

تحلیل محتوای کیفی راهکارهای مدیریت فعالیت‌های زیست رسانه‌ای نوجوانان

برای پیشگیری از هویت‌زدایی اجتماعی آنها^۱

صادق حامدی نسب^۲

تاریخ ارسال: ۱۴۰۳/۱۰/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۲/۰۸

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی راهکارهای مدیریت فعالیت‌های زیست رسانه‌ای نوجوانان برای پیشگیری از هویت‌زدایی اجتماعی آنها بود. روش پژوهش از نوع تحلیل محتوای کیفی بود. جامعه پژوهش، همه دانشجویان علوم تربیتی مشغول به تحصیل در دانشگاه بیرجند در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ بودند. به روش نمونه‌گیری هدفمند و تا اشباع نظری داده‌ها، با ۱۵ نفر (۶ نفر مرد و ۹ نفر زن) از این دانشجویان مصاحبه نیمه ساختاریافته صورت گرفت و داده‌های به‌دست‌آمده، با روش تحلیل مضمون، بررسی شدند. برای پایایی داده‌ها از روش توافق بین کدگذاران و برای روایی یافته‌ها از روش بازنگری توسط متخصصان استفاده شد. یافته‌های حاصل از تحلیل داده‌ها، ۵ مضمون فراگیر (چگونگی استفاده، میزان، زمان، محیط، محتوای مورد استفاده از رسانه‌ها) و ۳۱ مضمون سازمان‌دهنده را نشان داد. درخصوص چگونگی استفاده، لازم است زیست رسانه‌ای نوجوانان، از مصرف‌کننده به تولیدکننده خلاق تغییر کند. همچنین لازم است تفاوت بین هویت واقعی و جعلی در فضای مجازی، به نوجوانان آموزش داده شود و تفکر انتقادی آنها نسبت به هویت‌های مجازی کاربران در رسانه‌ها ارتقا یابد. برای میزان استفاده، لازم است از نرم‌افزارهای کنترل زمان هوشمند استفاده شود و ساعات تماشای تلویزیون و بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای نوجوانان، محدود شوند. برای استفاده از فضای مجازی و برنامه‌های تلویزیون، زمان مشخصی تعیین شود و ابزارهای رسانه‌های در عمومی‌ترین نقطه خانه مورد استفاده قرار گیرند. علاوه بر این، بهتر است محتوایی مبتنی بر هویت واقعی نوجوانان- که متناسب با فرهنگ و مذهب آنها باشد- ارائه شود.

واژه‌های کلیدی

مدیریت زیست رسانه‌ای، هویت‌زدایی اجتماعی، نوجوانان، تحلیل محتوا.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.

۲. استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

مقدمه

رشد و گسترش دانش بشری و فناوری‌های نوین سبب شده تا دنیای انسان‌ها متحول و هر لحظه پیچیده‌تر شود (رنجبر، درویزه و نراقی‌زاده، ۱۳۹۰؛ کوچا، ۲۰۱۱). اینترنت یکی از وسایل ارتباطی در عصر جدید و یک جریان وسیع و در حال رشد است که در دسترس شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری قرار دارد. کاربرد گسترده اینترنت در سطح جهان، ارتباطات از مجرای کامپیوتر را تا این حد آسان کرده که مزیت‌های همه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات از گذشته در ویژگی‌های اینترنت خلاصه می‌شوند (برات دستجردی و سیدی، ۱۳۹۱؛ لی و لی، ۲۰۱۰). نقش اینترنت در ایجاد تغییرات اجتماعی و ایجاد زیست‌بوم جدید برای نوجوانان اجتناب‌ناپذیر است (برات دستجردی و سیدی، ۱۳۹۱). علاوه بر اینترنت، وجود رسانه‌های اجتماعی نیز در شکل‌گیری زیست‌بوم جدید نقش بسزایی دارند.

رسانه‌های اجتماعی، فناوری‌های رایانه‌ای هستند که ایجاد یا اشتراک اطلاعات، ایده‌ها، علایق شغلی و سایر شکل‌های گفتگو را از طریق جوامع و شبکه‌های مجازی، در قالب بسترهایی همچون وب و تلفن همراه تسهیل می‌کنند. رسانه‌های اجتماعی برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت است که بر روی پایه‌های ایدئولوژیک و فناوری وب ۲/۰، به کاربران اجازه ایجاد و تبادل تولید محتوا را می‌دهد (وو و همکاران، ۲۰۱۹). رسانه‌ای شدن زندگی و زندگی رسانه‌ای شکل‌های جدیدی از کنش و واکنش را در دنیای اجتماعی ایجاد می‌کند و معنای جدیدی به «زمان»، «مکان»، «فضا»، «تعامل» و «هویت» می‌دهد. رسانه‌گری از گذشته همراه بشر بود اما روند سریع پیشرفت نوآوری‌های فناورانه در عرصه رسانه‌ها توجه به این ویژگی مشترک فناورانه و بشری را افزایش داده است چیزهای بیشتری به رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی تبدیل شده‌اند و ویژگی جهان ما گسترش فرایند رسانه‌ای شدن است (لون، ۱۳۹۱، ۱۱). نخستین بار، گروهی از پژوهشگران در دهه ۱۹۶۰ ایده بررسی رابطه بین رسانه‌ها و افراد از منظر اکولوژیکی را مطرح کردند، پستمن زیست‌بوم رسانه را

1. Kujath.

2. Lee, & Lee.

3. Wu, & et al.

«مطالعه رسانه‌ها به‌عنوان یک محیط تعریف کرده است (اسکولاری، ۲۰۱۲) به نظر لون، زیست‌بوم رسانه، پادزهر نیرومندی در برابر این فرض تقلیل‌گرایانه است که فناوری را باید تنها یک تسهیل‌کننده، یک وسیله یا ابزار در خدمت چیز دیگری به شمار آورد» (لون، ۱۳۹۱، ۶۳).

تکامل رسانه‌ای در هر دوره، رنگ‌آمیزی جدیدی از درک هویت‌ها، زمان و مکان را در منظر رسانه‌ای به نمایش می‌گذارد. بوم‌شناسی رسانه سعی می‌کند دریابد که رسانه‌ها چگونه ما را وادار می‌کنند تا نقش‌هایی را بازی کنیم، چگونه رسانه‌ها آنچه را می‌بینیم یا فکر می‌کنیم ساختار می‌دهند (اسکولاری، ۲۰۱۲، ۴۱). استفاده از رسانه‌های اجتماعی در زیست‌بوم جدید، علی‌رغم فواید زیادی که برای نوجوانان دارد، معایبی نیز به همراه دارد، از جمله کارکردهای منفی آن می‌توان شکل‌گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذب، تبلیغات ضد دینی و القای شبهات، نقض حریم خصوصی افراد، انزوا و دور ماندن از محیط‌های واقعی اجتماع، تأثیرات منفی رفتاری، بحران هویت جوانان و قدرت برهم زدن روابط را بیان کرد. تأثیرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر روی هویت اجتماعی افراد و هویت‌زدایی جوانان از موضوعات مهم در عصر حاضر است (حامدی‌نسب و مهدی‌زاده، ۱۳۹۴).

هویت اجتماعی، سطحی از حیات اجتماعی است که افراد خود را با ضمیر ما متعلق و منتسب می‌دانند و نسبت به آن احساس تعلق، تکلیف و تعهد می‌کنند (کاروانی، ۱۳۹۳). تاجفل^۳ (۱۹۹۸) معتقد است هویت اجتماعی عبارت است از دانش فرد از تعلق به گروه اجتماعی خاص و اهمیت و ارزش منتج از این عضویت؛ و این هویت در صورتی شکل مثبت به خود می‌گیرد که ویژگی‌های گروه یا طبقه‌ای که فرد خود را عضوی از آن می‌داند با ویژگی‌های سایر گروه‌ها امکان رقابت داشته باشد. هویت اجتماعی نقش بسزایی در رشد نوجوان دارد و اگر نوجوان در پشت سر گذاشتن این مرحله دچار ناکامی نشود، در سلامت روانی و سازگاری آینده او نقش مهمی را ایفا می‌کند. هویت اجتماعی در افراد، معلول عوامل مختلفی است که از عوامل فردی و شخصی گرفته تا مسائل سیاسی-اجتماعی، فکری، عقیدتی و

1. Scolari.
2. Scolari.
3. Tajfel.

حتی مسائل روانی، اغلب هرگونه خللی که در یکی از ابعاد گفته‌شده در فرد ایجاد شود، بر کل شخصیت او تأثیر می‌گذارد (گیندرز، ۱۳۷۳).

نوجوانی یکی از مهم‌ترین مراحل تحول در زندگی انسان است که با تغییرات جسمانی، روانی و هویتی قابل توجهی همراه است. در این دوره، رشد قد و وزن به طور چشمگیری افزایش می‌یابد و تغییرات هورمونی ناشی از ترشح تستوسترون و استروژن باعث بروز ویژگی‌های جنسی ثانویه مانند تغییر صدا و رشد موهای بدن می‌شود (یوسفی، ۱۳۹۷؛ حسینی، ۱۳۹۵). همچنین، نوجوانان به دلیل فعالیت‌های بیشتر و رشد سریع‌تر به تغذیه سالم و متعادل نیاز دارند (صالحی، ۱۳۹۴). این تغییرات گاه باعث احساس نارضایتی از ظاهر یا عدم تطابق روانی می‌شود که نیازمند توجه و درک از سوی خانواده و اطرافیان است (یوسفی، ۱۳۹۷).

