzezinski (1992) considers identity styles to include information, normative, confusing, and commitment. In this regard, the present study seeks to investigate the relationship between attitudes toward social media and identity styles in adolescents aged 12 to 18 years using an online survey method and a statistical sample of 1065 people. It was 0.82. The results indicate that there is a significant relationship between confused identity and commitment and attitude to social media and the hypothesis of a relationship between informational and normative identity style with attitude to social media has been rejected


Keywords: Identity; Identity Styles; Attitudes Towards Social Media; Adolescents.

* Corresponding Author: fateme.noorirad@yahoo.com

How to Cite: Noorirad, F., Khaniki, H. (2021). Study of the Relationship between Social Media Attitudes and Adolescent Identity Styles, *Journal of New Media Studies*, 7(27), 39-76.

مطالعه رابطه نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک‌های هویتی نوجوانان

فاطمه نوری راد  * دانشجوی دکتری ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

هادی خانیکی  استاد ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

چکیده

نوجوانان امروز به واسطه حضور دائمی در رسانه‌های اجتماعی در زیست جهانی زندگی می‌کنند که بیش از گذشته مرزهایش نامشخص است. رسانه‌ها و ابزارهای فناورانه ارتباطی مواجهه غیرمستقیم فرهنگ‌های دیگر را بیش از پیش مهیا کرده‌اند؛ و این موقعیت، نوجوان را در شرایطی قرار می‌دهد که ناچار است درگیر چالش‌هایی بر سر هویت و تعریف خود شود. هویت شکل گرفته در هر فردی از نوع و سبک خاصی برخوردار است؛ که تحت عنوان سبک‌های هویتی^۱ نامیده می‌شود. سبک‌های هویتی، همان مقیاس و میزان تمایزی است که می‌توان در میان افراد قائل شد. در این خصوص، برزونسکی^۲ (۱۹۹۲)، سبک‌های هویتی را مشتمل بر اطلاعاتی^۳، هنجاری^۴، سردرگم^۵ و متعهد^۶ می‌داند. به این اعتبار پژوهش حاضر درصدد است رابطه بین نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک‌های هویتی را در نوجوانان ۱۲ تا ۱۸ ساله با روش پیمایش آنلاین و نمونه آماری ۱۰۶۵ نفر بررسی کند. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه استاندارد برزونسکی و محقق ساخته است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که با توجه به آزمون کولوموگروف - اسمیرنوف و سطح معناداری به دست آمده بالای ۰/۵ داده‌های پژوهش نرمال و از آزمون‌های پارامتریک استفاده شد. با توجه به آزمون همبستگی پیرسون در سطح معناداری ۰/۵ بین هویت سردرگم و متعهد و نگرش به رسانه‌های

* نویسنده مسئول: fateme.noorirad@yahoo.com

1. Identity Styles
2. Berzonesky
3. Informative
4. Normative
5. Diffuse
6. Commitment

اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد و فرض وجود رابطه بین سبک هویتی اطلاعاتی و هنجاری با نگرش به رسانه‌های اجتماعی رد شده است.

کلیدواژه‌ها: هویت، سبک‌های هویتی، نگرش به رسانه‌های اجتماعی، نوجوانان.

مقدمه

زندگی امروز جوامع در غوطه‌وری در تماس مداوم، می‌گذرد و ایده اتصال، قدرت تعیین‌کنندگی می‌یابد و وارد حوزه فرهنگ می‌شود. به همین ترتیب درگیری با رسانه‌های اجتماعی، یک فرآیند فناورانه صرف باقی نمی‌ماند و تبدیل به پدیده‌ای فرهنگی اجتماعی می‌شود.

رسانه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به فرهنگ و هویت نوجوانان، به منابع اصلی و مسلط تبدیل شده‌اند. فرهنگ دیجیتال رسانه‌های جدید بر ذوق، سلیقه، الگوهای ارتباطی و نیز نیازها و ارزش‌ها تأثیر گذاشته است. در حال حاضر، رسانه‌های اجتماعی الزامات جدی را برای خرده فرهنگ‌های نوجوانان پدید آورده است که از آن جمله می‌توان به تقویت فردیت، استقلال عمل و انتخاب‌گری، سیال و متکثر ساختن هویت، خصوصی کردن دنیای زندگی، ایجاد تمایز و ارزشمند ساختن آن و اهمیت یافتن فزاینده سبک زندگی اشاره کرد. به همین ترتیب پیشگامی نوجوانان و جوانان در استفاده از قابلیت‌های رسانه‌های نو و مهارت بیشتر آنان در استفاده از این رسانه‌ها، الگوهای ارتباطی جدیدی را در میان آن‌ها شکل داده که امتداد آن، هر دو حوزه خصوصی (به‌ویژه خانواده) و عمومی را در بر می‌گیرد. (ذکایی و ولی زاده، ۱۳۸۸).

کودکان و نوجوانان بین ۱۲ تا ۱۸ سالگی - به‌عنوان نسلی با بیشترین استفاده از اینترنت از اواخر دهه ۱۹۹۰ شناخته شده‌اند. (کرات و همکاران، ۱۹۹۸). «نسل شبکه» (Net Generation) «نسل هزاره» (Millenium Generation) و «اهالی دیجیتال» (Digital native) (تاپسکات ۱۹۹۸ پرنسکی ۲۰۰۱) در توصیف گروه بزرگی از نوجوانان که در عصر اینترنت رشد کرده‌اند و از کودکی در معرض محیط رسانه‌ای غنی قرار داشته‌اند به‌کاربرده می‌شود. «بومیان دیجیتال» (پرنسکی، ۲۰۰۱) که هم‌دوره کامپیوتر و ارتباطات آنلاین متولد شده‌اند، همان نوجوانانی‌اند که امروز مطالب شخصی و نظرات خود را به اشتراک می‌گذارند و به محتوای آنلاین بیشتر از سایر گروه‌های جمعیتی توجه می‌کنند. (لنهارت و همکاران، ۲۰۱۰). در هیچ زمان دیگری در تاریخ، نوجوانان از چنین فرصتی

برخوردار نبودند تا خود را برای مخاطبان گوناگون قابل دیدن و شنیدن عرضه کنند. کودکان و نوجوانان بیشترین کاربران شبکه‌های اجتماعی را تشکیل می‌دهند و ساعت‌ها با آن وقت می‌گذرانند.

نوجوانان امروز به‌واسطه حضور دائمی در رسانه‌های اجتماعی در زیست جهانی زندگی می‌کنند که بیش از گذشته مرزهایش نامشخص است. رسانه‌ها و ابزارهای فناورانه ارتباطی مواجهه غیرمستقیم فرهنگ‌های دیگر را بیش‌ازپیش مهیا کرده‌اند؛ و این موقعیت، نوجوان را در شرایطی قرار می‌دهد که ناچار است درگیر چالش‌هایی بر سر هویت و تعریف خود شود؛ بنابراین بر ساخت هویت نوجوانان پیچیده‌تر شده است و نوجوانان در فضایی سیال و چندپاره به تعریفی از هویت دست می‌یابند. (صبورنژاد، ۱۳۹۴).

به‌طور کلی، نوجوانی یک دوره‌ی زمانی است که طی آن کودکان برای رسیدن به یک هویت ثابت مبارزه می‌کنند و فرهنگ‌های گروه‌های همالشان حس خودمختاری را در آن‌ها القا می‌کند و امکان مواجهه با دنیای نامطمئن و پیچیده را برایشان فراهم می‌آورد. ویژگی‌های مثبت فرهنگ‌های گروه‌های همال کودک (از قبیل رویه‌های زبانی، بازی‌ها و دوستی‌های با ثبات) به کودکان امکان می‌دهد در عین حال که خودشان را برای مواجهه با تنش بزرگ‌سالی آماده می‌کنند کنترل بیشتری هم بر کودکی‌شان داشته باشند. توانایی کودکان در خصوص تفکر و ارزیابی دنیاهای در حال تغییرشان، در گفتگو با یکدیگر و بزرگ‌سالان، یکی از عوامل اصلی در فرهنگ گروه‌های همال نوجوانان است. بر این اساس نوجوانان در جریان ایجاد فرهنگ‌های گروه‌های همال، با خودشان به‌مثابه کنشگرانی آشنا می‌شوند. آن‌ها همچنین درصدد برمی‌آیند دریابند که چگونه فرهنگ‌های گروه‌های همالشان بر دنیای فراگیرتر بزرگ‌سالان تأثیر می‌گذارد یا از آن تأثیر می‌پذیرد. (کورساور، ۱۳۹۳: ۳۹۷)

مسئله هویت، مسئله چالش‌برانگیز دوران نوجوانی است. طبق تعریف اریکسون، مرحله نوجوانی از دوازده تا هجده‌سالگی را شامل می‌شود که وی این دوره را مرحله پنجم رشد و دوره‌ی هویت در مقابل بی‌هویتی تعریف می‌کند. بعد روانی اجتماعی که در دوره

نوجوانی پدیدار می‌شود از یک سو دارای جنبه مثبت یافتن هویت خود یا هویتی مستقل برای فرد است و از سوی دیگر دارای جنبه منفی احساس بی‌هویتی و گیجی در اتخاذ نقش روانی-اجتماعی است. (شاملو، ۱۳۸۴: ۸۱)

هویت و سبک‌های مربوط به آن از جمله مفاهیمی است که از دیرباز ذهن بشر را به خود مشغول داشته است؛ زیرا یک احساس نسبتاً پایدار از یگانگی «خود» و وجه تمایز «من» با دیگری است.

شکل‌گیری یک هویت پایدار و یکپارچه مستلزم جستجوگری است و برای نوجوانان امروز جستجوگری هم در دنیای آنلاین و هم در دنیای آفلاین روی می‌دهد. محیط‌های آنلاین فرصت‌های فراوانی برای طرح پرسش و جستجو به وجود آورده است. قابلیت ناشناس ماندن در اینترنت و امنیت نسبی آن ممکن است فضا را برای تجربه باز کند و از این رو محیطی بی‌نقص برای نوجوانان فراهم کند تا جنبه‌های هویتی خود را به آزمون بگذارند. البته همه محیط‌های آنلاین به کاربران اجازه ناشناس بودن نمی‌دهند و نوجوانان در این محیط‌ها با هم‌تایان خود وارد تعامل می‌شوند، ارتباط برقرار می‌کنند و مهارت‌های اجتماعی خود را ارتقا می‌بخشند، فعالیت‌هایی که می‌توانند به آن‌ها در یافتن خود واقعی‌شان کمک کنند. (سوبراهماینام و شاماها، ۲۰۱۱: ۶۰-۶۳)

هویت شکل گرفته در هر فردی از نوع و سبک خاصی برخوردار است که تحت عنوان سبک‌های هویتی^۱ نامیده می‌شود. سبک‌های هویتی، همان مقیاس و میزان تمایزی است که می‌توان در میان افراد قائل شد. در این خصوص، برزونسکی^۲ (۱۹۹۲)، سبک‌های هویتی را مشتمل بر اطلاعاتی^۳، هنجاری^۴، سردرگم^۵ و متعهد^۶ می‌داند.

به این اعتبار پژوهش حاضر درصدد است رابطه بین نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک‌های هویتی را در نوجوانان ۱۲ تا ۱۸ ساله بررسی کند.

