

بررسی پیامد جامعه‌شناختی شبکه‌های اجتماعی بر هویت فرهنگی جوانان (دانش‌جویان

دانشکده‌ی علوم اجتماعی دانشگاه تهران مرکز)

معصومه اسمعیلی^۱؛ مجید رادفر^۲؛ علی باصری^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۵/۲۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۳/۱۸

چکیده

ظهور شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک فضای نوین، جذاب و فراگیر، ابعاد و ساختار جامعه را دگرگون ساخته است؛ در نتیجه هویت‌های پیشین را متحول و به خلق هویت‌های جدیدی دامن زده است. این دگرگونی‌ها به‌طور مستقیم و غیرمستقیم زندگی جوانان را تحت تأثیر قرار داده‌اند. مقاله‌ی حاضر بر آن است که شبکه‌های اجتماعی با هویت فرهنگی جوانان و خانواده‌های آنان دارای رابطه‌ی متقابل است. بدین منظور بر مبنای چارچوب‌های نظری هویت و رسانه‌ها و روش تحقیق نظریه‌ی داده‌بنیاد، به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت فرهنگی جوانان پرداخته است. جامعه‌ی آماری این پژوهش، دانش‌جویان دانشکده‌ی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد تهران مرکز می‌باشد. نتایج این پژوهش بر اساس ۵۲ مفهوم و ۵ مقوله‌ی به‌دست‌آمده نشان داد که شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک رشته از فرآیندهای محرکه‌ای هستند که به‌طور اساسی، نظم اجتماعی، فرهنگی، هویت، روابط افراد، خانواده‌ها را دگرگون و پدیده‌هایی همچون فردگرایی، کاهش اقتدار والدین، ازخودبیگانگی، اضطراب در حال گسترش هستند.

^۱ دانش‌جوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، تهران، ایران.

m.esmaeili4@yahoo.com

^۲ دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده‌ی علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رودهن، رودهن، ایران

Majid.Radfar@iau.ac.ir

(نویسنده‌ی مسؤول).

^۳ استادیار گروه مردم‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران.

baseridon@yahoo.com

واژه‌های کلیدی: شبکه‌های اجتماعی، هویت فرهنگی؛ جوانان؛ خانواده.

مقدمه و طرح مسأله

جهان در چند دهه‌ی گذشته شاهد دگرگونی‌های وسیع و تا حد زیادی منحصر به فرد در عرصه‌ی ارزشی، فرهنگی و هویتی بوده است. این دگرگونی‌ها بر بخش‌ها و ساختارها و گروه‌های اجتماعی تأثیراتی برجای گذاشته است. از جمله پدیده‌های جدید که در سال‌های اخیر شکل گرفته و به سرعت در حال گسترش است. فناوری‌های نوین ارتباطی به خصوص شبکه‌های اجتماعی است. به گونه‌ای سطوح خرد و کلان و ترتیبات جامعه را در عصر حاضر دستخوش تغییر قرار داده و موجب شده تا تمامی گروه‌های اجتماعی به طور مستقیم یا غیر مستقیم و با شدت و ضعف متفاوت، با تغییرات آن روبرو می‌شوند. این فرآیند موجب نزدیک شدن بسیار زیاد فرهنگ‌ها و جوامع به یکدیگر و ارتباطات لحظه‌ای بین آن‌ها شده است. بر این اساس تعاملات در عرصه‌های مختلف اجتماع بین جوامع گوناگون شرایط جدیدی را پیش روی آن‌ها قرار داده است. در این میان، جوانان از این تحول دور نمانده‌اند. به باور گیدنز^۱، سرعت فناوری‌های نوین در روزگار ما آنچنان اهمیت یافته که اگر در فهم آن توفیق نیابیم و بر بحث درباره‌ی آن تسلط نداشته باشیم، نمی‌توانیم دانشور پدیده‌های پیچیده‌ی اجتماعی باشیم (گیدنز، ۱۳۷۹: ۲۷-۲۶).

بنابراین، آنچه در حال حاضر وجود شبکه‌های اجتماعی را بر اهمیت و تأثیر آن‌ها را پررنگ‌تر جلوه می‌دهد، استقبال عمومی کاربران اینترنت به خصوص جوانان به این شبکه‌ها می‌باشد. به طوری که روزانه میلیون‌ها نفر در دنیا با عضویت در این شبکه‌ها ساعت‌های متمادی از عمرشان را صرف گشت‌وگذار در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند (افراسیابی، ۱۳۹۲: ۱۵). این حجم از اطلاعات، موجب انتقال ارزش‌ها، هنجارها و اطلاعات فراوان به اقصا نقاط جهان شده‌اند. تامپسون معتقد است که رسانه‌های جمعی، انتقال و هدایت دامنه‌ی گسترده‌ای از نمادها، هنجارها، ارزش‌ها و عقاید درون جوامع را به عهده گرفته‌اند؛ تا آن‌جاکه برخی اندیشمندان بر این اعتقادند که رسانه‌ها کل زندگی فرهنگی و اجتماعی را دگرگون می‌کند (تامپسون^۲، ۱۳۹۳: ۶۳).