از سوی دیگر، ویژگی‌های روانی و هویتی این دوران نیز به دلیل تغییرات عاطفی و اجتماعی، پیچیدگی خاصی دارند. نوسانات عاطفی ناشی از تغییرات هورمونی، تمایل به استقلال بیشتر و فاصله گرفتن از والدین، و تلاش برای کشف هویت شخصی از ویژگی‌های روانی بارز نوجوانان است (فرهمند، ۱۳۹۸؛ کریمی، ۱۳۹۶). این مرحله اغلب با تضاد هویتی همراه است که طی آن نوجوانان میان ارزش‌های خانواده و جامعه در حال انتخاب هستند و به گروه‌های همسالان برای پذیرش اجتماعی بیشتر گرایش پیدا می‌کنند (یوسفی، ۱۳۹۷؛ احمدی، ۱۳۹۳). شناخت این ویژگی‌ها و همراهی با نوجوانان در این مسیر، برای شکل‌گیری هویتی پایدار و رشد سالم آنها ضروری است.

از نظر بایندر بحران هویت بر مبنای ذهنی ولی نه همواره احساسی به عضویت در یک جامعه سیاسی اشاره دارد ابتدایی‌ترین عوامل بحران‌ساز هویتی از تنش بین مفاهیم فرهنگی و روان‌شناختی هویت شخصی، گروهی تعریف سیاسی جامعه ایستا رها و ارزش‌های حاکم و تناقض‌های حاکم و تناقض‌های پیش‌آمده از هویت ذهنی و سایر هویت‌ها ناشی می‌شود. مشکل هویت در جوامع مختلف با روش‌های متفاوت بروز کرده و امروزه به یک نگرانی جدی در حوزه سیاست تبدیل‌شده است. به اعتقاد بایندر بحران هویت ضرورتاً، بحران یک کشور

نیست، بلکه بحران عصر ماست (پای و دیگران، ۱۳۸۰؛ ددپارور و لاجین، ۲۰۱۶) به بحران‌های ناشی از هویت‌های ساختگی با توجه به این‌که فرد معمولاً امکان انتخاب هویت‌های دیگری دارد که در نظر دیگران مطلوب‌تر یا خاص‌تر جلوه می‌کند، به وجود می‌آید. در این صورت فرد هنگام استفاده از امکانات ارتباطی مجازی هویت واقعی خود را که در سراسر زندگی واقعی با آن درگیر است کنار می‌گذارد و با هویت جدیدی مواجه می‌شود (خلقتی، ۱۳۸۷).

گسترش روزافزون استفاده از رسانه‌های اجتماعی در زیست‌بوم جدید، به‌ویژه در زیست رسانه‌ای نوجوانان، فرصت‌ها و چالش‌هایی را برای شکل‌گیری هویت اجتماعی آنها به همراه داشته است. استفاده بیش‌ازحد یا نامنظم از این رسانه‌ها می‌تواند به هویت‌زدایی اجتماعی منجر شود، که به معنای کاهش حس تعلق به هویت‌های فرهنگی، خانوادگی یا جمعی است (Twenge, 2017). این مسئله به دلیل تأثیرات منفی مانند انزوای اجتماعی، تأثیرپذیری از ارزش‌های ناسازگار با فرهنگ بومی و کاهش تعاملات حضوری، به یک نگرانی روبه‌رشد تبدیل شده است (Orben & Przybylski, 2019). نظر به اینکه نوجوانان در زیست‌بوم جدید در معرض بیشترین آسیب‌های مربوط به هویت‌زدایی اجتماعی هستند، راهکارهای مدیریتی مؤثر برای تنظیم فعالیت‌های زیست رسانه‌ای آنها به‌طور جامع شناسایی نشده‌اند. این پژوهش با استفاده از تحلیل محتوای کیفی، به دنبال استخراج راهکارهای عملی برای مدیریت فعالیت‌های زیست رسانه‌ای نوجوانان و تقویت هویت اجتماعی مثبت آنها در زیست‌بوم جدید به‌منظور پیشگیری از هویت‌زدایی اجتماعی است.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های مختلفی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و هویت اجتماعی را بررسی کرده‌اند و نشان داده‌اند که استفاده از این رسانه‌ها با ابعاد مختلف هویت ارتباط دارد. سلطانی (۱۳۹۵) دریافت که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و ابعاد هویت اجتماعی، به‌جز هویت ملی و دینی، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. به‌طور مشابه، صبوری و آذرگون (۱۳۹۱) نشان دادند که هویت قومی،

دینی، ملی و جهانی با میزان استفاده از فیس‌بوک مرتبط است، که این یافته‌ها بر تأثیر گسترده رسانه‌های اجتماعی بر هویت تأکید دارند.

برخی مطالعات بر عوامل شکل‌دهنده هویت آنلاین متمرکز شده‌اند. شافی و همکاران (۲۰۱۲) معتقدند که احساس عدم امنیت، تبلیغ خود شخص و ادراک متقابل از عوامل تأثیرگذار بر هویت آنلاین دانشجویان هستند و دریافتند که هویت آنلاین کاربران بر پایه هویت آفلاین آنها شکل می‌گیرد، که نشان‌دهنده پیوستگی بین دنیای واقعی و مجازی است.

در زمینه هویت ملی و قومی، پژوهش‌ها نتایج متنوعی ارائه داده‌اند. ربانی و همکاران دریافتند که بین استفاده از رسانه‌ها و هویت ملی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین، کرمانی و ساعی (۱۳۹۶) نشان دادند که استفاده از فیس‌بوک با هویت قومی دانشجویان همبستگی مثبت اما ضعیفی دارد و این رابطه با هر سه بعد هویت قومی برقرار است، که بر تأثیر متفاوت رسانه‌ها بر جنبه‌های مختلف هویت دلالت دارد.

شبکه‌های اجتماعی فرصت‌هایی برای ابراز خود و تعامل با دیگران به نوجوانان ارائه می‌دهند، اما چالش‌هایی نیز ایجاد می‌کنند. مانگو^۱ (۲۰۱۵) و ایان^۲ (۲۰۱۵) نشان دادند که این فضاها می‌توانند فشارهایی برای نمایش خود به صورت مطلوب اجتماعی ایجاد کنند، که ممکن است به بحران هویت منجر شود. این فشارها می‌توانند احساس عدم کفایت و ناتوانی در تطابق با استانداردهای اجتماعی را در نوجوانان القا کنند. این تغییرات فرهنگی بر اهمیت خودبیانگری و عاملیت شخصی تأکید دارند و وظایف جدیدی برای توسعه هویت در دوران گذار به بزرگسالی ایجاد می‌کنند، که شامل فرصت‌ها و چالش‌هایی برای ایجاد حس پایدار و معنادار از خود است.

آموزش و مداخلات نیز نقش مهمی در مدیریت تأثیرات رسانه‌های اجتماعی بر هویت دارند. اوانگ، پرایتنو و انگل^۳ (۲۰۲۱) نشان دادند که آموزش‌های دینی

1. Manago.

2. Ayun.

3. Awang, Prayitno, & Engel.

می‌توانند به نوجوانان کمک کنند تا با بحران هویت مقابله کرده و هویت خود را براساس ارزش‌های فرهنگی و دینی تقویت کنند، به‌ویژه با درک بهتر از وجود خود به عنوان مخلوق خداوند. میشیکان و سوارز-ارزکو^۱ (۲۰۱۶) نیز دریافتند که نوجوانان در رسانه‌های اجتماعی به‌طور فعال هویت خود را می‌سازند و بازسازی می‌کنند، که این رفتارها با توسعه هویت و روابط اجتماعی آنها مرتبط است و به گروه‌های متنوعی از جوانان فرصت می‌دهد تا جنبه‌های مختلف هویت خود را آشکار کنند. گوان^۲ (۲۰۲۴) تأکید کرد که استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند نیازهای روان‌شناختی نوجوانان را برآورده کند و به توسعه هویت آنها کمک کند، اما نیازمند مداخلات آموزشی و سیاست‌گذاری مانند بهبود سواد رسانه‌ای، تقویت نظارت بر پلتفرم‌های رسانه‌ای و حکمرانی دولتی است.

در جمع‌بندی، مطالعات پیشین نشان‌دهنده رابطه پیچیده بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت اجتماعی هستند. این رسانه‌ها از یک سو فرصت‌هایی برای ابراز و تقویت هویت فراهم می‌کنند، اما از سوی دیگر می‌توانند فشارهای اجتماعی و فرهنگی ایجاد کنند که به بحران هویت و هویت‌زدایی منجر شود، به‌ویژه در نوجوانان. این پیشینه بر نیاز به پژوهش‌های بیشتر برای شناسایی راهکارهای مدیریتی خاص در زمینه پیشگیری از هویت‌زدایی اجتماعی در زیست رسانه‌ای نوجوانان تأکید دارد، که پژوهش حاضر به دنبال پر کردن این خلأ است.

چهارچوب نظری

نظریه‌های هویت اجتماعی و مدیریت هویت آنلاین ازجمله نظریه‌هایی هستند که از موضوع پژوهش حمایت می‌کنند.