-
1. Identity styles
 2. Berzonesky
 3. Informative
 4. Normative
 5. Diffuse
 6. commitment

مبانی نظری

مفهوم شناسی هویت

معنای اصلی هویت، تمایز و تشابه مطلق است. جنکینز هویت را این گونه تعریف می‌کند: هویت ریشه در زبان لاتین و دو معنای اصلی دارد. اولین معنای آن مفهوم تشابه مطلق را بیان می‌کند؛ این با آن مشابه است. معنای دوم آن تمایز است که با مرور زمان سازگاری و تداوم را فرض می‌گیرد. (جنکینز به نقل از رثوفی، ۱۳۸۹)

به لحاظ لغوی واژه هویت^۱ از واژه *identitas* مشتق شده و به دو معنای ظاهراً متناقض به کار می‌رود: (۱) همسانی و یکنواختی مطلق؛ (۲) تمایز که دربرگیرنده ثبات یا تداوم در طول زمان است. گرچه دو معنای نامبرده متناقض و متضاد به نظر می‌آیند، ولی در اصل به دو جنبه اصلی و مکمل هویت معطوف هستند که در بحث از چیستی هویت بیان خواهد شد. ولی نخست لازم است از موضوعی سخن بگوییم که محل نزاع روان‌شناسان و جامعه‌شناسان علاقه‌مند به شناخت هویت است؛ فردی یا اجتماعی بودن هویت.

گرچه اکثریت قریب به اتفاق نظریه‌پردازان هویت بر سر دو معنای نامبرده از هویت اتفاق نظر دارند، ولی هنوز به توافقی درباره کاربرد آن معانی نرسیده‌اند. بیشتر روان‌شناسان و نظریه‌پردازان شخصیت، هویت را در درجه نخست امری فردی و شخصی می‌دانند و معتقدند که دو معنا و جنبه اصلی هویت به ویژگی‌های شخصی و احساس فرد معطوف هستند. البته اکثر این دسته از نظریه‌پردازان، هویت اجتماعی را انکار نمی‌کنند، بلکه این دو نوع هویت را متمایز و مستقل از یکدیگر قلمداد می‌کنند. به‌رحال از این دیدگاه، هویت عبارت است از "احساس تمایز شخصی، احساس تداوم شخصی و احساس استقلال شخصی".

ولی روان‌شناسان اجتماعی و جامعه‌شناسان می‌خواهند بر این واقعیت تأکید کنند که احساس هویت فردی به‌واسطه دیالکتیک میان فرد و جامعه شکل می‌گیرد. آن‌ها کم‌وبیش می‌پذیرند که هویت معمولاً در نگرش‌ها و احساسات افراد نمود می‌یابد، ولی بستر شکل

1. identity

گیری آن زندگی جمعی است. هویت اجتماعی نمود یافته در شخصیت، جدا از دنیای اجتماعی دیگر افراد معنایی ندارد. فردا بی‌همتا و متغیر هستند، ولی شخصیت کاملاً به صورت اجتماعی و به واسطه مراحل مختلف اجتماعی شدن و اندر کنش اجتماعی ساخته می‌شود. (جاکیسون به نقل از گل محمدی، ۱۳۸۱: ۲۲۲ و ۲۲۳)

مفهوم هویت در جامعه‌شناسی مفهومی چندبعدی است و می‌توان به چند طریق درباره آن بحث کرد. به بیان کلی، هویت به درک و تلقی مردم از این که چه کسی هستند و چه چیزی برایشان معنادار است مربوط می‌شود. این درک و تلقی در پیوند با خصوصیات معینی شکل می‌گیرد که بر سایر منابع معنایی اولویت دارند. جامعه‌شناسان اغلب از دو نوع هویت سخن می‌گویند: هویت اجتماعی و هویت شخصی. این شکل‌های هویت فقط از نظر تحلیلی از هم جدا و متمایز می‌شوند اما در واقع پیوند تنگاتنگی با یکدیگر دارند.

فعل «تعیین هویت» (هویت‌یابی) همراه ضروری هویت است. نکته مهمی در مورد هویت وجود دارد که نمی‌توان آن را نادیده گرفت: «عینی» نیست، «چیز» نیست، بلکه باید همواره وجود آن را اثبات کرد؛ بنابراین می‌توان دو مورد دیگر را نیز به موارد بالا اضافه کرد:

- برای طبقه‌بندی پدیده‌ها یا اشخاص؛ و
- برای پیوند خود با یا پیوستن به چیزی یا شخص دیگر (مانند یک دوست، یک تیم ورزشی، یا یک ایدئولوژی).

هر کدام از این‌ها در عمل هویت را می‌سازند: هر دوی آن‌ها چیزهایی هستند که افراد انجام می‌دهند. دومی نیز تاحدی حاکی از بازتابی بودن است. تعیین هویت «بازی مقایسه‌گری» است (بوم ۱۹۸۲: ۲۶). هویت درک ما از این مسئله است که کی هستیم و دیگران کی هستند و متقابلاً درک افراد دیگر از خود و از دیگران (از جمله ما) است. نتیجه‌ی توافق و عدم توافق این است که هویت، حداقل در اصل همواره قابل مذاکره است و یک چیز ثابت نیست. (ذکایی، ۱۳۹۵) معناساز بودن هویت بر ساختگی بودن آن دلالت می‌کند. معنا خاصیت ذاتی واژه‌ها و اشیاء نیست، بلکه همیشه نتیجه توافق یا عدم توافق

است؛ بنابراین معنا می‌تواند موضوع قرارداد باشد و بر سر آن به مذاکره و گفت‌وگو نشست. پس هویت نیز چیزی طبیعی، ذاتی و از پیش موجود نیست، بلکه همیشه باید ساخته شود. انسان‌ها باید همواره چیزها یا اشخاص را طبقه‌بندی کنند و خود را داخل آن طبقه قرار دهند. به بیان دیگر هویت را فقط می‌توان از طریق انکار آگاهانه ابهام و کنار گذاشتن تفاوت‌ها کسب کرد. (هورارت به نقل از گل محمدی، ۱۳۸۱: ۲۲۵)

رسانه‌های اجتماعی و مسئله هویت

سایت‌های شبکه‌های اجتماعی به افراد این امکان را می‌دهند که یک نمایه عضویت برای خودشان بسازند، با آشنایان و دوستان بالقوه ارتباط بگیرند و ارتباطات سایر اعضا را از نظر بگذرانند. جذابیت آن‌ها ناشی از این است که صحنه‌ای را برای نمایش خود انسان و ارتباطات اجتماعی تدارک می‌بینند. آن‌ها پایه‌هایی را به وجود می‌آورند که شامل متون، عکس‌ها و سایر قابلیت‌های چندرسانه‌ای است و نمایش خود را تسهیل می‌کنند؛ اما درعین حال کل این نمایش حول محور ابراز عمومی ارتباطات اجتماعی با دوستان است که هویت فرد را بنا به عادت تصدیق می‌کنند و خود او را از طریق فرایندی انعطاف‌پذیر معرفی می‌نمایند که شامل پیوند سیال با حلقه‌های اجتماعی است. به این ترتیب افراد منفرد و هویت‌های جمعی به‌طور هم‌زمان ارائه می‌شوند و اشاعه می‌یابند. (پاپاچاریسی، ۲۰۱۱: ۳۰۴)

فرایند خویش‌نمایی خود در پس‌زمینه سایت‌های شبکه‌های اجتماعی بسیار پیچیده شده است. سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مجموعه‌ای از مخاطبان خصوصی و عمومی را در قالب انبوهی از ناظران منفرد ترکیب می‌کنند که نمایش یکسانی را به تماشا می‌نشینند؛ البته هر کس بسته به مناسباتش با فردی که خود را نمایش می‌دهد، کمتر یا بیشتر از دیگران می‌بیند. افراد باید در خویش‌نمایی‌هایی کوچک متعددی درگیر شوند که با گردآوردن مجموعه‌ای از اشارات نشانه‌شناختی، خود انسان را به گونه‌ای به نمایش می‌گذارند که برای مخاطبان متعدد معنادار باشد؛ درعین حال انسجام و تداوم ضمیر انسان نباید قربانی تعدد این خویش‌نمایی‌ها شود. فرایند اصلاح و پیراستن رفتار باید طوری باشد

که به مذاق انواع متنوع مخاطبان خوش بیاید؛ البته این الزام برای افراد چیز جدیدی نیست. در چرخه‌های هر روزه خویش‌نمایی و شکل‌دهی به تأثرات احساسی، افراد در صحنه‌های چندگانه به ایفای نقش می‌پردازند؛ اما مسئله این است که اکنون افراد می‌توانند سپهرهای اجتماعی‌ای را که شاید در جهان آفلاین مجزا بودند، در جهان آنلاین ترکیب کنند و به این ترتیب محدوده‌های خصوصی و عمومی را در هم بیاورند. میرویتز (۱۹۸۶) مجموع این شرایط را به‌مثابه تغییر ماهرانه «جغرافیای موقعیت‌مند زندگی اجتماعی» شرح می‌دهد و ادعا می‌کند که رسانه‌های الکترونیکی محدوده‌های خصوصی و عمومی را به شیوه‌ای بازسازمان‌دهی می‌کنند که مجموعه‌ای از مخاطبان بالقوه، حتی مخاطبان بین‌المللی و مخاطبان تصادفی را در اختیار افراد بگذارند. (میرویتز، ۱۹۸۶: ۶). هدایت خود در کرانه‌های اجتماعی این سایت‌ها دال بر این است که هویت نه تنها در میان مخاطبان متکثر و هم‌گرا نمایش داده می‌شود، بلکه اصلاح نیز می‌گردد. این کار نیازمند مهارت یافتن در زمینه تجهیزات رسانه‌ای یا به قول کاستلز «قدرت مانور در جغرافیای تکنیکی» این شبکه‌هاست. (پاچاریسی، ۲۰۱۱: ۳۰۷)

از این رو، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی به عمده‌ترین فضاهاى خودمدیریتی و خودتنظیم‌گری تبدیل شده‌اند. سایت‌های شبکه‌های اجتماعی همچون قرارگاه‌هایی به شمار می‌آیند که نتایج سرمایه‌گذاری‌های پی‌درپی روی خودپیشرفت‌گری را واکاوی می‌کنند. در چنین زمینه‌ای یک سوژه غیررسانه‌ای همانا سوژه‌ای تکه‌پاره به شمار می‌آید که باید بار دیگر از طریق رسانه‌های نوین سرهم‌بندی شود. این هویت باید دائماً از نو خلق گردد تا با الزامات زمانه هم‌ساز شود و بتواند به موفقیت‌های شخصی و حرفه‌ای دست یابد. قابلیت‌های سایت‌های شبکه‌های اجتماعی به‌خوبی با مشغولیت‌های مدرنیته متأخر که در آن سوژه باید خود را به‌طور مداوم به‌روزرسانی کند، تطبیق یافته‌اند.