^۱ Giddens

^۲ Thompson

یکی از اصلی‌ترین مصرف‌کنندگان این شبکه‌های مجازی، جوانان هستند و استفاده‌ی روزافزون از شبکه‌های اجتماعی، باعث ورود حجم وسیعی از اطلاعات و برنامه‌های برون‌مرزی به فضای فکری جوامع شده که با آمدن این شبکه‌ها اجتماعاتی مجازی نیز تشکیل می‌شود که هر فردی به راحتی بتواند در تولید محتوا سهیم باشد. در واقع در اجتماعات مجازی معمولاً جوانان حداقل در یک چیز اشتراک دارند و آن علایق و منافع است که آن‌ها را گرد یکدیگر می‌آورد. با گسترش دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مجازی و استفاده‌ی فرآینده‌ای که جوانان از انواع مطالب و محتوای این رسانه‌ها دارند، تغییر فرهنگی بدل به یکی از دغدغه‌های اصلی تأثیرگذار بر انسجام اجتماعی و یکپارچگی ملی که از جمله ارکان و زیربنای هویت جامعه محسوب می‌شوند، شده است.

این شبکه‌های اجتماعی یک رشته از فرآیندهای نیرومندی هستند که فرصت‌ها و تهدیداتی را به همراه داشته و نیروی محرکه‌ی بسیار مهمی هستند که به‌طور اساسی، نظم اجتماعی در جامعه را تغییر و یا بازسازی می‌کنند. در مرکز این تغییرات، خانواده‌ها قرار دارند. جوانان به‌عنوان اعضای خانواده در این میان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند. در حال حاضر، مفاهیم سنتی درباره‌ی زندگی خانوادگی، کار، روابط افراد، ارتباط گروه‌ها با یکدیگر، نقش‌های مختلف جوانان در خانواده و اجتماع و هنجارهای جنسیتی و شکل‌گیری هویت به دلیل رشد و گسترش ارتباطات، دگرگون شده است. به اعتقاد گیدنز، جهان مدرن متاخر^۱، به‌شدت بازتابی است. اطلاعات فراوان مبادله و بازتاب این اطلاعات در زندگی، سبک زندگی الگوهای رفتاری افراد را شکل می‌دهد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۶۲).

پژوهش حاضر نتیجه‌ی این باور است که وسایل ارتباط جمعی در زندگی اجتماعی امروز به قدری مهم است که فرآیند جامعه‌پذیری، فرهنگ‌پذیری و فرهنگ‌یابی تحت نظارت آن‌ها شکل می‌گیرد و بر این مبنا شخصیت اساسی افراد جامعه بارور گردیده و سامان می‌یابد و اینکه کمتر این رابطه در سایر تحقیقات مورد توجه قرار گرفته است. درحالی‌که جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی مرتبط نیز از اهمیت فراوانی برخوردار است. بنابراین محقق بر مبنای چارچوبی نظری و با تکیه بر منابع و اطلاعات موجود و نتایج یافته‌های علمی پژوهش‌گران مختلف، دگرگونی ساختاری درون

^۱ Late modern world

خانواده و آثار آن را بر جوانان که از موضوعات مهم این پژوهش محسوب شده، مورد مطالعه قرار داده و همین‌طور به این سؤال مهم بر اساس نظریه‌ی کاشت بپردازد که فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به لحاظ هویتی تا چه اندازه بر مخاطبان خود (جوانان) تأثیر می‌گذارند؟ آثار استفاده از این فناوری‌ها بر رفتارهای فردی و اجتماعی جوانان به چه میزان است؟

پیشینه‌ی پژوهش

در رابطه با پیشینه‌ی تحقیق می‌توان گفت که هیچ منبعی با عنوان دقیق مقاله که به شکل دقیق و همه‌جانبه‌ای به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت فرهنگی جوانان پرداخته باشد، نبوده و یا محقق نتوانسته بدان‌ها دست یابد. با وجود این، از مهم‌ترین پژوهش‌های انجام‌شده در خصوص هویت و سبک زندگی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

آنتونی الیوت تحقیقی با نام «من می‌خواهم که به نظر بیایم» در ارتباط با جراحی زیبایی و فرهنگ (۲۰۱۱) نگاهش که در این مقاله به‌طور انتقادی قدرت رسانه‌ها را در جهت ظهور جراحی زیبایی با تکیه بر تئوری‌های اجتماعی و مطالعات روان‌کاوی مورد بررسی قرار دهد. با ترسیم مفهوم هورتون و وول^۲ از "تعامل پارا اجتماعی" و همچنین ایده‌ی تامپسون در مورد "صمیمیت از راه دور"، نتایج نشان داد که یک رویکرد فرهنگی توسط رسانه‌ها در جریان است که اندام افراد مشهور (سلبریتی‌ها) چگونه به‌عنوان الگوهای تقلید و تمایل شباهت با آنان ایجاد می‌شود. در نتیجه‌ی این رویکرد سطح استرس و اضطراب را در کاربران افزایش می‌دهد.

جان ویلسون^۳ در سال ۲۰۱۳ تحقیقی را با هدف بررسی رسانه‌های جمعی و رابطه‌ی آن بر هویت فرهنگی را آغاز و در جست‌وجوی شناخت هویت فرهنگی جامعه بر پایه‌ی نژاد، ملیت که با توجه به یافته‌ها، حاکی از آن است که اهمیت استفاده از نمادهای مفهومی با توجه به ملیت، درک درستی از فرهنگ را ارائه داده و در نتیجه با دسترسی به اطلاعات و تاریخ فرهنگ قومی خود علاوه بر حفظ هویت فرهنگی خود، انسجام اجتماعی جامعه نیز افزایش می‌یابد.