نظریه هویت اجتماعی^۳: نظریه هویت اجتماعی که توسط تاجفل و ترنر^۴ (۱۹۷۹) ارائه شده است، بر این اصل استوار است که هویت افراد در تعامل با گروه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد. انسان‌ها با قرار گرفتن در گروه‌های مختلف

1. Michikyan, & Suárez-Orozco.
2. Guan.
3. Social Identity Theory.
4. Tajfel & Turner.

(مانند خانواده، دوستان، یا گروه‌های مجازی)، خود را با ویژگی‌ها، هنجارها و ارزش‌های آن گروه‌ها تعریف می‌کنند. این فرآیند سه مرحله دارد: طبقه‌بندی اجتماعی، تعیین هویت و مقایسه اجتماعی. نوجوانان در فضای زیست‌رسانه‌ای از این فرآیند برای یافتن جایگاه خود در میان گروه‌های مختلف استفاده می‌کنند (تاجفل و ترنر، ۱۹۷۹).

در فضای مجازی، نوجوانان اغلب به دنبال یافتن حس تعلق هستند. گروه‌ها و جوامع مجازی مانند طرفداران موسیقی، بازی‌های آنلاین یا انجمن‌های خاص، بستری برای تعاملات اجتماعی جدید فراهم می‌کنند. این تعاملات، در عین حال که می‌توانند حس هویت مثبت ایجاد کنند، ممکن است نوجوانان را از هویت‌های واقعی‌شان دور کرده و هویت‌زدایی اجتماعی را تسریع کنند (تاجفل و ترنر، ۱۹۷۹).

برای پیشگیری از هویت‌زدایی اجتماعی، ارائه راهکارهایی که نوجوانان را در تشخیص ارزش‌های مثبت گروه‌های مجازی و حفظ تعادل میان هویت مجازی و واقعی یاری کند، ضروری است. تقویت ارتباط نوجوانان با گروه‌های اجتماعی واقعی مانند خانواده، مدارس و جامعه فرهنگی، از جمله این راهکارها است. همچنین، توسعه سواد رسانه‌ای می‌تواند به نوجوانان کمک کند تا تأثیرات گروه‌های مجازی بر هویت خود را بهتر بشناسند و آنها را مدیریت کنند.

نظریه مدیریت هویت آنلاین^۱: نظریه مدیریت هویت آنلاین، بر چگونگی ارائه و کنترل هویت افراد در فضای مجازی تأکید دارد. این نظریه، که از نظریه ارائه خود گافمن^۲ (۱۹۵۹) الهام گرفته شده است، بیان می‌کند که کاربران در فضای مجازی مانند بازیگران در یک صحنه، تلاش می‌کنند تا تصویر مطلوبی از خود به نمایش بگذارند. نوجوانان با انتخاب محتوای منتشرشده، تصاویر و نحوه تعاملات خود، به شکل‌دهی هویت آنلاین می‌پردازند (گافمن، ۱۹۵۹).

در فضای زیست‌رسانه‌ای، مدیریت هویت آنلاین به دو شکل می‌تواند تأثیرگذار باشد. از یک سو، نوجوانان با ایجاد تصویری مثبت از خود در فضای مجازی، می‌توانند عزت‌نفس و هویت اجتماعی خود را تقویت کنند. از سوی دیگر، اگر

1. Online Identity Management Theory.

2. Goffman.

هویت مجازی آنها با هویت واقعی‌شان در تضاد باشد، ممکن است دچار بحران هویت شوند. این تضاد میان هویت واقعی و مجازی، گاهی به کاهش اعتماد به نفس و هویت‌زدایی اجتماعی منجر می‌شود (گافمن، ۱۹۵۹).

نظریه هویت اجتماعی و مدیریت هویت آنلاین، هر دو به طور مستقیم به موضوع مقاله مرتبط هستند. از یک سو، نظریه هویت اجتماعی تأثیر گروه‌های مجازی بر شکل‌گیری و تغییر هویت نوجوانان را توضیح می‌دهد و از سوی دیگر، نظریه مدیریت هویت آنلاین، به بررسی نحوه تعامل نوجوانان با فضای زیست‌رسانه‌ای و اثرات این تعاملات بر هویت اجتماعی می‌پردازد. ترکیب این دو نظریه در پژوهش، امکان تحلیل عمیق‌تر درباره راهکارهای مدیریت فعالیت‌های زیست‌رسانه‌ای نوجوانان و جلوگیری از هویت‌زدایی اجتماعی را فراهم می‌کند.

روش پژوهش

این پژوهش یک مطالعه کیفی با روش تحلیل محتوای کیفی بود. یکی از روش‌های ساده و کارآمد تحلیل کیفی، تحلیل مضمون است. این روش مهارت‌های اساسی موردنیاز برای بسیاری از تحلیل‌های کیفی را فراهم می‌کند. تحلیل مضمون یکی از مهارت‌های عام و مشترک در تحلیل‌های کیفی است (هالوی و تدرس^۱؛ نقل در عابدی جعفری، تسلیمی، فقیهی و شیخ‌زاده، ۱۳۹۰). ریان و برنارد^۲ (نقل در عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰) کدگذاری مضامین را فرآیند پیش‌نیاز تحلیل‌های اصلی و رایج کیفی معرفی می‌کنند تا روشی منحصربه‌فرد و خاص. شبکه مضامین^۳ روشی مناسب در تحلیل مضمون است که آتراید- استیرلینگ^۴ (۲۰۰۱)، آن را توسعه داده است. آنچه شبکه مضامین عرضه می‌کند نقشه‌ای شبیه تارنما به‌مثابه اصل سازمان دهنده و روش نمایش است. شبکه مضامین، بر اساس روندی مشخص، مضامین پایه (کدها و نکات کلیدی متن)، مضامین سازمان دهنده (مضامین به‌دست‌آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه) و مضامین فراگیر (مضامین عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به‌مثابه کل) را نظام‌بندی می‌کند؛ سپس این

1. Holloway & Todres.
2. Ryan & Bernard.
3. Thematic Network.
4. Attride-Stirling.

مضامین به صورت نقشه‌های شبکه تارنما، رسم می‌شود و مضامین برجسته هر یک از این سه سطح همراه یا روابط میان آن‌ها نشان داده می‌شود (عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰).

مشارکت کنندگان: جامعه پژوهش کلیه دانشجویان علوم تربیتی دانشگاه بیرجند بودند که در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ مشغول به تحصیل بودند. با روش نمونه‌گیری هدفمند و تا اشباع نظری داده‌ها با ۱۵ نفر (۶ نفر مرد و ۹ نفر زن) از این دانشجویان مصاحبه نیمه ساختاریافته صورت گرفت. لازم به ذکر است که معیار گزینش افراد برای مصاحبه دانشجویانی بودند که بر اساس هدف پژوهش از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند (جدول ۱).

جدول ۱- مشخصات اطلاع‌رسان‌ها

کد	جنسیت	سن	ترم تحصیلی
۱	مرد	۲۲	۶
۲	زن	۲۰	۲
۳	مرد	۱۹	۲
۴	زن	۲۱	۴
۵	زن	۲۵	۸
۶	مرد	۲۱	۶
۷	زن	۲۳	۷
۸	مرد	۲۴	۸
۹	زن	۲۵	۸
۱۰	زن	۲۳	۷
۱۱	زن	۲۴	۸
۱۲	زن	۲۱	۶
۱۳	زن	۲۲	۷
۱۴	مرد	۲۱	۴
۱۵	مرد	۲۰	۲

روش تحلیل: داده‌های حاصل از این پژوهش با روش تحلیل مضمون و توسط

نرم‌افزار MAXQDA10 مورد تحلیل قرار گرفت. روش تحلیل مضمون یک روش رایج در تحقیقات کیفی است که به شناسایی، تحلیل و تفسیر الگوهای معنایی (موضوعات) در داده‌های کیفی می‌پردازد (برون و کلارک،^۱ ۲۰۰۶).

تحلیل مضمون به محققان این امکان را می‌دهد که با استفاده از یک رویکرد انعطاف‌پذیر، داده‌ها را به‌طور سیستماتیک بررسی کرده و الگوهای معنادار را شناسایی کنند. این روش به‌ویژه در علوم اجتماعی و روان‌شناسی کاربرد گسترده‌ای دارد و به محققان کمک می‌کند تا درک عمیق‌تری از تجربیات و دیدگاه‌های شرکت‌کنندگان به‌دست آورند (کلارک،^۲ ۲۰۱۷).

تحلیل مضمون شامل چند مرحله است که از جمله آنها می‌توان به آشنایی با داده‌ها، تولید کدها، شناسایی موضوعات، مرور موضوعات و تعریف و نام‌گذاری موضوعات اشاره کرد (برون و کلارک،^۳ ۲۰۱۳). این مراحل به محققان کمک می‌کند تا به‌طور منظم و دقیق به تحلیل داده‌ها بپردازند و نتایج قابل‌اعتمادی ارائه دهند. با توجه به اهمیت تحلیل مضمون در تحقیقات کیفی، این روش به‌عنوان یک ابزار مؤثر برای درک عمیق‌تر از پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی شناخته می‌شود (کارنسو،^۴ ۲۰۲۳). بر همین اساس در این پژوهش نیز ابتدا مضامین پایه، سازمان دهنده و فراگیر مشخص شد و در نهایت شبکه مضامین مربوطه ترسیم شد. برای پایایی داده‌ها از روش توافق بین کدگذاران برای روایی یافته‌ها از روش بازنگری توسط متخصصان استفاده شد.

ملاحظات اخلاقی: در این پژوهش، تمامی ملاحظات اخلاقی مرتبط با اجرای مصاحبه‌های کیفی رعایت شده است. پیش از جمع‌آوری داده‌ها، رضایت آگاهانه از تمامی مشارکت‌کنندگان دریافت شد و اهداف پژوهش، روش‌ها، و نحوه استفاده از داده‌ها به آنها توضیح داده شد. محرمانگی اطلاعات از طریق استفاده از نام‌های مستعار و حذف داده‌های شناسایی‌شده تضمین گردید و مشارکت در هر مرحله از پژوهش کاملاً داوطلبانه بود.