با توجه به این که ساخت‌یابی خود رسانه‌محور مشتمل بر فشارهای خودتنظیم‌گرانه است، نوجوانان راه‌های خلاقانه‌ای را برای مواجهه با قابلیت مرکب‌رسانه به وجود آورده‌اند. نوجوانان احتمالاً برای مدارا و پذیرش حوزه عمومی شبکه‌ای آمادگی بیشتری

دارند؛ زیرا آنان در سن، در زمانه و در شرایطی هستند که فرصت‌های شبکه‌ای به‌مثابه بخش جدایی‌ناپذیر زندگی روزمره پذیرفته و در آن حکم شده‌اند. (چمبرز، ۲۰۱۳: ۷۹-۸۰)

یکی از ویژگی‌های کلیدی خود رسانه‌محور عبارت است از نمایش و مدیریت هویت در پس‌زمینه‌های آنلاین. این دوران دیجیتالی، اهمیت در انداختن طرح خود را برجسته ساخته و این پرسش را در درجه اول اهمیت قرار داده است: «من کیستم؟» این مسئله به مسئله محوری زمانه تبدیل شده است: مردم چگونه خویش را به‌مثابه سوژه‌ای منعطف ارائه می‌کنند و در حوزه عمومی شبکه‌ای، حس کنترل بر نفس را به دست می‌آورند. تولید محتوای آنلاین شبکه‌ای یکی از فرایندهای ذاتی مدیریت هویت، سبک زندگی و روابط اجتماعی هر شخص است. بازنمایی آنلاین ضمیر انسان شامل نوعی تعامل نمادین است کهمید و گافمن آن را تشریح کرده‌اند. امروزه این فرایند نمادین به شکل نمایشی از خود، تکامل یافته است که پیوندهای دوستانه را مفصل‌بندی می‌نماید و به‌مثابه یک نشانگر هویتی در نمایه کاربری افراد مورداستفاده قرار می‌گیرد. خودمدیریتی هویت‌های آنلاین شامل قضاوت‌هایی در مورد مناسبات پیچیده چندبعدی نیز می‌شود. نوجوانان و بزرگسالان مرادوات خویش را با «دوستان» به‌منزله بخشی از این فرایند به کار می‌گیرند تا هویتشان را نمایش دهند. (لیوینگ استون، ۲۰۰۸)

آلیس مارویک این ایده را پیش می‌کشد که «رسانه‌های اجتماعی باعث می‌شوند هویت، حدیث نفس و پیوندهای ارتباطی ما در معرض دید همگان قرار بگیرند و در نتیجه هرگونه ارزش‌گذاری و اهمیت‌دهی از این شبکه‌ها رخت برمی‌بندد». (مارویک، ۲۰۰۵: ۱۲)

امروزه رسانه‌های اجتماعی با کاربردپذیر کردن روایت‌ها و واژگان خاص خود آنلاین، یکی از ابعاد کلیدی خودتنظیم‌گری پروفایل‌های شخصی به شمار می‌آیند. همان‌طور که رز می‌گوید سوژه مدرن نیازمند بازشناسی و برملا کردن هویت خویش است، به‌طوری‌که دیگر هیچ‌یک از جنبه‌های «زندگی خصوصی» از فرایند آشکارسازی و فاش‌گویی مصون

نیست. فرد در میان تکنولوژی‌های اداره‌کننده خود «به‌مثابه یک کارگزار فعال فرض می‌شود که آرزو دارد مسئولیت سرنوشت خویش را آگاهانه، خودمختارانه و به نحو سکولار بر عهده بگیرد». (رز، ۱۹۹۶: ۱۴۳-۱۴۵).

مفهوم خود در جماعت‌های مدرن متأخر به‌مثابه انتزاعی سیال بیان می‌شود که از طریق تعامل فردی با واقعیت شکل می‌گیرد؛ البته خود این واقعیت هم بسیار انعطاف‌پذیر است. به‌این‌ترتیب فرایند خویش‌نمایی به یک چرخه همواره پویا تبدیل می‌شود که هویت فردی از طریق آن ارائه می‌شود، تن به مقایسه می‌دهد و با منظومه‌ای از واقعیات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی سازگاری می‌یابد؛ یا آنکه به‌صورت تدافعی موردحمایت قرار می‌گیرد. گافمن (گافمن، ۱۹۵۹) این فرایند را همچون یک بازی اطلاعاتی تشریح کرده است: «چرخه بالقوه پایان‌ناپذیرِ نمان‌بودگی، اکتشاف، آشکارسازی کذب و اکتشاف مجدد» سایر جامعه‌شناسان نیز این رویکرد کمابیش من‌محور را به انکشاف‌های تاریخی معاصر ربط داده‌اند تا ضمیر انسان را سیال‌تر (باومن، ۲۰۰۵)، منعطف‌تر (گیدنز، ۱۹۹۱) یا مبتنی بر فرایند این‌همانی نفس (جنکینز، ۲۰۰۴) ارائه کنند. این‌همانی نفس در زندگی اجتماعی و خصوصی باعث می‌شود سطوح معجزا ولی مرتبط کنش متقابل شبکه‌ای با یکدیگر مرتبط شوند. تکنولوژی قادر است مبنایی برای این کنش متقابل فراهم بیاورد و افراد را تک‌تک یا هم‌زمان با چندین مخاطب مرتبط سازد. شبکه‌های اجتماعی آنلاین شامل سایت‌هایی برای بازنمایی خود انسان و گفتگو پیرامون هویت او هستند. خود شبکه‌ای گلچینی از بحث‌ها را درباره چیزهایی که به‌عنوان نفس انسان در محیط شبکه‌ای آنلاین ارائه می‌شوند، بیان می‌کند. (پاچاریسی، ۲۰۱۱: ۳۰۴)

در نهایت، رسانه‌های اجتماعی می‌تواند در چگونگی تلقی کودکان از خودشان (هم به لحاظ اینکه در نسبت با دیگران چه کسی هستند و هم به لحاظ اینکه چگونه مهارت‌های خود (self) آینده‌شان را تعیین و تربیت می‌کنند) تأثیرگذار باشد. بخش مهمی از شکل‌گیری هویت در گرو این است که فرد بتواند خود را در نسبت با دیگران تعریف کند. هویت امری نسبی است و پرورش و اجرای آن همراه با دریافتی روشن از کسانی صورتی

می‌گیرد که به خود فرد شبیه‌اند و یا با آن متفاوت‌اند. آنچه به بحث ما مربوط می‌شود تنها دو جنبه از همین هویت نسبی است. نخست اینکه کودکان چگونه خود را در نسبت با نحوه استفاده‌شان از فناوری و مقایسه آن با دیگر کودکان، تعریف می‌کنند (همان گفتمان دیجیتال درونی^۱ که با آن آشنا هستند) دوم اینکه کودکان چگونه می‌توانند از طریق شناخت بهتر دوستان و سایر آشنایان خود به درک بهتری از خودشان دست یابند. (دیویس و اینون، ۲۰۱۳:۷۰)

نظریه هویت اریکسون و مارسیا و پروزنسکی

اریکسون که نخستین کسی بود که مسئله هویت را در کانون توجه قرار داد، کودکی را دورانی می‌دانست که فرد در آن باید وظیفه برساختن هویت خود (self) یا هویت نفس (ego) را به انجام برساند. ساختن هویت نفس عبارت است از یکپارچه‌سازی تجارب انباشته‌شده، مهارت‌ها، استعدادها و فرصت‌های ایجادشده توسط نقش‌های مختلف اجتماعی در قالب یک هویت فشرده و پیچیده فردی. به باور اریکسون مسائل مربوط به تصمیم‌گیری‌های کاری، ارزش‌های ایدئولوژیک و هویت جنسی، اساس هویت نفس هستند. اریکسون چنین استدلال می‌کرد که کودکان در یک دوره تعلیق روان‌شناختی^۲ هستند که طی آن می‌توانند نقش‌ها و هویت‌های گوناگونی را بروز دهند. (اریکسون به نقل از سوبراهماینام و شاماهل، ۲۰۱۱: ۶۰)

آن دسته از کودکان که این کار را می‌کنند احتمال بیشتری وجود دارد که از هویت خود راضی باشند. تأمل کودکان در مورد خودشان، خصوصیت‌هایشان و جایگاه اجتماعی‌شان به آن‌ها کمک می‌کند هویت خود را بکاوند و بسازند. نظریه اریکسون^۳ در مورد هویت بعدها توسط مارسیا تکمیل شد. مارسیا هویت را به شکل یک فرایند می‌دید و رویکردی را معرفی کرد که می‌شد با آن وضعیت هویتی کودک را در هر مقطع خاصی مورد سنجش قرار داد.

-
1. digital native discourse
 2. psychosocial moratorium
 3. Erikson's (۱۹۶۸)

به عقیده ماریسا مفاهیمی مثل تعهد و کاوش در تبیین رشد هویتی کودکان اهمیت کلیدی داشتند. کاوش زمانی رخ می‌دهد که کودک وارد فرایند گزینش و تصمیم‌گیری در مورد مسائلی چون روابط، مذهب، زندگی، سبک و یا کار و حرفه می‌شوند. چون این فرایند شامل جستجو و کشف فعالانه است. در طرف دیگر تعهد عبارت است از پذیرش برخی اهداف معین و برنامه‌ها برای زندگی که شامل قبول مسئولیت انتخاب‌ها و کنش‌های زندگی است. (کروگر و ماریسا، ۲۰۰۱)

به عقیده ماریسا، حضور و یا نبود این دو جنبه کلیدی (کاوش و تعهد) موجب بروز این چهار وضعیت هویتی می‌شوند:

۱- هویت زودرس^۱ که مشخصه آن وجود تعهد و نبود کاوش و جستجوگری است. اگرچه کودک از احساس هویت خود راضی است اما این هویت از افراد مقتدر پیرامون گرفته شده و ممکن است کودک در ادامه به فردی متعصب و دنباله‌رو تبدیل شود.

۲- هویت مغشوش^۲ وضعیتی است که کودک در آن نبود بحران و نبود تعهد را تجربه می‌کند و در جستجوی احساس هویت خود نقش فعالی ندارد. بر اساس نظریه ماریسا کودکانی که در وضعیت هویت مغشوش به سر می‌برند به راحتی تحت تأثیر همتایان خود قرار می‌گیرند و ممکن است به دفعات عقاید و رفتارهای خود را برای هماهنگ شدن با انتظارات و هنجارهای گروهی که در آن هستند تغییر دهند.

۳- هویت دیررس^۳ وضعیتی است که در آن کودک دچار بحران هویتی شده اما نمی‌تواند به جمع‌بندی خاصی در مورد نفس خود برسد. چنین فردی ممکن است گاه‌به‌گاه حالاتی از اضطراب و تردید را، شبیه به مواقع خاموشی‌ها لحظه‌ای، تجربه کند و نقش‌های جدیدی را بدون داشتن تعهدی به آن‌ها امتحان کند یا مورد کاوش قرار دهد. همچنین ممکن است هنجارها و ارزش‌های جدید را جستجو و کشف کند.

1. Foreclosed identity
2. Identity diffusion
3. moratorium

۴- در وضعیت هویت کامیاب^۱ هم بحران و هم تعهد دیده می‌شود. کودک در مورد هویت خود دچار بحران می‌شود، دست به جستجو و تجربه می‌زند و در آخر تعریف معینی از خود (self) را می‌پذیرد و مسئولیت چنین پذیرشی را قبول می‌کند. کودک در مرحله هویت کامیاب احساس می‌کند خودانگاره^۲ مثبتی دارد، انعطاف بالایی دارد و مستقل است. بنا بر نظرات اریکسون و مارسیا، جستجوگری و کاوش در شکل‌گیری یک هویت سالم در دوره کودکی نقش اساسی دارد.