روی و وانگ^۴ (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان روابط اجتماعی کاربران در شبکه‌های اجتماعی، به مطالعه تأثیر ریشه‌های فرهنگی و مکان‌های جغرافیایی متفاوت، بر فراهم آوردن انطباق بین

^۱ Anthony Elliott

^۲ Horton and Wool

^۳ John Wilson

^۴ Rui and Wang

فرهنگی دانشجویان پرداخته‌اند. جامعه‌ی آماری مورد مطالعه، دانشجویان بین‌الملل یک کالج در شمال شرق آمریکا بوده‌است. نتایج نشان می‌دهد که اکثر دانشجویان به دلیل غنای رسانه‌ای فیسبوک نسبت به اینستاگرام و تلگرام تمایل بیش‌تری به استفاده از آن داشته و برای دسترسی به تعاملات اجتماعی و فرهنگی از طریق انطباق با فرهنگ غالب در پی همگن‌سازی فرهنگی هستند. جینگ یانگ^۱ تا در سال ۲۰۱۵ در تحقیقی تحت عنوان «جمع‌گرایی^۲ - فردگرایی^۳ و شبکه‌های اجتماعی (فیسبوک) به این نتیجه دست یافتند که کاربران با فرهنگ‌های فردی خود نسبت به فرهنگ‌های گروهی، بیشتر از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. نتایج به‌دست‌آمده مطابق آنالیزهای دو فرهنگی و چندفرهنگی در ۴۹ کشور بوده و محقق نتیجه گرفت که فرهنگ‌های فردی و گروهی در قبال استفاده از شبکه‌های اجتماعی متفاوت عمل کرده و فرهنگ و هویت فردی تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی قرار دارد. به عبارتی با افزایش میزان فردگرایی از طریق شبکه‌ی فیسبوک، هویت اجتماعی افراد نیز تضعیف می‌گردد.

تحقیقی با عنوان «چگونه شبکه‌های اجتماعی هویت ما را تغییر می‌دهد؟» توسط نائوسیکار رنه^۴ در سال (۲۰۱۹) انجام شد. روش انجام پژوهش پیمایشی و جامعه‌ی آماری آن دانش‌جویان بودند. تحقیقات نشان دادند که شبکه‌های اجتماعی دو اثر مثبت که باعث تقویت هویت افراد و از سوی دیگر تضعیف‌کننده‌ی هویت فرهنگی از جمله فرهنگ اقوام، مذهب، گسست خانواده‌های ساکن نیویورک داشته است.

پژوهشی دیگر از عبدالوهاب ندیمی سال (۱۳۹۵) با هدف بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت دانش‌آموزان دختر دوره‌ی متوسطه منطقه‌ی ۴ تهران انجام شده است. تأثیرپذیری هویت در این تحقیق از چهار منظر قومی، دینی، ملی و جهانی مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج نشان داد که استفاده‌ی بیش از حد و گذراندن وقت در شبکه‌های اجتماعی تأثیرات منفی بر هویت دانش‌آموزان داشته و آن‌ها بیشتر دچار بحران هویت می‌شوند.

تحقیقی با عنوان شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت فرهنگی: مطالعه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه گیلان توسط عاطفه عظیمی در سال ۱۳۹۵ انجام شده است. نتایجی که پژوهش‌گر ذکر

۱. Jing Yang

۲ individualism

۳ .collectivism

۴ Nausicaa Renner

کرده فرهنگ رسانه‌ها از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی پیوسته در حال تضعیف و بی‌ثبات کردن انواع هویت‌ها هستند. به طوری که با افزایش حضور در فضای مجازی، هویت‌های فرهنگی، دینی، ملی و قومی تضعیف و هویت جهانی تضعیف می‌گردد. همچنین شبکه‌های اجتماعی مجازی، باعث تغییرات اساسی در نهادهای هویت‌ساز شده‌اند و عوامل معناساز هویتی را دستخوش تغییر نموده‌اند و موجب شده‌اند که جوانان به سمت جهانی‌شدنی که مورد نظر جوامع سرمایه‌داری و امپریالیستی است نزدیک شده و از فرهنگ ایرانی اسلامی خود دور شوند. در نتیجه بر عملکرد اجتماعی آنان نیز تأثیر منفی می‌گذارد.

تحقیقی توسط علی هیودی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ جهان وطنی یا بحران هویت (مورد مطالعه جوانان ۳۵-۱۸ سال شهر دزفول) در سال ۱۳۹۶ انجام شده است. بعد از جمع‌آوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل آن‌ها نتایج تحقیق بیان می‌کند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی میل به جهان وطنی و پذیرش الگوها و شاخص‌های حاکم بر نظام جهانی را در جوانان افزایش می‌دهد و به نوعی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی پیدا کرده؛ به گونه‌ای که عدم ارتباط با شبکه‌ها آنان را پرخاش‌گر می‌نماید. در واقع پاسخ‌گویان این مطالعه اعتقاد دارند که شبکه‌های اجتماعی مجازی در حد متوسط به بالا بحران هویت را در جامعه تشدید می‌کنند.