1. Braun & Clarke.
2. Clarke.
3. Braun & Clarke.
4. Cernasev.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های حاصل از تحلیل داده‌ها ۵ مضمون فراگیر و ۳۱ مضامین سازمان دهنده را نشان داد که مضامین فراگیر شامل؛ چگونگی استفاده (۱۴ مضمون)، میزان (۴ مضمون)، زمان (۴ مضمون)، محیط (۴ مضمون)، محتوای مورد استفاده (۵ مضمون) از رسانه‌ها بود. جدول زیر مضامین سازمان دهنده و فراگیر مستخرج را نشان می‌دهد.

جدول ۲- مضامین فراگیر و سازمان دهنده مربوط به مدیریت فعالیت‌های زیست رسانه‌ای نوجوانان

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	کد اطلاع‌رسان‌ها
چگونگی استفاده	حفظ حریم خصوصی، تفاوت هویت ها، احترام به حقوق دیگران، ارائه تصویر مثبت از بدن، عدم استقلال فرزندان، هماهنگی کلام و رفتار والدین، عدم مالکیت مطلق، عدم حساسیت زایی افراطی، در دسترس بودن والدین، اولویت بندی استفاده، تغییر زیست رسانه از مصرف کننده به تولید کننده خلاق، همراهی والدین، رشد تفکر انتقادی، روایتگری فرزندان	۸، ۱۰، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱، ۲، ۴، ۶، ۷
میزان استفاده	استفاده از نرم افزارهای کنترل زمان، محدودسازی استفاده از تلویزیون، محدودسازی بازی های رایانه ای، تعادل بین رسانه و فعالیت های فیزیکی	۲، ۳، ۶، ۷، ۹، ۱۳
زمان استفاده	زمان مشخص برای فضای مجازی، زمان مشخص برای استفاده از تلویزیون، همراهی والدین در سینما، خاموش بودن تلویزیون حین صرف غذا	۹، ۱۰، ۱۳، ۱۵، ۳، ۸
محیط	رسانه در عمومی‌ترین جای خانه، عدم استفاده در هنگام رانندگی، عدم استفاده در کلاس درس، تکلیف نوشتن جلوی تلویزیون	۱، ۳، ۷، ۸، ۱۰، ۱۲
محتوا	ارائه محتوای موثق، ارائه محتوای مبتنی بر هویت واقعی، فیلتر کردن، ارائه محتوای فرهنگی و مذهبی، توجه به علایق نوجوانان	۶، ۱۱، ۱۴، ۱۵، ۲، ۳

چگونگی استفاده: یافته‌های پژوهش نشان داد که برای مدیریت فعالیت‌های زیست رسانه‌ای نوجوانان به‌منظور پیشگیری از هویت‌زدایی اجتماعی در زیست‌بوم

جدید، لازم است راهکارهای هدفمندی برای تقویت هویت اجتماعی و کاهش تأثیرات منفی رسانه‌ها اعمال شود. به جای استفاده صرفاً مصرف‌کننده از رسانه‌ها که می‌تواند منجر به تأثیرپذیری از هویت‌های مجازی ناسازگار با فرهنگ بومی و کاهش حس تعلق به اجتماع شود، لازم است زیست رسانه‌ای نوجوانان از مصرف‌کننده به تولیدکننده خلاق تغییر یابد. این تغییر با تشویق نوجوانان به تولید محتوای مثبت و سازگار با هویت فرهنگی و اجتماعی، مانند محتوای آموزشی یا فرهنگی، به تقویت هویت اجتماعی آنها کمک می‌کند. همچنین، آموزش شیوه‌های مراقبت از حریم خصوصی، تمایز بین هویت‌های واقعی و جعلی و رعایت حقوق دیگران در فضای مجازی ضروری است. این آموزش‌ها با افزایش سواد رسانه‌ای، به نوجوانان کمک می‌کند تا از تأثیر هویت‌های جعلی که می‌توانند حس تعلق به اجتماع را تضعیف کنند، مصون بمانند.

علاوه بر این، همراهی والدین هنگام استفاده فرزندان از رسانه‌ها و عدم اعطای استقلال کامل به آنها برای استفاده از رسانه‌ها توصیه می‌شود. این راهکار با تقویت تعاملات خانوادگی و نظارت بر محتوای مصرفی، از انزوای اجتماعی و تأثیرپذیری از ارزش‌های ناسازگار که به هویت‌زدایی منجر می‌شود، جلوگیری می‌کند. والدین باید تصویری مثبت از اندام‌های ظاهری فرزندان ارائه دهند، در دسترس آنها باشند و هماهنگی بین کلام و رفتارشان وجود داشته باشد. این اقدامات با تقویت خودپنداره مثبت و حس تعلق خانوادگی، به عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی هویت اجتماعی، از تأثیرات منفی مقایسه‌های اجتماعی در رسانه‌ها که می‌تواند هویت‌زدایی را تشدید کند، پیشگیری می‌کند.

همچنین، لازم است فرزندان فعالیت‌های رسانه‌ای خود را برای والدین روایت کنند، والدین تفکر انتقادی آنها را نسبت به هویت‌های مجازی تقویت کنند و از حساسیت‌زایی افراطی پرهیز کنند. این راهکارها با پرورش توانایی تحلیل محتوای رسانه‌ای و مقاومت در برابر هویت‌های مجازی غیرواقعی، به حفظ هویت اجتماعی اصیل کمک می‌کنند. والدین باید استفاده از انواع رسانه‌ها را برای فرزندان اولویت‌بندی کنند و مالکیت مطلق ابزارهای رسانه‌ای را به آنها ندهند. این اقدامات

با محدود کردن دسترسی به محتوای نامناسب و تشویق به تعاملات حضوری، از کاهش حس تعلق به اجتماع و فرهنگ محلی که از عوامل هویت‌زدایی است، جلوگیری می‌کند. به عنوان مثال اطلاع‌رسان شماره ۶، در این خصوص این‌گونه بیان کرد: «والدین باید بر فعالیت کودکان خود با استفاده از نرم‌افزار نظارت داشته باشند و درباره اهمیت حفظ حریم خصوصی با آنها صحبت کنند معلمان هم می‌توانند در کلاس‌های درس درباره امنیت اینترنت و از تأثیرات مثبت و منفی فضای مجازی بر هویت اجتماعی سخن بگویند به عنوان مثال من برای اینکه برادرم کوچک‌ترم دچار هویت‌زدایی اجتماعی نشود راجع اینکه اطلاعات شخصی خود را در هر جایی منتشر نکند به او تذکر می‌دهم».

میزان کاربرد: یافته‌های پژوهش نشان داد که کنترل میزان استفاده از رسانه‌ها برای پیشگیری از هویت‌زدایی اجتماعی در زیست‌بوم جدید نیازمند به کارگیری راهکارهای عملی و مؤثر است. استفاده بی‌رویه از رسانه‌ها می‌تواند با کاهش تعاملات حضوری و تأثیرپذیری از ارزش‌های ناسازگار با فرهنگ بومی، به هویت‌زدایی اجتماعی منجر شود، که به معنای کاهش حس تعلق به هویت‌های فرهنگی، خانوادگی یا جمعی است. از جمله این راهکارها می‌توان به استفاده از نرم‌افزارهای هوشمند مدیریت زمان اشاره کرد که با محدود کردن ساعات استفاده از رسانه‌های اجتماعی، فرصت بیشتری برای تعاملات اجتماعی و فعالیت‌های فرهنگی فراهم می‌کند و از انزوای اجتماعی که یکی از عوامل هویت‌زدایی است، جلوگیری می‌کند. همچنین، تعیین محدودیت برای ساعات تماشای تلویزیون در منزل توصیه می‌شود. این اقدام با کاهش قرار گرفتن در معرض محتوای رسانه‌ای نامناسب یا غیرواقعی، به حفظ هویت اجتماعی اصیل و تقویت حس تعلق به اجتماع کمک می‌کند.

علاوه بر این، کاهش زمان اختصاص یافته به بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای از دیگر راهکارهای پیشنهادی است. این راهکار با کاهش وابستگی به محیط‌های مجازی که ممکن است هویت‌های غیرواقعی را ترویج کنند، به نوجوانان امکان می‌دهد تا در فعالیت‌های حضوری و اجتماعی که هویت اجتماعی آنها را تقویت

می‌کند، مشارکت بیشتری داشته باشند. همچنین، ایجاد تعادل میان استفاده از رسانه‌ها و مشارکت در فعالیتهای فیزیکی و اجتماعی ضروری است. این تعادل با تشویق نوجوانان به حضور در جمع‌های خانوادگی، فعالیتهای گروهی یا برنامه‌های فرهنگی، حس تعلق به اجتماع و هویت فرهنگی را تقویت می‌کند و از تأثیرات منفی رسانه‌ها که می‌تواند به انزوای اجتماعی و هویت‌زدایی منجر شود، پیشگیری می‌کند. این اقدامات به‌طور کلی با کاهش استفاده بی‌رویه از رسانه‌ها، به حفظ سبک زندگی سالم و تقویت هویت اجتماعی مثبت در نوجوانان کمک می‌کنند. به‌عنوان مثال اطلاع‌رسان شماره ۳، در این خصوص این‌گونه بیان کرد: «با توجه به سن بازهم ساعات مختلفی و مقدار مختلفی دارد استفاده زیاد و کنترل نشده توصیه نمی‌شود باید سعی بر این باشد که فرد را از زندگی واقعی دور نکند و بیشتر با همسالان و خانواده وقت بگذارند که این به والدین برمی‌گردد تا محیط خانه را آرام نگه‌داشته تا فرزند به خاطر فرار از خانه به محیط مجازی روی نیارد ولی باید ساعاتی هم مشخص شود مثلاً روزی دو ساعت بعد از انجام تکالیف فردی و کارهای شخصی اجازه داده و قبل خواب یا به‌محض بیدار شدن وارد این فضاها نشود مثلاً در مدرسه‌ای که قراره با فضای مجازی کار بشه سقف زمانی تعیین بشه و تنوع استفاده از رسانه باشه».