جستجوی هویتی در خلأ اتفاق نمی‌افتد و به جنبه‌های دیگر زندگی فرد ارتباط می‌یابد. جستجوی کودک برای خود، بستگی به وضعیت بلوغ آن‌ها دارد و همچنین با متغیرهای خانوادگی از جمله رضایتمندی و نارضایتی از ابعاد کارکردی خانواده (از جمله تصمیم‌گیری‌ها، کیفیت عاطفی روابط فامیلی) و الگوی تعاملی خانواده و سبک‌های ارتباطی در ارتباط است. در این دیدگاه دوستان و هم‌تایان نقش مهمی دارند چون کودکان معمولاً دوست دارند نگرش‌ها و رفتارهای تازه را در همراهی با آن‌ها تجربه کنند و برای حمایت شدن و گرفتن بازخورد به آن‌ها وابسته‌اند و از آن‌ها مانند آینه‌ای برای آزمایش جنبه‌های مختلف خودتعریفی^۳ استفاده می‌کنند. (سوبراهمانام و شاماها، ۲۰۱۱: ۶۰)

آزمایش هویت به عقیده بسیاری از کارشناسان بخش مهمی از شکل‌گیری حس فردیت است. نزد عده‌ای از نظریه‌پردازان، شکل‌گیری هویت مستلزم این است که کودکان با رفتن در قالب نقش‌های متفاوت (نقش‌های بزرگ سالانه) آنچه را خود می‌پسندد بیابد و گاه در جریان این جستجو کودک دچار سردرگمی نقشی می‌شود. مفهوم سردرگمی نقشی و [ارتباط آن با] هویت و اهمیت این مفهوم ابتدا توسط اریکسون معرفی و سپس توسط مارسیا بسط داده شد. اکثر محققانی که به این حوزه مطالعاتی علاقمندند معتقدند وجود حدی از آزمایش‌گری هویتی^۴ در جریان بلوغ امری نرمال و حتی مهم است و اینترنت یکی از فرصت‌های کودک برای این آزمایش‌گری است. (دیویس و اینون،

-
1. identity achievement
 2. self-image
 3. self-definition
 4. identity experimentation

۲۰۱۳: ۶۸) اینترنت، تاحدودی به دلیل القای حس ناشناس بودن و نیز به دلیل حذف بخشی از سرنخ‌های سمعی و بصری، این امکان را به کودکان می‌دهد که هویت خود را به آزمایش بگذارند. البته همان‌طور که در بالا ذکر شد، فضاهای آنلاین همیشه به‌طور مطلق ناشناس نیستند و اکثر تعاملات آنلاینی که توسط کودکان صورت می‌گیرد با افرادی برقرار می‌شود که در «دنیای واقعی» حضور دارند. (بوید، ۲۰۰۷) دوره‌های پیش از نوجوانی و اوایل کودکی معمولاً به لحاظ هویت‌آزمایی دوره‌های مهمی تلقی می‌شوند. آزمونگری هویتی می‌تواند با اهداف گوناگونی صورت پذیرد. در تحقیق والکنبرگ^۱ دلیل کودکان برای مشارکت در آزمونگری هویتی آنلاین (به ترتیب اهمیت) کنجکاوی در مورد نحوه واکنش دیگران به برخی رفتارها (خود کاوی)، تلاش برای فائق آمدن بر مشکل کمروبی (ترمیم اجتماعی) و تسهیل روابط با دیگران (تسهیل اجتماعی) است. (والکنبرگ و همکاران، ۲۰۰۵: ۳۹۷)

محققان در مورد مفهوم جستجوی هویت در محیط‌های دیجیتال (جستجو برای خودهای^۲ احتمالی‌شان و تمرین خودهای مطلوب) بحث‌های زیادی کرده‌اند. اگرچه همه ما تقریباً همیشه هنگام جستجوی هویت‌های جدید از طریق روابط، خویشاوندی‌ها و نقش‌ها تا حدی کنترل را در دست داشته‌ایم اما محققانی چون گرگن^۳ معتقدند فناوری‌های دیجیتال (که بعضاً شامل دنیاهایی خیره‌کننده با هنجارهای متفاوت هستند) فضاهای زیادی را برای ما فراهم کرده‌اند که ما را به داشتن هویت‌هایی گوناگون تشویق می‌کند. اگرچه گرین معتقد است این نقاب زدن‌های پی‌درپی به شکل تراژیکی موجب تکه‌تکه شدن و ناخالصی حس فردیت می‌شد، اما ما عده دیگری از محققان معتقدند این امکان که فرد بتواند هویت‌های مختلف را مورد آزمایش و کاوش قرار دهد نقشی کلیدی در یافتن هویت‌های راستین و واقعی ایفا می‌کند. (ریوا و همکاران، ۲۰۱۶: ۱۹۶)

برزونسکی، در نظریه خود به تفاوت در فرایندهای شناختی- اجتماعی جوانان در ساخت، نگهداری و انطباق هویت خودشان تأکید دارد. به بیانی دیگر، نظریه برزونسکی بر

1. Valkenburg

2. Self

3. Gergen (2000)

آن دسته از فرایندهای اجتماعی- شناختی مبتنی است که طی آن افراد بر اساس شیوه ترجیحی پردازش اطلاعات مربوط به خود، گفت و گو درباره موضوعات مربوط به هویت و تصمیمات فردی، در وضعیت‌های متفاوت قرار می‌گیرند و لذا، فرایندهای متفاوت فرض شده، حداقل در سه سطح اطلاعاتی، هنجاری و سردرگم- اجتنابی به کار می‌رود؛ که اکثر اجزا اساس آن‌ها شامل پاسخ‌های شناختی- رفتاری خاصی است که افراد در زندگی روزمره خود به کار می‌برند. (کریمی، ۱۳۸۹)

سبک‌های هویتی:

منظور از سبک‌های هویتی راهکارهایی است که فرد به‌طور مشخص هنگام تصمیم‌گیری و حل مسئله و اداره موقعیت‌های روزانه از آن استفاده می‌کند. (حق‌شناس، ۱۳۹۰) این سبک‌ها از منظر بروزنسکی (۲۰۰۳) عبارت‌اند از:

- سبک هویتی اطلاعاتی: سبکی است که از طریق برخورد با مسائل هویتی و موقعیت‌های تصمیم‌گیری از طریق جستجوی فعالانه پردازش و ارزیابی اطلاعات مربوط به خود مشخص می‌شود. این افراد در برخورد با موضوعات مربوط به هویت، سنجیده عمل کرده و تلاش ذهنی زیادی نشان می‌دهند. افراد با سبک موقعیت اطلاعاتی از رویکرد مسئله مدار استفاده می‌کنند، وظیفه‌شناس‌اند، هدفمند می‌باشند، نسبت به اطلاعات مربوط به خود اعتماد دارند و لذا، تکالیف و اعمال خود را به تأخیر نمی‌اندازد.

- سبک هویتی هنجاری: سبکی که از طریق به تعویق انداختن و اجتناب فعالانه از تصمیم‌گیری، شکل دادن تعهد و مذاکره هویت مشخص می‌شود. افراد در این نوع سبک، وظیفه‌شناس و هدفمند اما بسیار ساختارمندانه و در برابر اطلاعاتی که ممکن است با ارزش‌ها و عقاید شخصی‌شان در تعارض باشند، بسته هستند. آن‌هایی که از سبک هویت هنجاری استفاده می‌کنند، گرایش به دفاعی بودن بیشتر و بسته بودن نسبت به پس‌خوراند در مورد برخی از جنبه‌های خود، مانند ارزش‌های شخصی هستند. آن‌ها هویت خود را در واژه‌هایی شبیه انتظار و رهنمود والدین، مذهب و دیگر گروه‌های مهم تعریف می‌کنند و در مقابل اطلاعاتی که عقاید موجود رایج آن‌ها را به چالش می‌کشند مقاوم هستند.

• سبک هویتی سردرگم: افراد دارای وضعیت سردرگم از یک پردازش هویت سردرگم- اجتنابی استفاده می‌کنند. آن‌ها سعی دارند از روبه‌رو شدن با مسائل و تعارض‌های هویتی تا حد ممکن اجتناب کنند. وقتی که آنان مجبور به تصمیم‌گیری می‌شوند، بر اساس یک سبک موقعیتی- احساسی عمل می‌کنند و با پیامدهای آنی تحت تأثیر قرار می‌گیرند. افراد سردرگم- اجتنابی، همواره تلاش می‌کنند که از مواجهه با مسائل فردی تعارضات و تصمیمات اجتناب کنند، در مقیاس‌های نیاز به شناخت و بخشودگی نمره کمتری به دست می‌آورند و در حالت دفاعی گرایش به تعمیم انفعالی به موقعیت‌های تصمیم‌گیری و مشکلات وی دارند. این نوع سبک، با راهبردهای مقابله هیجان مدار، انتظارات کنترل بیرونی، راهبردهای تصمیم‌گیری غیرانطباقی، تغییرپذیری مقطعی، روان رنجور خوایی و واکنش‌های افسرده‌گون رابطه مثبت و با وظیفه‌شناسی رابطه منفی دارد.

• سبک هویتی متعهد: سبکی که در آن تعهد به اهداف و برنامه‌ریزی‌های زندگی در سطح بالایی قرار دارد. (کریمی، ۱۳۸۹)

مارسیا^۱، سبک‌های هویتی را با توجه به دو مفهوم تعهد و کاوش به شرح زیر تقسیم‌بندی می‌کند:

• سبک هویتی سردرگم^۲ مرحله‌ای از توقف در روند زندگی که ویژگی آن حالت آشفتگی است. در سردرگمی هویت فرد هیچ‌گونه انتخاب ثابتی در مورد تعهدات خود ندارد و در اهداف و ارزش‌های خود هیچ جستجویی نمی‌کند. اگر هم در گذشته بحرانی را تجربه کرده باشند بدون آن‌که در پی آن تعهدی ایجاد کرده باشد، کاوش خاتمه یافته است. این افراد عمدتاً بی‌تفاوت و بی‌علاقه هستند و نقش‌های اجتماعی را امتحان نموده و به سرعت ترک می‌نمایند و خود را به دست سرنوشت و شانس می‌سپارند و هر کاری که جماعت انجام دهند با آن‌ها هم داستان می‌شوند، عزت‌نفس کمی دارند، تکانشی هستند و تفکری نامنظم دارند.

1. Marcia

2. Diffused Identity style

• هویت دنباله‌رو^۱: این گونه افراد از نظر تعهد به اهداف و برنامه‌های زندگی در سطح بالایی قرار دارند. ولی فاقد تجربه کاوش هستند. زمینه اصلی در پایگاه هویت دنباله‌رو، اجتناب از انتخاب و خودمختاری است. این گونه افراد، در حالی که جستجوگری اولیه را نداشته‌اند به دسته‌ای از اهداف، ارزش‌ها و عقاید تعهد دارند و زمانی که هویتشان قبل از موعد تثبیت شود، تأیید دیگران برایشان اهمیتی اساسی دارد، عزت‌نفس آنان تا حدود زیادی بستگی به تأیید دیگران دارد، برای مراجع قدرت اهمیت زیادی قایل‌اند و بیشتر همسالان خود هم‌نواپی می‌کنند و کمتر استقلال رأی دارند. در این حالت از هویت، افراد هیچ باور فرد، هویتی را می‌پذیرند که از قبل به وسیله افراد و اشخاص دیگر مشخص و انتخاب شده است.