تحقیقی با عنوان «پیش‌بینی اعتیاد به اینترنت با توجه به خودانضباطی و سطوح آن» توسط زهره زارع (۱۳۹۶) انجام شد که پیش‌بینی اعتیاد به اینترنت با توجه به خودانضباطی و سطوح آن و نوع آن توصیفی-همبستگی بود. نتایج تحلیل رگرسیون تک متغیره و چندگانه نشان داد که بی‌انضباطی و عدم نظم و برنامه‌ریزی در زندگی نتیجه‌ی منفی اعتیاد به اینترنت است. تحقیقی با عنوان رابطه بین احساس تنهایی و هراس اجتماعی با اعتیاد به اینترنت در دانش‌جویان دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه (۱۳۹۷) توسط رضا محمدی انجام شد. آزمودنی‌ها به ۳ پرسش‌نامه‌ی، اعتیاد به اینترنت (یانگ)، احساس تنهایی (راسل) و هراس اجتماعی (کانور) پاسخ دادند. نتایج پژوهش نشان داد که بین احساس تنهایی و هراس اجتماعی با اعتیاد به اینترنت رابطه‌ی مثبت معنادار وجود دارد، همچنین متغیرهای احساس تنهایی و هراس اجتماعی توانایی پیش‌بینی گرایش به اعتیاد به اینترنت را دارند. تحقیقی با موضوع « بررسی تأثیر اعتیاد به اینترنت بر سلامت جسمی و روانی دانش‌آموزان مقطع دبیرستان شهرستان شاهرود» (۱۳۹۷) توسط رزینا قنبری (رشته‌ی پزشکی عمومی) انجام شد. اعتیاد به اینترنت به معنای استفاده‌ی بیش از حد یا نامعقول و بیمارگونه از اینترنت است که یافته‌های پژوهش‌های مختلف حاکی از رابطه‌ی بین اعتیاد به

اینترنت و سلامت جسمی و روانی هستند. با توجه به این که میزان بروز و شیوع اعتیاد به اینترنت در گروه سنی نوجوانان و جوانان در حال افزایش است. روش مطالعه: پژوهش حاضر از نوع توصیفی و از نظر نوع بررسی همبستگی می‌باشد. با استفاده از جدول کرجسی و مورگان^۱، ابتدا ۳۶۱ نفر از دانش‌آموزان شهرستان شاهرود به صورت تصادفی انتخاب شدند. از دو پرسش‌نامه‌ی سنجش سلامت عمومی (GHQ-28) و اعتیاد به اینترنت یانگ جهت جمع‌آوری داده‌ها استفاده گردید. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد، در کاربران معتاد به رسانه‌های جمعی و اینترنت، بین نمرات اعتیاد به اینترنت با نمرات پرسش‌نامه‌ی سلامت عمومی در تمامی مؤلفه‌های آن (مقیاس-های علائم جسمانی، علائم اضطرابی و اختلال خواب، علائم اختلال کارکرد اجتماعی) رابطه‌ی مستقیم وجود دارد.

مباحث مربوط به پیشینه‌ی پژوهش، نشان می‌دهد که بیشتر پژوهش‌های صورت‌گرفته، فقط به بررسی سبک زندگی و هویت اجتماعی پرداخته‌اند و تقریباً پژوهش مهمی در زمینه‌ی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت فرهنگی با رویکرد نظریه‌ی داده‌بنیاد (گراند‌تئوری) صورت نگرفته است. همچنین در این پژوهش سعی شده تا علاوه بر به‌کارگیری مباحث مهم و مورد مطالعه و با تأکید بر جنبه‌های کاربردی آن‌ها به درک صحیح و کارآمدتری دست یافته و به واسطه‌ی آن گامی مهم در جهت حل مسایل و مشکلات جامعه برداشت.

مبانی نظری پژوهش

یکی از پرسش‌های اساسی تئوری رسانه‌ها این است که رسانه‌ها چه تأثیری دارند؟ قدرت رسانه‌ها از زمان تولد وسایل ارتباط جمعی مایه‌ی نگرانی جامعه بوده است. تولد هر رسانه‌ی ارتباطی جدید با ترس و نگرانی از قدرت مخرب آن بر مخاطبان همراه بوده است. رسانه‌ها بخش غیر قابل تفکیک و همواره حاضر در زندگی روزمره‌ی جامعه هستند. بنابراین می‌توان سه نوع نظریه را در ارتباط با رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی مورد بحث قرار داد.

تئوری‌های رسانه‌محور

تئوری تأثیر مستقیم^۲

^۱ . Krejcie & Morgan

^۲ Direct Impact Theory

اولین تئوری در مورد تأثیر رسانه‌ها، تئوری تأثیر مستقیم است که آن را تئوری گلوله جادویی نامیدند. این تئوری به طور خلاصه گویای آن است که پیام‌های رسانه‌ای به طور یکسان و یکنواخت به همه‌ی مخاطبان می‌رسد و تأثیری مستقیم و آنی بر جای می‌گذارد. در این تئوری مخاطبان دریافت‌کنندگان منفعل پیام‌های رسانه‌ای هستند و در تحلیل و تفسیر آن نقشی نداشته و یا بسیار اندک و ناچیز است. برخی از محققان به‌ویژه محققانی که در عرصه‌ی یادگیری فعالیت می‌کنند، بر این عقیده هستند که انسان‌ها می‌توانند از خلال مشاهده‌ی رفتار دیگران، رفتارهای جدیدی از سه طریق بیاموزند؛ یادگیری از خلال تجربه‌ی شخصی، یادگیری از طریق آشنایی متقابل با افراد دیگر و یادگیری از رسانه‌ها است... بحث در مورد تأثیر رسانه‌های جهانی حول محور هویت فرهنگی، ملی و فردی دور می‌زند. هرکسی نیاز دارد بداند چه کسی است و به کجا تعلق دارد. هویت به یک عنصر مهم و اساسی در تعریف اینکه ما که هستیم بدل شده است. رسانه‌های جهانی ارزش‌ها و باورهای جوامع را تهدید می‌کنند و در خیلی از مواقع به کم‌رنگ شدن هویت و فرهنگ محلی^۱ می‌انجامد (قاسمی، ۱۳۹۷: ۱۹۶-۱۹۵).