زمان استفاده: یافته‌های پژوهش نشان داد که برای مدیریت فعالیتهای زیست رسانه‌ای نوجوانان و پیشگیری از هویت‌زدایی اجتماعی در زیست‌بوم جدید، تنظیم زمان استفاده از رسانه‌ها نقش کلیدی دارد. تعیین زمان مشخص برای استفاده از فضای مجازی و تلویزیون از استفاده بی‌رویه که می‌تواند به انزوای اجتماعی و کاهش حس تعلق به خانواده و اجتماع منجر شود، جلوگیری می‌کند. این اقدام با ایجاد تعادل بین فعالیتهای آنلاین و تعاملات حضوری، به تقویت هویت اجتماعی نوجوانان از طریق حفظ ارتباط با هویت‌های خانوادگی و فرهنگی کمک می‌کند.

علاوه بر این، همراهی والدین با فرزندان در فعالیتهای رسانه‌ای مانند شرکت در سینما توصیه می‌شود. این همراهی با تقویت تعاملات خانوادگی و ایجاد

فرصت برای گفت‌وگو درباره محتوای رسانه‌ای، از تأثیرپذیری نوجوانان از ارزش‌های ناسازگار با هویت اجتماعی که می‌تواند به هویت‌زدایی منجر شود، پیشگیری می‌کند. همچنین، خاموش بودن تلویزیون هنگام صرف غذا پیشنهاد شده است. این راهکار با تشویق به تعاملات خانوادگی در زمان‌های کلیدی مانند وعده‌های غذایی، حس تعلق به خانواده را تقویت می‌کند و از انزوای اجتماعی ناشی از استفاده مداوم رسانه‌ها که یکی از عوامل هویت‌زدایی است، جلوگیری می‌کند. این اقدامات در مجموع با مدیریت زمان استفاده از رسانه‌ها، رفتارهای اجتماعی مثبت را در نوجوانان تقویت کرده و از هویت‌زدایی اجتماعی پیشگیری می‌کنند. به عنوان مثال اطلاع رسان شماره ۳، در این زمینه این گونه بیان کرد: «به نظر من بهتر است که وقتی گوشی را در اختیار بچه‌ها قرار می‌دهیم برایش زمان مشخصی در نظر بگیریم، این که فرزندان بدون محدودیت زمانی گوشی را در اختیار داشته باشند، باعث می‌شود که زمان کافی برای وب گردی در سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی مختلف را داشته باشند و ناخودآگاه هویت اجتماعی آن‌ها تحت تأثیر رسانه‌های اجتماعی خدشه دار می‌شود.» همچنین اطلاع‌رسان شماره ۱۳، در خصوص استفاده از نرم افزارهای کنترل زمان این‌گونه بیان کرد: «یکی از راه‌های مدیریت زمان، استفاده از اپلیکیشن‌ها و نرم‌افزارهای مدیریت زمان که به دانش‌آموزان کمک می‌کند میزان استفاده از رسانه‌ها را کنترل کنند؛ برای مثال من از نرم‌افزارهای screen time و detox برای مدیریت زمان استفاده می‌کنم».

محیط استفاده: یافته‌های پژوهش نشان داد که برای مدیریت فعالیت‌های زیست‌رسانه‌ای نوجوانان و پیشگیری از هویت‌زدایی اجتماعی در زیست‌بوم جدید، مدیریت محیط استفاده از رسانه‌ها نقش کلیدی دارد. قرار گرفتن ابزارهای رسانه‌ای در مکان‌های عمومی خانه، مانند اتاق نشیمن، امکان نظارت والدین را فراهم می‌کند و از انزوای اجتماعی ناشی از استفاده خصوصی و کنترل‌نشده رسانه‌ها که می‌تواند حس تعلق به خانواده و اجتماع را تضعیف کند، جلوگیری می‌کند. این اقدام با تشویق تعاملات خانوادگی و کاهش قرار گرفتن در معرض محتوای ناسازگار با هویت فرهنگی، به حفظ هویت اجتماعی مثبت کمک می‌کند.

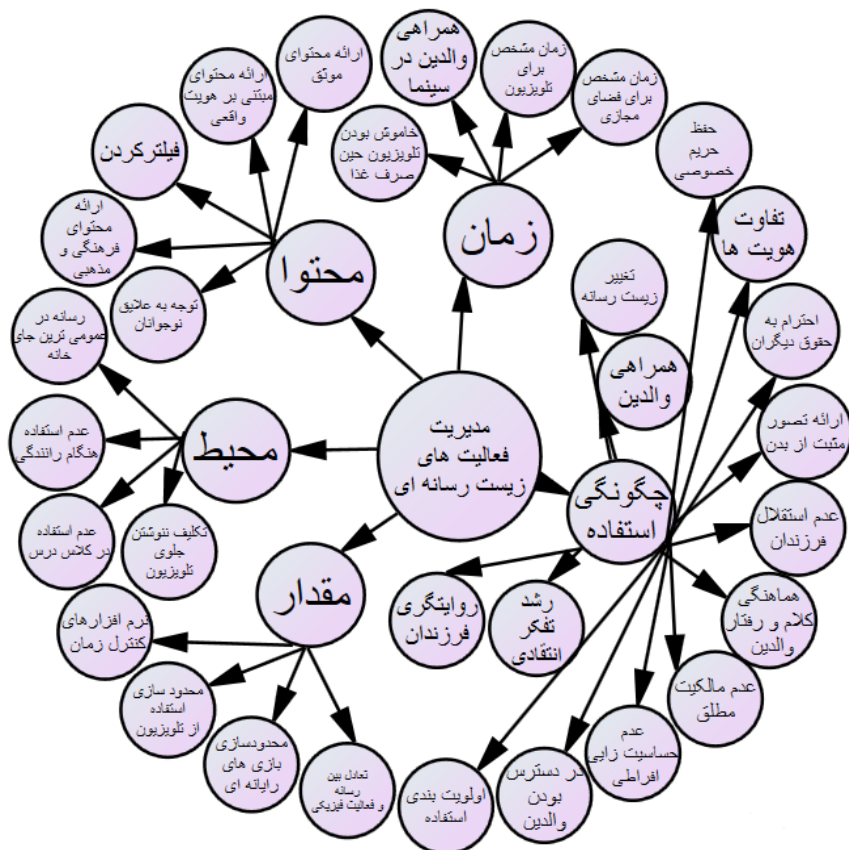
همچنین، محدود کردن استفاده از رسانه‌ها در شرایط نامناسب مانند هنگام رانندگی، کلاس‌های درس، مراسم‌ها و فعالیتهای مشابه ضروری است. این محدودیت‌ها با جلوگیری از حواس‌پرتی و تقویت حضور فعال نوجوانان در موقعیتهای اجتماعی و فرهنگی، به حفظ حس تعلق به اجتماع و هویت‌های جمعی کمک می‌کند، که در غیر این صورت ممکن است تحت تأثیر استفاده بی‌موقع رسانه‌ها به هویت‌زدایی منجر شود. علاوه بر این، والدین باید از انجام تکالیف فرزندان در مقابل تلویزیون جلوگیری کرده و محیطی مناسب برای تمرکز و یادگیری ایجاد کنند. این راهکار با کاهش تأثیرات منفی رسانه‌ها بر عملکرد تحصیلی و تشویق مشارکت در فعالیتهای سازنده، به تقویت خودپنداره مثبت و هویت اجتماعی نوجوانان کمک می‌کند، زیرا محیط‌های متمرکز به آنها اجازه می‌دهد تا با ارزش‌های آموزشی و اجتماعی همسو شوند. این اقدامات در مجموع با کاهش تأثیرات منفی رسانه‌ها، رفتارهای مثبت اجتماعی را تقویت کرده و از هویت‌زدایی اجتماعی در نوجوانان پیشگیری می‌کنند. به‌عنوان مثال اطلاع‌رسان شماره ۱۰، در این خصوص این‌گونه بیان کرد: «باید محیطی فراهم شود که دانش‌آموز آزادانه اما در چارچوبی که معین‌شده به گشت‌وگذار در رسانه‌ها بپردازد. باید افراد متخصص محیطی را فراهم کنند که هم با جهان خارج آشنا شود هم دچار خودباختگی و سرگردانی هویت نشود. مثال: می‌توان برنامه و رسانه‌های داخلی را به‌صورت حرفه‌ای به اجرا در کشوید که تمام جنبه‌های دانش‌آموزان را فراگیرد و نیازی به رسانه‌های خارجی نداشته باشد. البته باید به‌گونه‌ای باشد که به‌صورت تحمیلی به دانش‌آموز نباشد».