افرادی که در وضعیت تثبیت هویت قرار دارند، آن‌هایی هستند که متعهد به تصمیم‌گیری بدون صرف تلاش و کشف یا جستجوی‌اند و معمولاً سازگار هستند اما در موقعیت‌هایی که نیاز به ریسک کردن دارند، محافظه‌کارانه عمل می‌کنند. معمولاً در خانواده‌های مستبد و با نظارت والدینی که خودشان از نظر هویتی، هویت تثبیت‌شده داشته‌اند، پرورش‌یافته‌اند. این گونه افراد بسیار مستعدند که ارزش‌های والدینی خود را بپذیرند.

• هویت بحران‌زده^۲: این پایگاه با جستجوگری فرد، اما بدون دسترسی به تعهد کافی توصیف می‌شود. از نظر تحولی مقدم‌تر از پایگاه هویت موفق است. این پایگاه به معنای جستجوگری فعال همراه با تعهد اندک است. در این حالت هویت، فرد نیاز دارد که خود را در تجارب مختلف بیازماید تا به شناخت عمیقی در مورد خود برسد و در نتیجه این افراد در مقایسه با سایر حالت‌ها بیشتر تمایل دارند که مدت کمتری در حالت تعلیق باقی بمانند. افراد در این وضعیت در حال کشف این هستند که چه کسی هستند اما از تصمیم‌نهایی فاصله می‌گیرند تا زمانی که تمام راه‌های عملی و ممکن کشف شوند. این گونه

1. Foreclosure Identity style

2. Moratorium Identity style

افراد، زمانی که واقعاً دارای یک هویت کاملاً مشخص شوند در وضعیت کسب هویت قرار می‌گیرند.

• سبک هویتی موفق^۱: ماریسا، هویت موفق را تقریباً شامل رویارویی با بحران‌های شخصی و تصمیم‌گیری متفکرانه می‌داند که دران افراد نسبت به انتخاب‌های گوناگون و دشواری که زندگی برایش فراهم آورده است آگاه می‌شود. هویت موفق نشان‌دهنده تعهدی است که پس از دوره‌ای از جستجوگری به دست می‌آید. ماریسا، معتقد بود که این حالت نقطه بی‌پایان فرایند شکل‌گیری هویت است. این حالت هویت، پایگاه فردی است که بحران هویتی را پشت سر گذارده و به هویت مشخص متعهد شده است. این گونه افراد، برخی خصیصه‌های شخصیتی مانند سطح بالایی از انگیزه پیشرفت و عزت‌نفس و روان رنجور خویی و پایینی و پیروی از وجدان و برونگرایی بالایی را نشان داده‌اند.

هویت موفق، استفاده کمتر از مکانیزم‌های دفاعی و سطح پایینی از کمرویی، همچنین سطح بالایی از کنترل درونی نسبت به پایگاه‌های هویت دیگر نشان داده است. در اصطلاحات فرایند شناختی، افراد با هویت موفق، توانایی بهتر عمل کردن در شرایط فشارزا، کار برنامه‌مند، عاقلانه و راهبردهای تصمیم‌گیری منطقی نسبت به دیگر پایگاه‌ها نشان داده‌اند. این گروه همچنین، سطح بالایی از استدلال اخلاقی راجع به موضوعات عدالت و مراقبت و حوالی رشد خود نشان داده‌اند.

در رابطه میان فردی، افراد با هویت موفق، نسبت به دیگر پایگاه‌های هویتی، سطح بالایی از صمیمت را نشان داده، قادر به توسعه ارتباطات بین فردی دوطرفه با دوستان دور و نزدیک و صادقانه علاقه‌مند به دیگران بوده و رضایت بیشتری از آشکارسازی خود به دیگران و الگوهای بسیار ایمن در پیوستگی به خانواده‌شان را نشان داده‌اند. (پورکلهر، ۱۳۹۱: ۲۰-۲۶)

روش‌شناسی

فرضیات پژوهش

فرضیه اصلی

- نوع نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک‌های هویتی نوجوانان رابطه معناداری دارد.

فرضیات فرعی

- نوع نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک هویتی اطلاعاتی در نوجوانان رابطه معناداری دارد.

- نوع نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک هویتی هنجاری در نوجوانان رابطه معناداری دارد.

- نوع نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک هویتی سردرگم-اجتنابی در نوجوانان رابطه معناداری دارد.

- نوع نگرش به رسانه‌های اجتماعی با مقیاس متعهد هویتی در نوجوانان رابطه معناداری دارد.

- بین دختران و پسران در سبک‌های هویتی تفاوت معنادار وجود دارد.

- بین سه‌ساله اول و سه‌ساله دوم دبیرستان از لحاظ سبک‌های هویتی تفاوت معنادار وجود دارد.

روش و تکنیک پژوهش

در این پژوهش با توجه به ماهیت موضوع و متغیرها و چگونگی انجام تحقیق، از روش تحقیق پیمایشی و تکنیک پرسشنامه استفاده شده است. پیمایش روش جمع‌آوری مستقیم از افراد به شیوه‌ای نظام‌مند یا سیستماتیک و استاندارد است. این روش از ابزار پرسشنامه استفاده می‌کند و سؤالات مشابهی از تمامی پاسخگویان پرسیده و داده‌هایی را جمع‌آوری می‌کند (عاملی، ۱۳۹۲: ۳۷). این پیمایش به صورت آنلاین و شبکه‌ای انجام شده است.

اگرچه تردیدهایی در مورد اعتبار روش‌های پیمایشی آنلاین وجود داشته است، عبداللهیان و شیخ‌انصاری (۱۳۹۴: ۶۵-۹۲) با الهام از اشتراوس (۱۳۹۰) که بر اولویت کارآمدی هر روشی در جمع‌آوری داده‌ها تأکید دارد و با مقایسه نتایج دو روش آنلاین و آفلاین در جمع‌آوری داده‌ها، به این نتیجه رسیدند که روش‌های پیمایشی آنلاین و آفلاین برای جمع‌آوری داده‌ها، نتایج یکسانی فراهم می‌آورند؛ بنابراین، روش‌های پیمایش آنلاین به اندازه روش‌های پیمایش آفلاین معتبرند.

پرسشنامه حاضر با رایزنی با مدارس مختلف در گروه‌های مختلف و در استان‌های مختلف پخش شد تا توزیع برابری داشته باشیم. از بین ۴۷۰۰ نفری که پرسشنامه را دیدند، تعداد ۱۰۶۵ نفر پرسشنامه را تکمیل کردند.

جامعه آماری و حجم نمونه

جامعه پژوهش حاضر را دانش‌آموزان دوره متوسطه اول و دوم تشکیل می‌دهند که بر اساس آمار وزارت آموزش و پرورش در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۳۹۹ تعداد آن‌ها در کشور ۶,۱۲۷,۰۱۷ نفر است. با توجه به جامعه آماری مشخص شده در پژوهش، حجم نمونه با توجه به اطلاعات ارائه شده از کل جامعه آماری بر اساس فرمول کوکران با احتمال خطای ۳ درصد ۱۰۶۷ نفر تعیین شد. پرسشنامه با رایزنی با مدارس مختلف در گروه‌های مختلف و در استان‌های مختلف پخش شد تا توزیع برابری داشته باشیم. از تعداد ۶۹۰۵ نفر که پرسشنامه آنلاین رؤیت کردند، تعداد ۱۴۰۷ نفر به آن پاسخ دادند که ۲۰۷ پرسشنامه به دلایلی چون پاسخ ندادن کامل به سؤالات و یا قرار نگرفتن در رنج بازه سنی مشخص شده از قرار گرفتن در آمار تحلیل حذف شدند فلذا داده‌های ۱۲۰۰ پرسشنامه تحلیل و بررسی شد.

روایی ابزار گردآوری داده‌ها

در این پژوهش از دو پرسشنامه متفاوت محقق ساخته و استاندارد استفاده شده است که مجزا به هر کدام می‌پردازیم.

مارسیا (۱۹۶۶ به نقل از بروزنسکی ۲۰۰۳)، در پارادایم پایگاه هویت، بحران هویت را در دو مقوله یعنی میزان کاوش فردی در مراحل شخصی یا موقعیتی و میزان تعهد فرد به این مسائل مفهوم‌سازی کرده است. وی این دو سازه را از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته عملیاتی کرده است. همان‌طور که گفته شد، پیش‌تر، نظریه‌پردازی در مورد مفهوم هویت در نظریه اریکسون اعتلا یافت. اریکسون (۱۹۶۳) به نقل از وایت و همکاران (۱۹۹۸) این نظریه را ارائه داد که افراد هشت مرحله متوالی رشد روانی - اجتماعی را پشت سر می‌گذارند که هر کدام بر اساس موفقیت مرحله قبل استوارند. فرضیه اول این است که بیشترین مشکلات رشدی طی دوره نوجوانی یعنی مرحله پنجم رشد روی می‌دهد. این مرحله هویت در برابر سردرگمی نقش به‌عنوان بحران هویت در نظر گرفته شده است. تجارب در این مرحله رشد می‌تواند به‌طور مستقیم بر مراحل بعدی زندگی اثر بگذارد. طی این مرحله رشد جستجوی حرفه، ارزش‌ها و باورها آغاز می‌شود. من کیستم؟ به کجا می‌روم؟ و چه خواهیم شد؟ سؤال‌هایی هستند که این تجربه را مشخص می‌کنند.

پرسشنامه سبک هویت (ISI-6G) را بروزنسکی (۱۹۸۹) برای اندازه‌گیری فرآیندهای شناختی - اجتماعی که نوجوانان در برخورد با مسائل مربوط به هویت به کار می‌برند، ساخته است. این مقیاس دارای ۴۰ سؤال و سه سبک هویتی اطلاعاتی، هنجاری، سردرگم - اجتنابی بعلاوه یک مقیاس متعهد است. این مقیاس سبک هویتی محسوب نمی‌شود بلکه صرفاً برای تحلیل ثانویه به کار برده می‌شود^۱.

بروزنسکی (۱۹۹۷) در سومین نسخه تجدید نظر شده پرسشنامه، ضرایب آلفای کرونباخ برای مقیاس اطلاعاتی ۰,۷۰، برای مقیاس هنجاری ۰,۶۶، مقیاس سردرگم - اجتنابی ۰,۷۶ و برای متعهد هویتی ۰,۷۱ گزارش کرده است. در ایران نیز پژوهش‌های گوناگونی، پرسشنامه سبک‌های هویتی را در بررسی دانش آموزان و دانش‌جویان به کار برده‌اند. غرابی، دژکام و محمدیان (۱۳۸۴) ضرایب پایایی برای سبک‌های هویتی اطلاعاتی، هنجاری و سردرگم - اجتنابی و متعهد هویتی را به ترتیب ۰,۷۵، ۰,۷۲، ۰,۸۱ و

۱. در این لینک می‌توانید سؤالات ۴۰ گانه سبک‌های هویتی را مشاهده کنید.

۰,۸۵ و حجازی و همکاران (۱۳۸۶) ضرایب پایایی برای سبک‌های هویتی یاد شده را به ترتیب ۰,۶۷, ۰,۶۰, ۰,۶۶, ۰,۶۸ گزارش کرده‌اند.