تئوری کاشت

نظریه‌ی کاشت یکی از اشکال اثر رسانه‌ها در سطح شناختی بوده و مربوط به این موضوع است که قرارگرفتن در معرض رسانه‌ها تا چه حد می‌تواند به باورها و تلقی مخاطبان شکل دهد؟ نظریه‌ی کاشت با اشاعه برای ارائه‌ی الگویی از تحلیل، تبیین شده است؛ تا نشان‌دهنده‌ی تأثیر بلندمدت رسانه‌هایی باشد که اساساً در سطح برداشت اجتماعی، عمل می‌کنند. گربنر^۲ عقیده دارد که رسانه‌ها به لحاظ عمق و نفوذ قابل ملاحظه‌اش نیروی فرهنگی قدرت‌مندی است.

از نظر گربنر^۳ رسانه‌ها متمایل به ارائه‌ی دیدگاه‌های هم‌شکل و کم‌وبیش یکسان از واقعیت هستند و مخاطبان آن‌ها، بر اساس این چنین مکانیسمی فرهنگ‌پذیر می‌شوند (لطیفی و همکاران، ۱۴۰۰: ۳۶۴). به این صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌ای خاص باعث ایجاد تغییر نگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود (عباسی قادی و خلیلی کاشانی، ۱۳۹۰: ۸۱). در واقع نظریه‌ی کاشت یکی از اشکال اثر رسانه‌ها در سطح شناختی بوده و مربوط به این موضوع است که قرارگرفتن در معرض رسانه‌ها، تا چه حد می‌تواند به باورها و تلقی عموم از واقعیت خارجی

¹ Local culture

² planting theory

³ . gerbner

شکل دهد؟ نظریه‌ی کاشت با اشاعه برای ارائه‌ی الگویی از تحلیل، تبیین شده است تا نشان‌دهنده-ی تأثیر بلندمدت رسانه‌هایی باشد که اساساً در سطح برداشت اجتماعی عمل می‌کنند (احمدزاده کرمانی، ۱۳۹۰: ۳۳۶). وود^۱ معتقد است نظریه‌ی کاشت به فرآیند انباشتی و متراکمی اشاره دارد که به وسیله‌ی آن، رسانه‌ها اعتقادات و باورها را درباره‌ی واقعیت اجتماعی پرورش می‌دهد (وود، ۲۰۰۰: ۷۹). گرینر معتقد است که وسایل ارتباط جمعی گرایش‌ها و ارزش‌های حاکم بر جامعه را تبلیغ و ترویج و با یکسان‌کردن گرایش‌ها و ارزش‌های افراد جامعه آن‌ها را به هم پیوند می‌دهند (چاندلر، ۱۹۹۵: ۲). پژوهش‌گران کاشت به منظور ارائه‌ی دیدگاه خود درباره‌ی رسانه‌ها به‌عنوان یک رسانه‌ی تأثیرگذار فرهنگی به فرآیندی چهار مرحله‌ای اشاره می‌کنند: ۱- تحلیل نظام پیام، ۲ - تدوین پرسش‌هایی درباره‌ی کم و کیف واقعیت‌های اجتماعی از دید بینندگان، ۳ - مطالعه‌ی مخاطب به منظور بررسی میزان تماشای برنامه‌ها و استفاده‌ی آنان از این برنامه‌ها، ۴ - مقایسه‌ی مفهوم‌سازی بینندگان پرمصرف و کم‌مصرف از واقعیت‌های اجتماعی^۲ (برینانت و دیویس، ۲۰۰۰: ۹۱).

مورگان و سیگنوریلی^۳ معتقدند: فرآیند کاشت به‌عنوان جریان یک‌سویه‌ی تأثیر رسانه‌ها بر مخاطبان نیست، بلکه بخشی از یک فرآیند تعامل در حال جریان، پویا و مستمر بین پیام‌ها و بافت‌ها فرض می‌شود (مورگان و سیگنوریلی، ۱۹۹۰: ۱۲۴). به باور سورین و تانکارد^۴، امروزه این دیدگاه که رسانه‌ها نقش مهمی در جامعه‌پذیری اولیه‌ی کودکان و همین‌طور جامعه‌پذیری درازمدت بزرگسالان دارند، به طور گسترده مورد قبول قرار گرفته است. از مهم‌ترین کارکرد رسانه‌ها انتقال فرهنگ است. رسانه‌ها با نمایش و عرضه‌ی جامعه‌ای که فرد می‌تواند خود را با آن هم‌هویت ساخته، این امکان را برای فرد می‌تواند میسر سازد تا به منظور کاهش احساس بیگانگی^۵ یا احساس بی‌ریشه بودنش فائق آید (خواجه نوری، ۱۳۹۷: ۱۲۶).

نظریه‌ی برجسته‌سازی^۶

1. wood

2. Social reality

3. Morgan and Signorilli

4. Surin and Tankard

5 Alienation

6 Highlighting theory

نظریه‌ی برجستگی، رویکرد دیگری است که توسط روکیچ و دیفلور^۱ برای ترکیب الگوهای آثار محدود و آثار قدرت‌مند ارائه گردید. روکیچ و دیفلور در این مدل، میزان ثبات ساختاری نظام اجتماعی، کم و کیف رسانه‌ها، میزان وابستگی متقابل در نظر گرفته و آثار شناختی، عاطفی و رفتاری را نتیجه‌ی تعامل توأمان آن‌ها معرفی کرده‌اند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴: ۴۱۳-۴۱۲). منظور از برجسته‌سازی رسانه‌ها این است که رسانه‌ها، به‌ویژه در اخبار و گزارش‌های خبری و برنامه‌های مستند، این قدرت را دارند که توجه عموم را به مجموعه‌ای از مسائل و موضوعات معین و محدود معطوف سازند و از مسائل و موضوعات دیگر چشم‌پوشی کنند. حاصل کار این می‌شود که بعضی از مسائل خاص توسط بسیاری از مردم در سپهر عمومی و خارج از قلمروی رسانه‌ها به بحث گذاشته می‌شود. درحالی‌که به مسائل و موضوعات دیگر توجه نمی‌شود (سولیوان و همکاران، ۱۳۸۵: ۲۶).