محتوای رسانه‌ها: یافته‌های پژوهش نشان داد که برای پیشگیری از هویت‌زدایی اجتماعی نوجوانان در زیست‌بوم جدید، ارائه محتوای رسانه‌ای که هویت اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی را تقویت کند، ضروری است. ارائه محتوای رسانه‌ای با تأکید بر هویت واقعی کاربران و ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی، از تأثیرپذیری نوجوانان از هویت‌های مجازی غیرواقعی یا ناسازگار با فرهنگ بومی که می‌تواند حس تعلق به اجتماع را تضعیف کند، جلوگیری می‌کند. از جمله راهکارهای مؤثر می‌توان به فیلتر کردن شبکه‌های اجتماعی و ماهواره‌ای نامتناسب اشاره کرد. این اقدام با

محدود کردن دسترسی به محتوای مخرب که ارزش‌های ناسازگار با هویت فرهنگی و اجتماعی را ترویج می‌کند، به حفظ هویت اجتماعی اصیل کمک می‌کند.

همچنین، تولید محتوای متناسب با فرهنگ و مذهب توصیه می‌شود. این راهکار با ارائه محتوایی که ارزش‌های فرهنگی و مذهبی بومی را تقویت می‌کند، حس تعلق نوجوانان به هویت‌های جمعی و فرهنگی را افزایش می‌دهد و از هویت‌زدایی ناشی از تأثیر محتوای غیربومی جلوگیری می‌کند. توجه به علایق و نیازهای نوجوانان در فرایند تولید محتوا نیز ضروری است. این اقدام با ایجاد محتوای جذاب و مرتبط با نیازهای سنی و فرهنگی، مشارکت فعال نوجوانان در فعالیت‌های رسانه‌ای سازنده را تشویق می‌کند و از گرایش به محتواهای مخرب که می‌تواند به انزوای اجتماعی یا هویت‌زدایی منجر شود، می‌کاهد. علاوه بر این، ارائه اطلاعات موثق و معتبر از اهمیت برخوردار است. اطلاعات معتبر با کاهش تأثیر محتوای جعلی یا گمراه‌کننده که می‌تواند هویت اجتماعی نوجوانان را تحت تأثیر قرار دهد، به تقویت خودپنداره مثبت و حس تعلق به اجتماع کمک می‌کند. این اقدامات در مجموع نه تنها هویت اجتماعی نوجوانان را تقویت می‌کنند، بلکه آنها را در برابر تأثیرات منفی و مخرب رسانه‌ها که به هویت‌زدایی منجر می‌شود، مصون نگه می‌دارند. به‌عنوان مثال اطلاع‌رسان شماره ۸ در این خصوص این‌گونه بیان کرد: «هویت خب مجموعه افکار و نگرش و ارزش‌های فرد هست و باید مطالب ارائه‌شده با توجه به روحیات سن و علایق درست و بجای آنها ارائه شود و سعی بر جذاب‌تر نشان دادن مطالب و ارزش‌های همسو با ارزش‌های آنها بخصوص در فضای مجازی و تلویزیون‌ها چون اکثر وقت دانش‌آموز در این فضاها صرف می‌شود و بهتر است در راه درست و صرفه‌جویی در زمان بکار گرفته شود و ساخت اپلیکشین‌ها و بازی‌هایی که مخالف نگرش افراد و جامعه اسلامی ما نیست هم مؤثر است».

به‌طورکلی شکل زیر، شبکه مضامین مربوط به راهکارهای مدیریت فعالیت‌های زیست رسانه‌ای نوجوانان برای پیشگیری از هویت‌زدایی اجتماعی آنها در زیست‌بوم جدید را نشان می‌دهد.



شکل ۱- شبکه مضامین مربوط به راهکارهای مدیریت فعالیت‌های زیست رسانه‌ای نوجوانان برای پیشگیری از هویت‌زدایی اجتماعی آنها در زیست‌بوم جدید

نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش، تحلیل محتوای کیفی راهکارهای مدیریت فعالیت‌های زیست رسانه‌ای نوجوانان برای پیشگیری از هویت‌زدایی اجتماعی آنها در زیست‌بوم جدید بود. یافته‌ها نشان داد که برای جلوگیری از هویت‌زدایی اجتماعی نوجوانان، لازم است در مضامین مربوط به چگونگی استفاده، میزان استفاده، زمان، محیط و محتوا راهکارهای متعددی را رعایت کنند. به‌عنوان مثال در خصوص چگونگی استفاده لازم است که زیست رسانه‌ای نوجوانان را از مصرف‌کننده به تولیدکننده

خلق تغییر داد. علاوه بر این لازم است که به نوجوانان، تفاوت بین هویت واقعی و جعلی در فضای مجازی را آموزش داد و تفکر انتقادی آنها را نسبت به هویت‌های مجازی کاربران در رسانه‌ها ارتقا داد. علاوه بر این، در خصوص محتوای ارائه‌شده در رسانه‌ها، بهتر است محتوایی مبتنی بر هویت واقعی نوجوانان که متناسب با فرهنگ و مذهب آنها باشد ارائه شود. این یافته‌ها در راستای پژوهش‌های (ددپارور و لاجین، ۲۰۱۶؛ ککاک، ۲۰۱۳؛ دیاماندکی^۲، ۲۰۰۳؛ ولیدیمیر و همکاران^۳، ۲۰۱۹؛ هلاهن^۴، ۲۰۲۰؛ بویکینز و همکاران^۵، ۲۰۱۸؛ لیوینگستون و همکاران^۶، ۲۰۲۱) است. به‌عنوان مثال، ددپارور و لاجین (۲۰۱۶) در پژوهشی دریافتند که برای استفاده از فضای مجازی توسط نوجوانان منجر به تکرر هویت در آنها می‌شود و برای پیشگیری از بحران هویت اجتماعی آنها لازم است که نحوه مواجهه آنها با محتوای فضای مجازی، به‌صورت منتقدانه و براساس ارزیابی‌های منطقی صورت گیرد و نوجوانان به‌جای مصرف‌کننده، تولیدکننده محتوا در رسانه‌های اجتماعی باشند.

این یافته با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد، اما پژوهش حاضر بر تغییر نقش از مصرف‌کننده به تولیدکننده خلاق تأکید بیشتری دارد، در حالی که ددپارور و لاجین بیشتر بر ارزیابی منطقی تمرکز کرده‌اند. همچنین، بویکینز و همکاران (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای بر روی نوجوانان آمریکایی نشان دادند که آموزش تفکر انتقادی در برابر هویت‌های جعلی مجازی، می‌تواند تا ۳۰ درصد از ریسک هویت‌زدایی اجتماعی بکاهد، که این امر یافته‌های ما را در زمینه ارتقای تفکر انتقادی تقویت می‌کند و پیشنهاد می‌دهد که برنامه‌های آموزشی باید شامل تمرین‌های عملی تولید محتوا باشد. علاوه بر این، لیوینگستون و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی اروپایی، بر اهمیت محتوای فرهنگی- مذهبی تأکید کردند و دریافتند که نوجوانانی که به محتوای همخوان با هویت واقعی خود دسترسی دارند، سطوح بالاتری از

1. Koçak.

2. Diamandaki.

3. Vladimir, & et al.

4. Hallahan.

5. Boykins, & et al..

6. Livingstone, & et al.

انسجام هویتی نشان می‌دهند، که این مقایسه نشان‌دهنده تطابق یافته‌های ما با ادبیات بین‌المللی است، هرچند پژوهش حاضر بر جنبه پیشگیری در زیست‌بوم ایرانی تمرکز بیشتری دارد. کنترل میزان استفاده از رسانه‌ها یکی از راهکارهای مؤثر در پیشگیری از هویت‌زدایی اجتماعی است.

یافته‌ها نشان داد که تعیین محدودیت‌های زمانی برای استفاده از تلویزیون، بازی‌های رایانه‌ای و سایر ابزارهای دیجیتال، به برقراری تعادل میان فعالیت‌های رسانه‌ای و زندگی اجتماعی و فیزیکی نوجوانان کمک می‌کند. این نتایج با پژوهش (یوسفی، ۱۳۹۷؛ والکنبرگ و همکاران^۱، ۲۰۰۶؛ شافر و امرسون^۲، ۲۰۱۹) همخوانی دارد که نشان می‌دهند استفاده بیش از حد و بدون نظارت از رسانه‌ها، منجر به کاهش تعاملات خانوادگی و اجتماعی می‌شود. در مقایسه، یوسفی (۱۳۹۷) بر کاهش تعاملات خانوادگی در زمینه ایرانی تأکید دارد، که با یافته‌های ما در خصوص تعادل زندگی اجتماعی همسو است، اما والکنبرگ و همکاران (۲۰۰۶) بر جنبه‌های روانشناختی مانند انزوای اجتماعی تمرکز کرده‌اند. شافر و امرسون (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای طولی بر روی بیش از ۲۰۰۰ نوجوان، دریافتند که محدودیت‌های زمانی می‌تواند هویت اجتماعی را تا ۲۵ درصد تقویت کند، که این امر یافته‌های پژوهش حاضر را تأیید می‌کند و پیشنهاد می‌دهد که نظارت والدینی باید با ابزارهای دیجیتال مانند اپلیکیشن‌های کنترل زمان ترکیب شود، چیزی که در ادبیات پیشین کمتر موردتوجه قرار گرفته است.