پرسش‌نامه نگرش به رسانه‌های اجتماعی نیز، پرسشنامه محقق ساخته در سه سطح عاطفی، شناختی و رفتاری است که به منظور سنجش میزان روایی پرسشنامه این پژوهش، از روایی محتوایی استفاده شد. روایی محتوایی پرسشنامه به ساختار و نوع سؤالات مندرج در آن مربوط است که غالباً توسط افراد متخصص و صاحب‌نظر در حوزه مورد مطالعه تعیین می‌شود. به همین منظور پس از آماده‌سازی این پرسشنامه، جهت تأیید محتوایی آن، در اختیار چند تن از متخصصین در این حوزه قرار گرفت و پس از اظهار نظر آن‌ها اصلاحات کلی انجام گرفت. به منظور سنجش پایایی این پرسشنامه در پژوهش حاضر، پیش‌آزمونی بر روی ده درصد از دانش‌آموزان با نمونه مورد نظر اجرا شد. پرسشنامه به وسیله ۱۲۰ دانش‌آموز تکمیل شد و سپس آزمون آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی آن اجرا گردید. پس از ورود داده‌ها به نرم‌افزار SPSS ضریب آلفای کرونباخ ۰,۸۲ به دست آمد که این رقم بیانگر پایایی خوبی برای این پرسشنامه است. در ذیل یک نمونه از گویه‌های هر کدام از سطوح عاطفی، شناختی و رفتاری آورده شده است که با طیف لیکرت سنجیده شده است.

شناختی: مزیتی همچون اضافه کردن مکان به عکس‌ها و تصاویر ارسالی در همه شبکه‌ها وجود دارد که تمایل مخاطب به استفاده از این شبکه‌ها افزایش می‌دهد.

عاطفی: رسانه‌های اجتماعی فکر و احساس مرا درگیر می‌کنند.

استفاده از رسانه‌های اجتماعی به من احساس قدرت می‌دهد.

رفتاری: فکر می‌کنم از وقتی که از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنم، دوستان صمیمی‌ام را از دست داده‌ام.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش با استفاده از ویرایش ۲۶ از نرم‌افزار آماری SPSS انجام شده و ترسیم جداول و نمودارها به وسیله نرم‌افزار مایکروسافت اکسل ۲۰۱۶ صورت گرفته است. تجزیه و تحلیل مذکور در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی صورت گرفته است.

همچنین از متغیرهای پژوهش آزمون کولوموگروف-اسمیرنف گرفته شد که با توجه به سطح معناداری به دست آمده بالای (۰/۰۵) داده‌های ما نرمال بود سپس از آزمون‌های پارامتریک برای آزمون متغیرها استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

جدول ۱. توزیع و درصد فراوانی پاسخ‌دهندگان به تفکیک جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
دختر	۷۵۲	۷۹/۴
پسر	۱۹۵	۲۰/۶
مجموع	۹۴۷	۱۰۰

جدول بالا تعداد پاسخ‌دهندگان را بر اساس جنسیت آن‌ها نشان می‌دهد. با توجه به اطلاعات موجود در جدول از ۹۴۷ نفری که در این پژوهش شرکت داشته‌اند، ۷۵۲ دانش‌آموز (۷۹/۴ درصد) از کل نمونه دختر و ۱۹۵ دانش‌آموز (۲۰/۶ درصد) از کل نمونه پسر بوده‌اند. لازم به ذکر است از مجموع ۱۰۶۵ پرسشنامه پر شده، ۹۴۷ پرسشنامه معتبر و مابقی مخدوش بود.

جدول ۲. توزیع و درصد فراوانی پاسخ‌دهندگان به تفکیک پایه تحصیلی

پایه تحصیلی	فراوانی	درصد فراوانی
هفتم	۱۰۵	۱۱/۱
هشتم	۹۹	۱۰/۵
نهم	۱۳۸	۱۴/۶
دهم	۲۵۴	۲۶/۸
یازدهم	۱۸۱	۱۹/۱
دوازدهم	۱۷۰	۱۸
مجموع	۹۴۷	۱۰۰

جدول بالا تعداد پاسخ‌دهندگان را بر اساس پایه تحصیلی نشان می‌دهد. با توجه به اطلاعات موجود در جدول بیشترین پایه تحصیلی پاسخ‌دهندگان با پایه تحصیلی دهم ۲۵۴ نفر (۲۶/۸ درصد) و بعدازآن به ترتیب در پایه تحصیلی یازدهم ۱۸۱ نفر (۱۹/۱ درصد)، دوازدهم ۱۷۰ نفر (۱۸ درصد)، نهم ۱۳۸ نفر (۱۴/۶)، هفتم ۱۰۵ نفر (۱۱/۱ درصد) و هشتم ۹۹ نفر (۱۰/۵ درصد) می‌باشند.

جدول ۳. توزیع و درصد فراوانی پاسخ‌دهندگان به تفکیک تعامل با رسانه‌های اجتماعی

تعامل با رسانه‌های اجتماعی	فراوانی	درصد فراوانی
دوستان صمیمی	۷۲۸	٪۷۷
خانواده	۱۰۶	٪۱۱
همکلاسی‌ها	۵۴	٪۶
معلمان	۳۵	٪۴
دوست پسر / دوست دختر	۲۴	٪۳
مجموع	۹۴۷	۱۰۰

جدول بالا تعداد پاسخ‌دهندگان اولویت‌های تعامل با رسانه‌های اجتماعی را نشان می‌دهد. با توجه به اطلاعات موجود در جدول بیشترین اولویت مربوط به دوستان صمیمی ۷۲۸ نفر (۷۷ درصد) و بعدازآن به ترتیب خانواده ۱۰۶ نفر (۱۱ درصد)، همکلاسی‌ها ۵۴ نفر (۶

درصد)، معلمان ۳۵ نفر (۴ درصد) و دوست پسر / دوست دختر ۲۴ نفر (۳ درصد) بوده است.

از متغیرهای پژوهش آزمون کولموگروف-اسمیرنف گرفته شد که با توجه به سطح معناداری به دست آمده بالای (۰/۰۵) داده‌های ما نرمال بود سپس از آزمون‌های پارامتریک برای آزمون متغیرها استفاده شد.

فرضیه اصلی: نوع نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک‌های هویت‌یابی نوجوانان رابطه معناداری دارد.

جدول ۴. نوع نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک‌های هویت‌یابی نوجوانان

مؤلفه‌ها	میانگین و انحراف معیار	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
نگرش به رسانه‌های اجتماعی	$2/84 \pm 0/55$	-۰/۵۳	۰/۱۰
هویت هنجاری	$3/65 \pm 0/53$	-۰/۳۲	۰/۳
هویت اطلاعاتی	$3/72 \pm 0/59$	-۰/۹۸	۰/۲
هویت سردرگم	$2/78 \pm 0/69$	۰/۲۲	۰/۰۰
مقیاس متعهد هویتی	$3/74 \pm 0/62$	-۰/۲۵	۰/۰۰
هویت کلی	$3/47 \pm 0/38$	-۰/۵۳	۰/۱۰

داده‌های جدول فوق به بررسی رابطه بین نوع نگرش دانش آموزان به رسانه‌های اجتماعی و سبک‌های هویتی آن‌ها می‌پردازد؛ که برای پاسخ به این فرضیه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در سطح معناداری ۰/۰۵ استفاده شده است. از بین رابطه نگرش به رسانه‌های اجتماعی و مؤلفه‌های هویت فقط با هویت سردرگم با مقدار ضریب همبستگی پیرسون به دست آمده (۰/۲۲) و سطح معناداری (۰/۰۰) رابطه مستقیم و معناداری و همچنین با مقیاس متعهد هویتی با مقدار ضریب همبستگی پیرسون (-۰/۲۵) و سطح معناداری (۰/۰۰) رابطه معکوس و معناداری وجود دارد و مابقی مؤلفه‌ها معنادار نبودند؛ یعنی هویت هنجاری و هویت اطلاعاتی به ترتیب با مقدار ضریب همبستگی پیرسون (-۰/۳۲)، (-۰/۹۸) و سطح معناداری (۰/۳)، (۰/۲) معنادار نبودند. بدین اعتبار می‌توان گفت هرچه نمره نگرش به

رسانه‌های اجتماعی بیشتر باشد، نمره هویت سردرگم و اجتنابی بیشتر است و برعکس هرچه نمره نگرش به رسانه اجتماعی بیشتر باشد تعهد هویتی پایین تر است.

جدول ۵. نتایج آزمون T مستقل برای بررسی رابطه بین انواع هویت‌یابی با تفکیک جنسیت

جنسیت	حجم نمونه	میانگین و انحراف معیار	T	سطح معناداری
زن هویت هنجاری مرد	۷۵۱ ۱۹۵	$۰/۵۳ \pm ۳/۶۶$ $۰/۵۵ \pm ۳/۶۴$	۰/۳۸	۰/۷۰
زن هویت اطلاعاتی مرد	۷۵۱ ۱۹۵	$۰/۵۹ \pm ۳/۷۲$ $۰/۶۳ \pm ۳/۷۰$	۰/۵۰	۰/۶۱
زن هویت سردرگم مرد	۷۵۱ ۱۹۵	$۰/۶۷ \pm ۲/۷۷$ $۰/۷۳ \pm ۲/۸۲$	۰/۹۶	۰/۳۳
زن تعهد هویتی مرد	۷۵۱ ۱۹۵	$۰/۶۳ \pm ۳/۷۷$ $۰/۵۸ \pm ۳/۶۵$	۲/۳۶	۰/۱۸
زن سبک‌هویت کلی مرد	۷۵۱ ۱۹۵	$۰/۳۸ \pm ۳/۴۸$ $۰/۴۰ \pm ۳/۴۵$	۰/۸۴	۰/۳۹

با توجه به جدول بالا، نتایج آزمون T مستقل با توجه به سطح معناداری (۰/۳۹) نشان داد که بین انواع سبک هویت از لحاظ جنسیت تفاوت معناداری وجود ندارد؛ بنابراین فرضیه پژوهش رد و فرضیه صفر تأیید می‌شود.

جدول ۶. نتایج آزمون T مستقل برای بررسی هویت‌یابی در سه سال اول و سه سال دوم تحصیلی

انواع هویت	تعداد	میانگین و انحراف معیار	T	سطح معناداری
هویت هنجاری	سه سال اول ۴۳۶ سه سال دوم ۵۱۰	$۳/۶۴ \pm ۰/۵۴$ $۳/۶۶ \pm ۰/۵۳$	-۰/۶۲	۰/۵۳
هویت اطلاعاتی	سه سال اول ۴۳۶ سه سال دوم ۵۱۰	$۳/۷۰ \pm ۰/۶۲$ $۳/۷۴ \pm ۰/۵۷$	۱/۰۲	۰/۳۰

انواع هویت	تعداد	میانگین و انحراف معیار	T	سطح معناداری
هویت سردرگم	سه سال اول ۴۳۶	$۲/۷۶ \pm ۰/۶۸$	-۰/۸۳	۰/۴۰
	سه سال دوم ۵۱۰	$۲/۸۰ \pm ۰/۶۹$		
مقیاس تعهد هویتی	سه سال اول ۴۳۶	$۳/۷۱ \pm ۰/۶۲$	-۱/۲۶	۰/۹۷
	سه سال دوم ۵۱۰	$۳/۷۸ \pm ۰/۶۳$		

با توجه به اطلاعات موجود در جدول، نتایج آزمون T مستقل برای بررسی هویت‌یابی در سه سال اول و دوم تحصیلی نشان داد که مقیاس متعهد هویتی در سه سال دوم تحصیلی بیشترین و در هویت سردرگم در سه سال اول تحصیلی کمترین مقدار را به خود اختصاص داده است؛ و همچنین سطح معناداری بالای ۰/۰۵ نشان داد که بین سبک‌های هویتی و سه سال اول و دوم تحصیلی تفاوت معناداری وجود ندارد.