مک لوهان^۲ معتقد است که رسانه پیام است. به نظر وی مهم‌ترین اثر رسانه‌ها این است که بر عادات و درک و تفکر ما اثر می‌گذارند. فیلم، تلویزیون و کامپیوتر با دستکاری محتوا و فرآیندهای تجربه‌ی ارتباطی، بر درک و فهم مخاطب از واقعیت اثر می‌گذارند و نوعی تجربه‌ی مصنوعی می‌آفرینند. بعضی از این فنون برای خلق تجربه‌ی مصنوعی عبارت‌اند از: تغییر سرعت حرکت، نمایش مجدد، پرش آنی از یک صحنه به صحنه‌ی دیگر، گلچین بخش‌هایی از رویداد، کنارهم-گذاشتن رویدادهای به لحاظ زمانی و یا مکانی مجزا و ترکیب و جابه‌جایی انگاره‌های بصری. مواجهه‌ی زیاد با این نوع تجربه‌ی مصنوعی می‌تواند آثاری به همراه داشته باشد و موجب نگرانی کلیت جهان‌بینی فرهنگی گردد (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۳۹۳).

رویکردهای نظری هویت

هویت^۳ از موضوعات و مسائلی است که در طول دوره‌ی طرح نظریه‌های جدید جامعه‌شناسی مورد توجه بوده است و حجم انبوهی از نظریه‌های جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی پیرامون آن طرح، تولید و توسعه یافته است. در میان نظریه‌پردازان معاصر جامعه‌شناسی بیش از همه آنتونی گیدنز بر کارکرد هویت تأکید می‌کند. به اعتقاد گیدنز در زندگی اجتماعی مدرن، مقوله‌ی سبک

^۱ Rocage and Diflor

^۲ McLuhan

^۳ identity

زندگی اهمیت خاصی دارد. سنت بیشتر معنای خود را از دست می‌دهد و زندگی روزانه بیشتر بر اساس بازی دیالکتیکی میان امر محلی و امر جهانی شکل می‌گیرد و بیشتر افراد مجبور می‌شوند تا از میان مجموعه‌ی انتخاب‌ها، چیزهایی را گزینش کنند (گیدنز، ۱۳۷:۸۸). در تعبیری که وی از دگرگونی اجتماعی دارد، سبک‌های زندگی از نشانه‌های مهم روابط در حال تغییر فردیت و اجتماع به شمار می‌روند (ذکایی به نقل از ذوالفقاری و سلطانی، ۱۳۸۹: ۲۸). لذا در دنیای مدرن، هویت شخصی و اجتماعی به طرز متباین با ارتباطات شخصی - اجتماعی جوامع سنتی تر مسأله‌زا می‌گردد. در دوره‌ی مدرن، هویت فردی و اجتماعی در سایه‌ی توسعه‌ی وسایل ارتباط جمعی به طرحی تبدیل می‌شود که باید توسط خود فرد به صورت بازاندیشانه ایجاد و ساخته شود. رسانه‌ها درک فرد از روابطش را تغییر می‌دهند (گیدنز، ۱۳۸۸: ۶۲). بنابراین در نزد گیدنز هویت برساخته‌ی عصر جدید و زاده‌ی تجدد و نهادهای امروزی است. به نظر وی هویت شخصی نوعی خصیصه‌ی متمایز یا حتی مجموعه‌ای از خصیصه‌های متمایز نیست که در اختیار فرد قرار گرفته باشد. هویت شخصی در حقیقت همان خود است که شخص آن را بازتابی از زندگی‌نامه‌اش می‌داند. هویت در این‌جا به معنای تداوم فرد در زمان و مکان است. در واقع هویت شخصی چیزی نیست که در نتیجه‌ی تداوم کنش‌های اجتماعی فرد به او تفویض شده باشد، بلکه چیزی است که فرد باید آن را به‌طور مداوم و روزمره ایجاد کند و در فعالیت‌های بازتابی خویش حفاظت و پشتیبانی قرار دهد (همان: ۸۱). بنابراین هویت جمعی (هویت اجتماعی و فرهنگی) هم به مانند هویت شخصی در روند ساخت‌یابی و با توجه به موقعیت‌ها، شرایط، اوضاع و احوال اجتماعی و اقتصادی و نیز خودآگاهی شکل می‌گیرد و همین آگاهی بر خود و هویت شخصی زمینه‌ی بروز هویت جمعی است. در نتیجه بین خودآگاهی فردی و هویت شخصی با هویت اجتماعی و فرهنگی ارتباط وجود دارد (همان: ۸۳).