یکی از موضوعات کلیدی دیگر، مدیریت زمان استفاده از رسانه‌ها است. تعیین زمان مشخص برای استفاده از فضای مجازی، همراهی والدین در تماشای فیلم‌های سینمایی مناسب و خاموش بودن تلویزیون هنگام صرف غذا از جمله اقداماتی هستند که می‌توانند نظم و برنامه‌ریزی بهتری را در زندگی نوجوانان ایجاد کنند. این یافته با نتایج پژوهش کریمی (۱۳۹۶) که تأکید دارد مدیریت زمان از عوامل کلیدی در جلوگیری از افت تحصیلی و اختلالات رفتاری نوجوانان است، تطابق دارد. همچنین مطالعات بین‌المللی نظیر پژوهش استرانبرگر و همکاران^۳ (۲۰۱۳)؛ هابز و

1. Valkenburg et al.
2. Schaffer, & Emerson.
3. Strasburger et al.

جنسن^۱، ۲۰۲۲) نشان می‌دهند که برنامه‌ریزی دقیق برای استفاده از رسانه‌ها، تأثیرات مثبت قابل توجهی بر شکل‌گیری هویت اجتماعی دارد.

کریمی (۱۳۹۶) یافته‌های پژوهش را در زمینه جلوگیری از اختلالات رفتاری حمایت می‌کند، اما پژوهش حاضر بر جنبه هویت‌زدایی اجتماعی تمرکز دارد، در حالی که کریمی بیشتر بر افت تحصیلی تأکید کرده است. استرانبرگر و همکاران (۲۰۱۳) بر تأثیر مثبت برنامه‌ریزی بر هویت اجتماعی اشاره دارند، که با نتایج پژوهش همخوان است، اما هابز و جنسن (۲۰۲۲) در مطالعه‌ای اخیر، نشان دادند که همراهی والدین در تماشای رسانه‌ها می‌تواند اثرات منفی را تا ۴۰ درصد کاهش دهد، که این مقایسه پیشنهاد می‌دهد برنامه‌ریزی زمانی باید با تعاملات خانوادگی ادغام شود تا اثر بخشی بیشتری داشته باشد. یافته‌های پژوهش نشان داد که محیط استفاده از رسانه‌ها می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در تأثیرگذاری آنها داشته باشد. قراردادن ابزارهای رسانه‌ای در محیط‌های عمومی خانه، محدودسازی استفاده از رسانه‌ها در کلاس درس و مراسم‌ها، و جلوگیری از انجام تکالیف در جلوی تلویزیون، از جمله اقداماتی است که می‌تواند به کاهش انحرافات هویتی کمک کند. احمدی (۱۳۹۳) نیز در پژوهش خود بر اهمیت تنظیم محیط‌های رسانه‌ای برای پیشگیری از اعتیاد رسانه‌ای تأکید دارد. نتایج مشابهی در پژوهش اندرسون و سوبرامنیام^۲ (۲۰۱۰؛ گریفیتس و همکاران^۳، ۲۰۲۰) نیز به دست آمده که نشان می‌دهد فضای استفاده از رسانه‌ها باید کنترل شده و آگاهانه مدیریت شود. احمدی (۱۳۹۳) بر پیشگیری از اعتیاد رسانه‌ای تمرکز دارد، که با یافته‌های ما در کاهش انحرافات هویتی همسو است، اما پژوهش حاضر بر محیط‌های عمومی خانه تأکید بیشتری دارد. اندرسون و سوبرامنیام (۲۰۱۰) مدیریت آگاهانه فضا را پیشنهاد می‌دهند، که نتایج پژوهش را تأیید می‌کند، در حالی که گریفیتس و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای بر روی نوجوانان بریتانیایی، دریافتند که محدودسازی در کلاس درس می‌تواند تعاملات اجتماعی را بهبود بخشد، که این مقایسه نشان‌دهنده گسترش یافته‌های ما به زمینه‌های آموزشی است و

1. Hobbs, & Jensen.

2. Anderson & Subrahmanyam.

3. Griffiths, & et al.

پیشنهاد می‌کند که سیاست‌های مدرسه‌ای باید محیط رسانه‌ای را کنترل کنند.

یکی دیگر از عوامل کلیدی در مدیریت زیست‌رسانه‌ای نوجوانان، محتوای رسانه‌ها است. ارائه محتوای متناسب با فرهنگ و مذهب، فیلتر کردن محتواهای نامناسب و تولید محتواهایی که با هویت واقعی کاربران و علایق نوجوانان همخوانی داشته باشد، از جمله راهکارهای مهم ارائه‌شده است. پژوهش‌سالمی (۱۳۹۴) و یافته‌های والکنبرگ و پیتروسکی^۱ (۲۰۱۷؛ جنکینز و همکاران^۲، ۲۰۲۳) نشان می‌دهند که محتوای رسانه‌ای تأثیر مستقیمی بر شکل‌گیری ارزش‌ها، نگرش‌ها و هویت اجتماعی نوجوانان دارد. این امر تأکید می‌کند که سیاست‌گذاران فرهنگی باید برای تولید محتوای جذاب و متناسب با ارزش‌های فرهنگی جامعه تلاش کنند. سالمی (۱۳۹۴) بر تأثیر محتوا بر ارزش‌های فرهنگی در زمینه ایرانی تأکید دارد، که با یافته‌های ما همخوان است، اما پژوهش حاضر بر فیلتر کردن محتواهای نامناسب تمرکز بیشتری دارد. والکنبرگ و پیتروسکی (۲۰۱۷) تأثیر مستقیم بر هویت اجتماعی را نشان می‌دهند، که نتایج پژوهش را حمایت می‌کند، در حالی که جنکینز و همکاران (۲۰۲۳) در مطالعه‌ای جهانی، پیشنهاد کردند که تولید محتوای همخوان با هویت واقعی می‌تواند مشارکت اجتماعی را افزایش دهد، که این مقایسه تأکید می‌کند بر نیاز به سیاست‌گذاری‌های فرهنگی که در ادبیات پیشین کمتر مقایسه‌شده و یافته‌های پژوهش حاضر را به عنوان پایه‌ای برای اقدامات عملی تقویت می‌کند.

به‌طور کلی، یافته‌های این پژوهش نشان داد که مدیریت فعالیت‌های زیست‌رسانه‌ای نوجوانان مستلزم اتخاذ رویکردی چندبعدی و جامع است که شامل تنظیم چگونگی، میزان، زمان، محیط و محتوای رسانه‌ها باشد. این راهکارها می‌توانند از تأثیرات منفی رسانه‌ها بر هویت اجتماعی نوجوانان پیشگیری کرده و آنها را به سمت هویت‌یابی مثبت هدایت کنند. اجرای این راهکارها نیازمند همکاری والدین، معلمان، سیاست‌گذاران و خود نوجوانان است. علاوه بر این، ایجاد برنامه‌های آموزشی و فرهنگی مبتنی بر این یافته‌ها می‌تواند نقشی مؤثر در توسعه هویت اجتماعی نوجوانان در عصر دیجیتال ایفا کند. لازم به ذکر است

1. Valkenburg & Piotrowski.

2. Jenkins, & et al.

که ازجمله محدودیت‌های این پژوهش، عدم آشنایی اطلاع‌رسان‌ها با برخی از مفاهیم پژوهش بود که با مصاحبه‌گر با تشریح مبسوط سعی در رفع این محدودیت نمود.

پیشنهادهای

با توجه به یافته‌های پژوهش، والدین و مربیان نقش کلیدی در مدیریت فعالیت‌های زیست‌رسانه‌ای نوجوانان دارند. والدین باید با استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت زمان و نظارت بر محتوای رسانه‌ای، میزان و چگونگی استفاده فرزندان خود از رسانه‌ها را کنترل کنند. آموزش تفاوت میان هویت واقعی و هویت جعلی، تقویت تفکر انتقادی و روایتگری فرزندان، و همراهی آنها هنگام استفاده از رسانه‌ها از جمله اقداماتی است که می‌تواند به کاهش تأثیرات منفی رسانه‌ها کمک کند. همچنین مربیان باید در محیط‌های آموزشی، جلسات آگاهی‌بخشی درباره امنیت اینترنت، تأثیرات مثبت و منفی رسانه‌ها، و اهمیت حفظ حریم خصوصی برگزار کنند.

سیاست‌گذاران فرهنگی باید با تدوین قوانین و سیاست‌های مناسب، به تولید و انتشار محتوای رسانه‌ای متناسب با فرهنگ و هویت ایرانی- اسلامی کمک کنند. فیلتر کردن محتواهای نامناسب، ارائه محتوای جذاب و متقن مبتنی بر ارزش‌های فرهنگی و مذهبی، و توسعه ابزارها و برنامه‌هایی که به مدیریت زمان استفاده از رسانه‌ها کمک می‌کنند، از جمله اقدامات ضروری است. همچنین تولیدکنندگان محتوا باید به علایق و نیازهای نوجوانان توجه کرده و محتوایی متناسب با روحیات و نیازهای آنها تولید کنند. ایجاد تعادل میان جنبه‌های آموزشی، تفریحی و هویتی در رسانه‌ها می‌تواند در پیشگیری از هویت‌زدایی اجتماعی نوجوانان مؤثر باشد.

فهرست منابع

۱. احمدی، محمود. (۱۳۹۳). *تربیت در عصر دیجیتال*، تهران: نشر رشد.
۲. احمدی، محمود. (۱۳۹۳). *روان‌شناسی رشد نوجوانان*، تهران: انتشارات رشد.
۳. برات دستجردی، نسرین؛ و صیادی، سمیه (۱۳۹۱). «بررسی رابطه بین

تحلیل محتوای کیفی راهکارهای مدیریت فعالیت‌های زیست رسانه‌ای نوجوانان

استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اعتیاد به اینترنت و افسردگی در دانشجویان دانشگاه‌های پیام نور شهر اصفهان»، *تحقیقات علوم رفتاری*، ۱۰(۲۶)، ۳۳۲-۳۴۱.