بحث و نتیجه‌گیری:

سایت‌های شبکه‌های اجتماعی همچون قرارگاه‌هایی به شمار می‌آیند که نتایج سرمایه‌گذاری‌های پی‌درپی روی خودپیشرفت‌گری را واکاوی می‌کنند. در چنین زمینه‌ای یک سوژه غیر رسانه‌ای همانا سوژه‌ای تکه‌پاره به شمار می‌آید که باید بار دیگر از طریق رسانه‌های نوین سرهم‌بندی شود. این هویت باید دائماً از نو خلق گردد تا با الزامات زمانه هم‌ساز شود و بتواند به موفقیت‌های شخصی و حرفه‌ای دست یابد. قابلیت‌های سایت‌های شبکه‌های اجتماعی به‌خوبی با مشغولیت‌های مدرنیته متأخر که در آن سوژه باید خود را به‌طور مداوم به‌روزرسانی کند، تطبیق یافته‌اند، از این رو یکی از حوزه‌های مؤثر در مطالعات هویت هستند. رسانه‌های اجتماعی می‌توانند فرصتی مناسب برای آزمون‌گری هویت را فراهم کنند. شکل‌گیری یک هویت پایدار و یکپارچه مستلزم جستجوگری است و برای نوجوانان امروز جستجوگری هم در دنیای آنلاین و هم در دنیای آفلاین روی می‌دهد. محیط‌های آنلاین فرصت‌های فراوانی برای طرح پرسش و جستجو (که اریکسون و مارسیا در نظریه خود مطرح کرده بودند) به وجود آورده است.

وضع‌ی کنونی هویت‌ها تحت تأثیر آرمان‌های جهان فناوری محوری است که انعطاف‌پذیری، سیالیت، جهان وطن‌گرایی، التقاط و تجربه‌های هویتی را ارج می‌نهد. (باومن، ۲۰۱۳) فرض ما بر این بود که در چنین فضایی رسانه‌های اجتماعی می‌توانند بر چگونگی هویت‌یابی و سبک‌های هویتی نوجوانان که در اوج سنین جست‌وجوگری هویتی هستند، اثر بگذارند. از این رو بر آن شدیم تا رابطه سبک‌های هویتی را با نگرش به رسانه‌های اجتماعی دریابیم.

با توجه به آنچه در داده‌ها حاصل شد، نمی‌توان نتیجه گرفت رابطه بین همه سبک‌های هویتی با نمره نگرش به رسانه‌های اجتماعی وجود دارد، لکن میان سبک هویت سردرگم-اجتنابی و مقیاس متعهد با نگرش به رسانه‌های اجتماعی رابطه وجود دارد که این نتایج با توجه به ادبیات مطروحه کاملاً قابل تبیین است. همان‌طور که گفته شد، سبک هویت اطلاعاتی‌گیری از طریق جستجوی فعالانه و پردازش و ارزیابی اطلاعات مربوط به خود موقعیت‌های هویتی را درک می‌کند و بدیهی است که کاهش یا افزایش نمره نگرش به رسانه‌های اجتماعی رابطه‌ای با افراد با این سبک هویت نداشته باشد. همچنین سبک هویتی هنجاری همان‌طور که گفته شد، از طریق به تعویق انداختن و اجتناب فعالانه از تصمیم‌گیری، شکل دادن تعهد و مذاکره هویت مشخص می‌شود. افراد در این نوع سبک، وظیفه‌شناس و هدفمند اما بسیار ساختارمندانه و در برابر اطلاعاتی که ممکن است با ارزش‌ها و عقاید شخصی‌شان در تعارض باشند، بسته هستند. آن‌هایی که از سبک هویت هنجاری استفاده می‌کنند، گرایش به دفاعی بودن بیشتر و بسته بودن نسبت به پس‌خوراند در مورد برخی از جنبه‌های خود، مانند ارزش‌های شخصی هستند. آن‌ها هویت خود را در واژه‌هایی شبیه انتظار و رهنمود والدین، مذهب و دیگر گروه‌های مهم تعریف می‌کنند و در مقابل اطلاعاتی که عقاید موجود رایج آن‌ها را به چالش می‌کشند مقاوم هستند. طبیعی است که نگرش به رسانه‌های اجتماعی با این سبک ارتباطی نداشته باشد و فرضیه ما رد شود.

در مورد سبک هویتی سردرگم، همان‌طور که در ادبیات نیز اشاره شد، این افراد در وضعیت سردرگم هستند و وقتی که آنان مجبور به تصمیم‌گیری می‌شوند، بر اساس یک سبک موقعیتی-احساسی عمل می‌کنند و با پیامدهای آنی تحت تأثیر قرار می‌گیرند. افراد سردرگم-اجتنابی، همواره تلاش می‌کنند که از مواجهه با مسائل فردی تعارضات و تصمیمات اجتناب کنند؛ و همان‌طور که مارسیا نیز اشاره داشت، در سردرگمی هویت فرد هیچ‌گونه انتخاب ثابتی در مورد تعهدات خود ندارد و در اهداف و ارزش‌های خود هیچ جستجویی نمی‌کند. در این پژوهش فرض وجود رابطه بین این نوع سبک هویتی و نگرش به رسانه‌های اجتماعی تأیید شد. همبستگی بین هویت سردرگم اجتنابی و نگرش به شبکه‌های اجتماعی نیز مثبت و مستقیم است، یعنی هرچه نگرش به رسانه‌های اجتماعی مثبت‌تر بوده است، نمره هویت سردرگم نیز بیشتر بوده است.

همچنین سبک هویت متعهد نیز با نگرش به رسانه‌های اجتماعی رابطه معکوس دارد. با توجه به آنچه در ادبیات گفته شده این موضوع نیز قابل تبیین است. در سبک هویت متعهد، تعهد به اهداف و برنامه‌ریزی‌های زندگی در سطح بالایی قرار دارد. مارسیا، نیز هویت موفق را تقریباً شامل رویارویی با بحران‌های شخصی و تصمیم‌گیری متفکرانه می‌داند که دران افراد نسبت به انتخاب‌های گوناگون و دشواری که زندگی برایش فراهم آورده است آگاه می‌شود. هویت موفق نشان‌دهنده تعهدی است که پس از دوره‌ای از جستجوگری به دست می‌آید. مارسیا، معتقد بود که این حالت نقطه بی‌پایان فرایند شکل‌گیری هویت است. این حالت هویت، پایگاه فردی است که بحران هویتی را پشت سر گذارده و به هویت مشخص متعهد شده است. این‌گونه افراد، برخی خصیصه‌های شخصیتی مانند سطح بالایی از انگیزه پیشرفت و عزت‌نفس و روان رنجور خویی و پابینی و پیروی از وجدان و برونگرایی بالایی را نشان داده‌اند که طبیعی است نگرششان به رسانه‌های اجتماعی منفی‌تر باشد.

نوجوانانی که هویت زودرس دارند نسبت به هویت نفس خاصی تعهد پیدا کرده‌اند که معمولاً همان هویتی است که والدین یا دیگر افراد مقتدر پیرامون آن‌ها تبلیغ می‌کنند با

این تفاوت که هیچ بحران یا جستجوی فعالی در آن وجود ندارد. این نوع هویت زودرس ممکن است اولین چیزی باشد که در طول دوره شکل‌گیری هویت نوجوان اتفاق بیافتد. البته این نوجوانان در محیط‌های آنلاین می‌توانند به حالتی برگردند که هیچ تعهدی در آن دیده نمی‌شود یعنی چیزی شبیه به آنچه در افراد دارای هویت مغشوش و بی‌تعهد دیده می‌شود. محیط‌های آنلاین و هویت‌های مجازی می‌توانند به این فرایند کمک کنند و به جوان این امکان را بدهند که زودتر از آنچه در وضعیت هویت مغشوش «جرئت» انجامش را دارند، دست به آزمودن هویت خود بزنند. افرادی که در وضعیت مغشوش هستند نه بحرانی را تجربه می‌کنند و نه تعهدی دارند. به‌سادگی تحت تأثیر همتایان خود قرار می‌گیرند، معمولاً رفتار و دیدگاه‌های خود را تغییر می‌دهند و اطمینان به نفس پائینی دارند و در روابط بینا فردی خود دچار مشکل هستند.

طبق حدسیات ما محیط‌های آنلاین برای نوجوانانی که هویت مغشوش دارند، می‌تواند محیطی امن باشد. محیطی که می‌توانند در آن یاد بگیرند که چگونه عقاید خود را بیان کنند و با دیگران ارتباط برقرار کنند و بدون ترس از تحریم شدن توسط گروه، هنجارهای گروه را زیر پا بگذارند. البته شواهد تجربی کمی برای تأیید این برداشت‌های انجام‌شده از مطالعات ما وجود دارد. تشخیص و اندازه‌گیری هویت مغشوش با استفاده از پرسشنامه کار دشواری است چون نیازمند شناسایی ویژگی‌های تمام حالات و مقاطع است. افراد در وضعیت هویت دیررس در مورد هویت خود نگران‌اند اما هنوز خود را متعهد به نشان دادن بی‌تعهدی، در بالاترین حد ممکن، نکرده‌اند. بنا بر نظرات ماریسا، نوجوانان در وضعیت هویت دیررس شروع به آزمودن و تجربه کردن نقش‌ها و هویت‌های مختلف می‌کنند و ارزش‌های جدیدی را کشف می‌کنند.

همان‌طور که قبلاً گفتیم، رسانه‌های اجتماعی می‌تواند محیطی ایده‌آل برای این نوع جستجوگری و هویت‌آزمایی است. یافته‌های پژوهش ما همچنین این احتمال را تقویت می‌کنند که نوجوانانی که در وضعیت هویت دیررس هستند در مواقعی که آنلاین هستند قوانین و هنجارهای رایج در زندگی آفلاین را بیشتر زیر پا می‌گذارند و خود (self)

خویش را در محیط مجازی بیش‌تر از زندگی آفلاینشان تغییر می‌دهند. نوجوانانی که وضعیت حادث‌تری در هویت دیررس دارند چنین عنوان کرده‌اند که برخورد بازتری دارند و در بیشتر موارد وانمود می‌کنند از آنچه واقعاً در زندگی آفلاین هستند، بهترند. همچنین اغلب می‌گویند که والدینشان آن‌ها را در دنیای آنلاین به‌جا نمی‌آورند و تمایل بیشتری دارند تا از طریق اینترنت در مورد ارزش‌ها و نگرش‌های خود شفاف‌سازی کنند.

در کل نوجوانانی که دچار هویت دیررس بودند، تأیید می‌کردند که نگرش‌ها و هنجارهای خود را از طریق رسانه‌های اجتماعی شفاف‌سازی می‌کنند و گفتند که در دنیای آنلاین نسبت به دنیای واقعی برخورد بازتری دارند. البته این بدان معنا نیست که تمام نوجوانانی که دچار هویت زودرس هستند از رسانه‌های اجتماعی برای چنین مقاصدی استفاده می‌کنند بلکه فقط در مقایسه با افراد دارای دیگر وضعیت‌های هویتی، این رفتار را بیشتر بروز می‌دهند.