نظریه‌ی هویت اجتماعی جنکینز

جنکینز هویت را محصول فرآیندی مستمر میان خود و دیگری می‌داند و معتقد است این دیالکتیک درونی - بیرونی بدین معناست که در شکل‌گیری هویت علاوه بر شناخت فرد از خود، میزان پذیرش این شناخت از سوی دیگران نیز به اندازه‌ی خود این شناخت ضروری است. بدین ترتیب فرد در عرصه‌ی مواجهه و رویارویی با دیگران به لحاظ برخورداری از شباهت یا تفاوت با آنان، نسبت به هویت خاص خود واکنش نشان می‌دهد و به‌طور دائم در رفت و برگشت‌های مکرر به تولید و بازتولید آن می‌پردازد. بنابراین هر "خود" منفرد مرکز تجسم‌یافته‌ی سپهر اجتماعی از

خود و دیگران است؛ کانون آمد و شده‌های درونی - بیرونی و داده - ستانده‌های تبادلی که برخی از آن‌ها در خود حک می‌شوند و برخی نیز نمی‌شوند (عباسی قادی و خلیلی کاشانی، ۱۳۹۰: ۴۶). هرچند محققان بر سر منابع هویت‌بخش اجماع ندارند، ولی دست‌کم در این مورد اتفاق نظر دارند که با بسط فرآیند مدرنیته اضمحلال و تحلیل رفته تا حدی که قدرت استیلای خود را بر معنادهی به هویت کنش‌گران از دست می‌دهد (زلفعلی فام و ابراهیم پور، ۱۳۸۷: ۱۸۳). مدیریت تأثیرگذار^۱ گافمن

مضمون مهم در اثر گافمن، هویت است. افراد درون نظم تعاملی در مورد هویت‌های خود مذاکره می‌کنند. آن‌ها با فعال‌سازی توانش‌های تعاملی در روال‌های عادی موقعیتی (چهارچوب-بندی شده) تصویری از خود (از خویشتن) را برای پذیرش دیگران ارائه می‌دهند. به عقیده‌ی من، این وجه درونی دیالکتیک تعیین هویت با توجه به تصویر عمومی است. وجه بیرونی، پذیرش این ارائه توسط دیگران است؛ آن‌ها می‌توانند آن را بپذیرند یا نپذیرند. تعیین هویت فردی در روابط جاری میان تصویر از خود و تصویر عمومی ظهور می‌کند. در این‌جا مسأله‌ی هنرهای مدیریت تأثیر مطرح است: توانش‌های تعاملی که هویت‌های خاصی را برای دیگران می‌فرستد و تلاش می‌کند میزان پذیرش آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهد.

این‌ها شامل سبک و توانایی نمایشی، آرمان‌گرایی^۲، کنترل معنادار^۳، معرفی غلط و سردرگمی است. بیشتر آن‌ها حاصل جامعه‌پذیری اولیه‌اند و در ارتباط جسمانی غیر کلامی به علاوه‌ی زبان به صورت عادی در می‌آیند و اینکه چگونه افراد تفاوت میان "هویت اجتماعی مجازی"^۴ و "هویت اجتماعی واقعی"^۵ خود را مدیریت می‌کنند؛ اولی به ظاهر آن‌ها برای دیگران در تعامل مربوط می‌شود و دومی به آن چیزی برمی‌گردد که در نگاه دقیق‌تر معلوم می‌شود آن‌ها را دارا هستند (جنکینز، ۱۳۹۶: ۱۱۳، ۱۱۴ و ۱۱۶).

تئوری برچسب‌زنی^۶

¹ Effective management

² Idealism

³ meaningful control

⁴ Virtual social identity

⁵ True social identity

⁶ Labeling theory

گافمن معتقد است که افرادی که هویت واقعی بدانام دارند، می‌خواهند از لحاظ مجازی نرمال باشند: ننگ عبارت است از فاصله‌ی میان واقعی و مجازی و شرمندگی‌ای که در نتیجه‌ی کشف آن توسط دیگران حاصل می‌شود و مهم‌تر اینکه مهارت‌های مدیریت اطلاعات لازم برای کنترل این‌که چه کسی و تا چه حدی از این بدنامی اطلاع دارد. قضیه‌ی برچسب‌زنی به سه صورت آمده است: قانون‌شکنی عادی و مسری است و فقط در صورتی که مقتدرانه برچسب زده شود به منابع سنتی هویت‌بخش به تدریج رو به انحراف می‌گراید. کنش‌گران به این دلیل به انحراف می‌گیرند که این برچسب به آن‌ها زده می‌شود. آهنگ انحراف حاصل رفتار کارگزاران کنترل اجتماعی است. این مفهوم به این مسأله می‌پردازد که هویت از جمله مفاهیم نادری است که همان‌قدر از لحاظ فردی معنا دارد که از لحاظ جمعی، یک مفهوم استراتژیک است؛ چراکه هویت مبتنی بر منابع مشترکی از قصد و نیت (مانند اخلاقیات) و شبکه‌های تعاملی محدودیت و امکان است، مفهومی مهم در فهم ما از کنش و پیامدهای هم خواسته و هم ناخواسته‌ی آن است (همان : ۴۲).

روش پژوهش

در پژوهش حاضر از روش نظریه‌ی داده بنیاد به عنوان یکی از روشهای مهم در پژوهش کیفی استفاده شده است. نظریه‌ی داده بنیاد، طرح پژوهش کیفی است که محقق بر اساس آن اقدام به تولید یک تبیین عام (نظریه) از یک فرایند، کنش یا تعامل می‌کند که بر اساس دیدگاه شماری از مشارکت‌کنندگان شکل می‌گیرد. در این روش جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها، همزمان انجام می‌شود، و گردآوری داده‌ها همراه با تحلیل تا جایی که به مرحله‌ی اشباع برسد، ادامه می‌یابد. تجزیه و تحلیل فرایندی است که با جمع‌آوری اولین قسمت داده‌ها شروع می‌شود و ترسیم بستر جزء اساسی آن به شمار می‌رود. در این فرایند، داده‌ها به کوچکترین اجزاء ممکن (مفاهیم) شکسته می‌شوند. داده‌های جدید همزمان با تمام داده‌ها از نظر تفاوت و شباهت مقایسه می‌گردند و مقوله‌سازی با مرور مکرر و ادغام کدهای مشابه انجام می‌گیرد. این نکته را نیز باید اضافه کرد که در روش نظریه‌ی داده بنیاد پژوهش‌گر کار را با نظریه‌هایی که از قبل در ذهن دارد شروع نمی‌کند، بلکه کار را در عرصه‌ی واقعیت آغاز می‌کند و می‌گذارد تا نظریه از درون داده‌هایی که گرد می‌آورد، پدیدار شود (استراوس و کوربین، ۲۰۰۸: ۱۱۲). چنین رهیافتی، پس از استخراج داده‌ها، به جای گذاشتن آن به محک تحلیل آماری، به تجزیه و ترکیب غیرمقداری آن مبادرت می‌کند و در این مسیر، زمینه‌ساز نوعی انعطاف‌پذیری در پژوهش می‌شود. هدف از تحلیل کیفی،