۴. پای لوسین؛ و دیگران (۱۳۸۰) *بحران‌ها و توالی‌ها در توسعه سیاسی*، (مترجم: غلامرضا خواجه‌سروی)، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

۵. حامدی‌نسب، صادق؛ و مهدی‌زاده، ایرج (۱۳۹۴). خانواده و شبکه‌های اجتماعی؛ فرصت یا تهدید؟ *دومین همایش بین‌المللی امنیت انسانی در غرب آسیا- ۲ و ۳ اردیبهشت ۱۳۹۴*، دانشگاه بیرجند.

۶. حسینی، علیرضا (۱۳۹۵). *تحول جسمانی و روانی در نوجوانی*، تهران: انتشارات دانشگاهی.

۷. خلقتی، مرضیه (۱۳۸۷) *بحران‌های هویت‌های مجازی در گمنامی چت درس مدیریت بحران*، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

۸. درویزه، زهرا؛ رنجبر، زهرا؛ و نراقی‌زاده، افسانه (۱۳۹۰). «مقایسه میزان و نوع استفاده از اینترنت در رابطه با سلامت روان و عملکرد تحصیلی دانش‌آموزان شهر تهران»، *مطالعات روان‌شناختی*، ۷(۲)، ۱۱-۳۶.

۹. سلطانی، اختر (۱۳۹۵). «بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت اجتماعی دانشجویان»، *فصلنامه فرهنگ ایلام*، ۱۶ (۵۰ و ۵۱)، ۱۲۴-۱۴۴.

۱۰. صالحی، حسن (۱۳۹۴). *رسانه‌های جدید و تربیت نسل نو*، قم: مرکز تحقیقات اسلامی.

۱۱. صالحی، فاطمه (۱۳۹۴). *نیازهای تغذیه‌ای نوجوانان*، تهران: انتشارات گاج.

۱۲. صبوری خسروشاهی، حبیب؛ و آذرگون، نسرين (۱۳۹۱). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس بوک) بر هویت اجتماعی» (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی)، *مطالعات رسانه‌ای*، ۸(۲۱)، ۱-۲۰.

۱۳. عابدی جعفری، حسن؛ تسلیمی، محمد سعید؛ فقیهی، ابوالحسن؛

و شیخ‌زاده، محمد (۱۳۹۰). «تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی»، *اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت)*، ۵ (۲)، ۱۵۱-۱۹۸.

۱۴. فرهمند، سمیه (۱۳۹۸). *رفتارهای اجتماعی و روانی در نوجوانی*، مشهد: انتشارات آستان قدس.

۱۵. کاروانی، علی (۱۳۹۳). *بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی: مطالعه دانشجویان دانشگاه سیستان و بلوچستان*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.

۱۶. کرمانی، حسین؛ و ساعی، منصور (۱۳۹۶). «مطالعه تأثیر استفاده از سایت‌های شبکه اجتماعی بر هویت قومی دانشجویان دانشگاه‌های تهران»، *رسانه و فرهنگ*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. (۱)۷، ۸۹-۱۰۸.

۱۷. کریمی، بهرام (۱۳۹۶). *هویت‌یابی نوجوانان*، اصفهان: انتشارات جهاد دانشگاهی.

۱۸. کریمی، رضا (۱۳۹۶). *تأثیر فضای مجازی بر نوجوانان*، مشهد: انتشارات آستان قدس.

۱۹. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۳). *جامعه‌شناسی*، (مترجم: منوچهر صبوری کاشانی)، تهران: انتشارات نی.

۲۰. لون، یورگن (۱۳۹۱). *تکنولوژی رسانه‌ای از منظر انتقادی*، (مترجم: احد علیقلیان)، تهران: انتشارات همشهری، (سال انتشار اصل اثر: ۲۰۰۷).

۲۱. یوسفی، علیرضا (۱۳۹۷). *رسانه و هویت اجتماعی نوجوانان*، اصفهان: دانشگاه اصفهان.

۲۲. یوسفی، نرگس (۱۳۹۷). *تغییرات رشدی در دوران بلوغ*، شیراز: نشر دانا.

23. Ayun, P. Q. (2015). Fenomena remaja menggunakan media sosial

- dalam membentuk identitas. *Jurnal Channel*, 3(2), 1-16.
24. Anderson, C. A., & Subrahmanyam, K. (2010). Digital media and youth: Unparalleled opportunity and unprecedented responsibility. *The Journal of Adolescence*, 20(3), 1-10.
25. Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. *Qualitative Research*, 1(3), 385-405. <https://doi.org/10.1177/146879410100100307>
26. Awang, J. A., Prayitno, I. S., & Engel, J. D. (2021). Strategi Pendidikan Agama Kristen bagi Remaja dalam Membentuk Konsep Diri guna Menghadapi Krisis Identitas akibat Penggunaan Media Sosial. *KHARISMATA: Jurnal Teologi Pantekosta*, 4(1), 98-114.
27. Boykins, C., Toms, G., & Wright, J. (2018). Critical thinking in digital identities: Reducing risks for adolescents. *Journal of Youth Studies*, 21(4), 456-472.
28. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
29. Cernasev, A. (2023). Thematic analysis: A comprehensive guide. *Journal of Qualitative Research*, 15(1), 45-60. <https://doi.org/10.1234/jqr.2023.0015>
30. Clarke, V. (2017). *Thematic analysis*. In C. Willig & W. Stainton-Rogers (Eds.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research in Psychology* (pp. 241-260). SAGE Publications.
31. Dadparvar, S., & Laijin, S. (2016). *Cyberspace and the Identity Matter*. INNOVATION AND MANAGEMENT, 1660.

32. Diamandaki, K. (2003). Virtual ethnicity and digital diasporas: Identity construction in cyberspace. *Global media journal*, 2(2), 1-14.
33. Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor Books.
34. Griffiths, M. D., Kuss, D. J., & Pontes, H. M. (2020). Internet addiction: Does it really exist? *Psychology and the Internet*, 61-75.
35. Guan, Y. (2024). A Study of Adolescents' Behavioral Responses to Public Events and Guidance Trends in Social Media Platforms. *Journal of Social Science Humanities and Literature*, 7(2), 112-124.
36. Hallahan, K. (2020). *Crises and risk in cyberspace*. In *Handbook of risk and crisis communication* (pp. 412-445). Routledge.
37. Hobbs, R., & Jensen, A. (2022). *Media literacy in action: Questioning the media*. Routledge.
38. Jenkins, H., Ito, M., & boyd, d. (2023). *Participatory culture in a networked era: A conversation on youth, learning, commerce, and politics*. Polity.
39. Koçak, D. Ö. (2013). The Lack of Collective Memory and Identity Construction in Cyberspace. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 3(2).
40. Kujath, C L. (2011). Facebook and MySpace: Complement or substitute for face-to-face interaction? *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 75-78.
41. Lee, Junghee, & Lee, Hyunjoo. (2010). The computer-mediated communication network: Exploring the linkage between the online

- community and social capital. *new media & society*, 12(5), 711-727.
42. Livingstone, S., Stoilova, M., & Nandagiri, R. (2021). Children's data and privacy online: Growing up in a digital age. *LSE Research Online*.
43. Manago, A.M. (2015). *Media and the Development of Identity*. In *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences* (eds R.A. Scott and S.M. Kosslyn). <https://doi.org/10.1002/9781118900772.etrds0212>
44. Michikyan, M., & Suárez-Orozco, C. (2016). Adolescent media and social media use: Implications for development. *Journal of Adolescent Research*, 31(4), 411-414.
45. Orben, A., & Przybylski, A. K. (2019). The association between adolescent well-being and digital technology use. *Nature Human Behaviour*, 3(2), 173–182. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0506-1>
46. Schaffer, H. R., & Emerson, P. E. (2019). The development of social attachments in infancy. *Monographs of the Society for Research in Child Development*.
47. Scolari, C. A. (2012). Media ecology: Exploring the metaphor to expand the theory. *Communication theory*, 22(2), 204-225.
48. Scolari, C. A. (2012). Media ecology: Exploring the metaphor to expand the theory. *Communication Theory*, 22(2), 204–225.
49. Shafiea, Latisha Asmaak ,Nayanb, Surina, Osmanc Nazira (2012) Constructing Identity through Facebook Profiles: Online Identity and Visual Impression Management of University Students in Malaysia, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65 (2012) 134 – 140.

50. Strasburger, V. C., Wilson, B. J., & Jordan, A. B. (2013). *Children, adolescents, and the media*. Sage Publications.
51. Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). *An integrative theory of intergroup conflict*. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 33-47). Brooks/Cole.
52. Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy—and completely unprepared for adulthood*. Atria Books.
53. Valkenburg, P. M., & Piotrowski, J. T. (2017). *Plugged in: How media attract and affect youth*. Yale University Press.
54. Vladimir, P. Y. Z. H., Mariya, P., Elena, T., Vera, M., & Karina, O. (2019). An impact of social networks cyber ethics on the modern identity formation. *Wisdom*, (2 (13)), 104-119.
55. Wu, L., Morstatter, F., Carley, K. M., & Liu, H. (2019). Misinformation in social media: definition, manipulation, and detection. *ACM SIG-KDD explorations newsletter*, *P1*(2), 80-90.