هویت کامیاب افرادی که در این وضعیت هویتی هستند هم بحران را تجربه کرده‌اند و هم تعهد را. با این حال ساده‌انگارانه است اگر فکر کنیم که جستجوی فرد برای هویتش، «خود» اش و ارزش‌هایش، با همان دوره نوجوانی به پایان می‌رسد. همچنین محیط‌های مجازی می‌توانند به‌واسطه «برگشت» دادن امن‌کاربران به حالت بلوغ دیررس، ارزش‌ها و اهداف آنان را بازتاب دهند و بدین ترتیب به هویت کامیاب کمک کنند. نوجوان ممکن است دچار چرخه‌ای شود که در آن حالت‌های هویت دیررس و هویت کامیاب به‌تناوب یکی پس از دیگری تکرار می‌شود؛ بنابراین محیط‌های دیجیتال می‌توانند با فرصت دادن به نوجوان برای آزمون و خطا کردن بی‌خطر با هویت خود، نقش مهمی در جستجوی فرد برای خود (self) ایفا کنند.

نوجوانان دارای هویت کامیاب بیشتر از دیگران به آزمودن هنجارها و قوانین زندگی روزمره و یا عدول از آن‌ها اذعان داشته‌اند. این موضوع تا حدی مؤید این ادعاست که وضعیت‌های هویتی نوجوانان در زندگی آفلاین ممکن است با رفتار آنلاین آن‌ها مرتبط باشد. اگرچه رفتار آنلاین نوجوانان معمولاً با وضعیت هویتی آفلاین آن‌ها تطبیق دارد اما

محیط‌های آنلاین در مقایسه با محیط‌های آفلاین فرصت جستجوگری بیشتر و تعهد کمتر را فراهم می‌کنند. به‌ویژه اینکه همان‌طور که در فصل دوم گفته شد جنبه مهم بسیاری از محیط‌های ارتباطی آنلاین است که با جرم‌زدایی از کاربران پتانسیل خود افشاسازی را در آنان افزایش می‌دهند. رسانه‌های اجتماعی ممکن است موجب تقویت جنبه جستجوگری تضعیف تعهد شود و از این رو ممکن است وضعیت هویتی نوجوان در حالت آنلاین تا حدودی با هویت آفلاین وی متفاوت باشد.

منابع

- اشتراوس، انسلم آل (۱۳۹۰). *اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌های مبانی، رویه‌ها و شیوه‌ها*. ترجمه بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- پورکلهر، راضیه (۱۳۹۱). *رابطه سبک‌های هویت والدین با ویژگی‌های مراحل رشد در کودکان عادی و کم‌توان ذهنی بر اساس آزمون ASQ*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تکابن: دانشگاه آزاد اسلامی.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۹۶). *هویت اجتماعی*. مترجم: نازنین میرزاییگی. تهران: نشر آگاه
- حجازی، الهه؛ فارسی نژاد، معصومه، عسگری، علی (۱۳۸۶). *سبک‌های هویت و پیشرفت تحصیلی؛ نقش خودکارآمد پنداری تحصیلی، فصلنامه روانشناسی، سال یازدهم، شماره ۴، زمستان.*
- حق‌شناس، طلعت (۱۳۹۰). *تأثیر سبک‌های هویتی مردان بر انواع خشونت خانگی آنان نسبت به همسر خود*، تهران: معاونت توان‌بخشی سازمان دفاع از قربانیان خشونت، مرکز مشاوره رها.
- دواس، دی‌ای. (۱۳۹۳). *پیمایش در تحقیقات اجتماعی (چاپ شانزدهم)*. مترجم: هوشنگ نایی. تهران: نشر نی
- ذکایی، محمدسعید و ولی زاده، وحید. (۱۳۸۸). *فرهنگ جوانان و تلفن همراه. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۲، شماره ۷.*
- ذکایی، محمدسعید. (۱۳۹۵). *درآمدی بر مطالعات کودکی در ایران*. در همایش ملی کودکی در ایران. تهران: نشر آگاه
- سعدی پور بیابانگرد، اسماعیل. (۱۳۹۳). *دنیای دیجیتال با تأکید بر نوجوانان*. تهران: جامعه‌شناسان فیض‌آبادی، زهرا (۱۳۸۶). *بررسی رابطه هم‌مدلی با سبک‌های هویت و تعهد در دانشجویان رشته‌های فنی و علوم انسانی، مجله مطالعات روان‌شناختی، شماره ۳.*
- کریمی، علی‌اکبر (۱۳۸۹). *رابطه کارکرد خانواده با سبک‌های هویت و جهت‌گیری مذهبی در دانش‌آموزان پایه سوم متوسطه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مشاوره مدرسه، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران.*
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۲). *روش‌های تحقیق در مطالعات فرهنگی و رسانه*. دانشگاه تهران.

عبداللہیان، حمید و شیخ انصاری، مهین (۱۳۹۳). رویکردی مقایسه‌ای بر کارایی روش‌های پیمایش آنلاین و آفلاین در مطالعه فیس بوک. *مجله جامعه‌شناسی ایران*. دوره پانزدهم، شماره ۳: ۹۲-۶۵

غرابی، بنفشه؛ عاطف وحید، محمد کاظم، دژ کام، محمود، محمدیان، مهرداد. (۱۳۸۴) راهبردهای مدارای نوجوانان تهرانی در وضعیت‌های مختلف هویتی، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، سال پنجم، شماره ۱۹

کاستلز، مانوئل. (۱۳۹۳). *قدرت ارتباطات*. مترجم: حسین بصیریان جهرمی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

کیلی، مری جین. (۱۳۹۶). *درآمدی بر مطالعات کودکی*. مترجم: علیرضا کرمانی. تهران: نشر ثالث گل محمدی، احمد. (۱۳۹۳). *جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت (چاپ هفتم)*. تهران: نشر نی شاملو سعید. (۱۳۸۴). *مکتب‌ها و نظریه‌ها در روانشناسی شخصیت*. تهران: رشد.

مش، گوستاو اس؛ تلمود، ایلان. (۱۳۹۳). *دنیای اجتماعی نوجوانان در عصر اطلاعات*. مترجمان: اسماعیل سعدی پور بیابانگرد و مینا آذرنوش. تهران: رشد

کندانیز، رزام (۱۳۹۵). *کودکان و نوجوانان نسل هزاره؛ خانواده و رسانه‌های جمعی*، ترجمه فرزانه نزاکتی و فرج حسینیان، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی

کورساو، ویلیام (۱۳۹۳) *جامعه‌شناسی کودکی*، ترجمه علیرضا کرمانی و مسعود رجیبی، تهران: ثالث.

- Bauman, Z. (2013). *Postmodernity and its Discontents*. John Wiley & Sons.
- Berzonsky, M. D. (1989). Identity style: Conceptualization and measurement. *Journal of Adolescent Research*, 4, 267-281.
- Berzonsky, M. D. (1998). *A self-regulatory model of identity development*. Paper presented at the biennial meetings of the International Society for the Study of Behavioral Development, Berne, Switzerland.
- Berzonsky, M. D. (2003). Identity style and well-being: Does commitment matter. *Identity: An International Journal of Theory and Research*, 3(2), 131-142
- Berzonsky, M.D., & Sullivan, C. (1992). Social-cognitive aspects of identity style: Need for cognition, experiential openness, and introspection. *Journal of Adolescent Research*, 7, 140-155.

- Bowman, S. and Willis, C. (2003). *We Media: How Audiences are shaping the Future of News and Information*. the Media Center at the American Press Institute
- boyd, d. (2007) 'Why Youth (Heart) 'Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life', in Buckingham, D. (ed.), *Youth, Identity, and Digital Media*, John, D. and Catherine, T. MacArthur Foundation Series on Digital media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, pp. 119–142.
- boyd, d. (2011) 'Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications', in Papacharissi, Z. (ed.), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge
- Boyd, Danah. (2014). *It's complicated: the social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Buckingham, D. (ed.) (2008) *Youth Identity and Digital Media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Davies, Chris & Eynon, Rebecca. (2013). *Teenagers and Technology*. Abingdon, England: Routledge.
- Erikson, E. (1963) *Identity: Youth and Crisis*. New York: W.W. Norton.
- Eynon, R. and Malmberg L. (2011) Understanding the online information seeking behaviours of young people: the role of networks of support. *Journal of Computer Assisted Learning*. Available online at: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1365-2729.2011.00460.x> (accessed 2 January 2012).
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- Goleman, D. (1986). Feeling of Control viewed as central in mental Health, *New York Times*, PP.19-23.
- Kraut, R., Lundmark, V., Patterson, M., Kiesler, S., Mukhopadhyay, T., Scherlis, W., 1998. Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*. 53(9),1017-1031.
- Kroger, J., & Marcia, J. E. (2011). The identity statuses: Origins, meanings, and interpretations. In *Handbook of identity theory and research* (pp. 31-53). Springer New York.
- Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A., Zickuhr, K., 2010. Social media and mobile Internet use among teens and young adults. Pew Internet and American Life Project. http://pewinternet.org/~media/Files/Reports/2010/PIP_Social_Media_and_Young_Adults_Report_Final_with_toplevels.pdf (accessed 12.11.12).

- Livingstone, S. (2008) Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media and Society*, 10(3), 393–411.
- Livingstone, S. and Helsper, E.J. (2010) Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the Internet: the role of online skills and Internet self-efficacy. *New Media and Society*, 12(2), 309–29.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A. and Ólafsson, K. (2011) *Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children. Full Findings*. London: EU Kids Online, LSE.
- Livingstone, Sonia & Sefton- Green, Julian. (2016). *The Class Living and Learning in the Digital Age*. New York, NY: NYU Press
- Marcia, J. E. (1993). The status of the statuses: Research review. In *Ego identity* (pp. 22-41). Springer New York.
- Mead, G.H. (1934/1962) *Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviourist*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mesch, Gustavo S. & Talmud, Ilan. (2010). *Wired Youth The Social World of Adolescence in the Information Age*. Abingdon, England: Routledge.
- Meyrowitz, J. (1997). Shifting Worlds of Strangers: Medium Theory and Changes in “Them” Versus “Us”*. *Sociological Inquiry*, 67(1), 59-71.
- Papacharissi, Zizi, Editor. (2011). *A Networked Self Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Abingdon, England: Routledge.
- Prensky, M., 2001. Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*. 9(5), 1-6.
- Riva, G, Wiederhold, B. K. & Cipresso, P. (2016). *The Psychology of Social Networking Identity and Relationships in online Communities*. Berlin: De Gruyter
- Rose, N. (1996) ‘Identity, Genealogy, History’, in Hall, S. and Du Gay, P. (eds.), *Questions of Cultural Identity*. London: Sage, pp. 128–150.
- Subrahmanyam, Kaveri & Šmahel, David. (2011). *Digital Youth, The Role of Media in Development*. New York, NY: Springer.
- Turkle, S. (2010). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- Valkenburg, P., Schouten, A. and Peter, J. (2005). Adolescents' identity experiments on the Internet. *New Media and Society*, 7(3), 383–402.
- White, J. M., & Jones, R. M. (1996). Identity styles of male inmates. *Criminal Justice and Behavior*, 23,490-504.