درک معنا و ماهیت رابطه بین متغیرهاست. در ضمن با مقولاتی در پژوهش کیفی سروکار داریم که گاه قابل کمی شدن نیستند. روش‌های کیفی وسیله‌ای برای ارزیابی حقایق سنجش‌ناپذیر، درباره افراد تحت مطالعه پژوهش‌گران و نیز عناصر نمایانگر خصوصیات شخصیتی آنان هستند. در نتیجه پژوهش‌گران می‌توانند با فنون کیفی، در فهم و درک دیگران شریک شوند و با کشف ساختار زندگی مردم، دریابند که آن‌ها چگونه به زندگی خود و دیگران معنا می‌دهند. روش پژوهش روی انسان‌ها بر چگونگی بررسی شرکت‌کنندگان تاثیر می‌گذارد، به گونه‌ای که اگر انسان‌ها به صورت آماری مطالعه شوند، خطر عدم تطابق با واقعیت برای نتایجی که از نظر ریاضی دقیق‌اند، وجود دارد. (سفیری، ۱۳۸۷: ۲۸-۲۷). به طور کلی حرکت به سوی یک نظریه ی محدود به واقعیت در این رویکرد از پنج مرحله کدگذاری باز و تشخیص مفاهیم، توسعه ی مفاهیم در جهت ابعاد و ویژگی‌ها، وارد نمودن فرایند به تحلیل، تحلیل داده‌ها برای زمینه و یکپارچه سازی مقولات عبور می‌کند. مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر ۲۲ نفر از دانشجویان دانشکده ی علوم اجتماعی دانشگاه تهران مرکز هستند. تحلیل داده‌ها: تحلیل داده‌ها با مدنظر قرار دادن ساختار اصلی تحلیل داده‌ها در رویکرد سیستماتیک نظریه ی زمینه‌ای بر مبنای سه شیوه ساخته شده که عبارتند از: (۱) مفاهیم (۲) مقولات (۳) گزاره‌ها . مفاهیم: مفاهیم واحدهای اصلی تحلیل هستند، چرا که توسعه نظریه، محصول داده‌های جمع آوری شده نیست، بلکه دست یافتن به نظریه، نتیجه مفهوم-سازی از داده‌هاست (ذکائی، ۱۳۸۱: ۵۵). داده‌ها پس از بررسی و انجام مقایسه‌های پایا و مراجعه مکرر به داده‌ها، توسط محقق، مفهوم سازی گشت. مفاهیم پر تکرار برآمده از داده‌های خام ۶۵ مفهوم را شامل شده است. سپس فرایند مقوله بندی، بر اساس رویه تحلیلی مقایسه کردن، گروه بندی مفاهیم در سطحی بالاتر و انتزاعی‌تر برای دستیابی به مقوله‌ها آغاز شد. در جریان این کار هر مفهوم با مفاهیم قبل یا بعد از خود و با کل مفاهیم موجود مقایسه و تطابق داده شد و بر اساس همانندی و نزدیکی، مقوله‌ها ساخته شدند. مقوله‌های ساخته شده شامل ۶ مقوله اصلی می‌باشد. در جدول شماره ۱ مفاهیم و مقولات به دست آمده ارائه شده‌است:

یافته‌های پژوهش

بر اساس مراحل روش نظریه‌ی داده‌بنیاد، تجزیه و تحلیل داده‌ها منجر به شکل‌گیری ۶ مقوله‌ی اصلی شد (جدول شماره‌ی یک).

جدول شماره‌ی یک- جدول مفاهیم، مقولات و مقوله‌ی محوری اثرات منفی استخراج‌شده از داده‌های کیفی

مفاهیم	مقوله
اختلال هویتی	بحران هویت
کم‌رنگ‌شدن ارزش‌های فرهنگی	سردرگمی
نگرانی و تشویش	شیدایی - فردیت‌یابی
هاله‌پوشی	ستیز فرهنگی
رشد احساس منفی	خشمگین و ناراضی
گسست ارتباط عاطفی و اجتماعی با دیگران	تنش میان من و الزام‌های اجتماعی
افسردگی فیسبوكی	اختلال در نقش‌های اجتماعی
اختلال اضطراب عمومی	آزار سایبری
سردرگمی	کم‌رنگ‌شدن سرمایه‌های اجتماعی
اجتماع هراسی	گسترش ارتباطات اجتماعی منفی و پیوندهای منفی
اتلاف وقت	اختلال اضطراب عمومی OCD
رشد حالات فردگرایی	اختلال در کارکرد اجتماعی
احساس جدایی و انزوا نشینی	کاهش اعتبارات فرهنگی گروه‌های مرجع فرهنگی
پرخاش‌گری و بدخلقی	ارزشی جامعه
عدم توجه و تمرکز	عدم رعایت تکالیف و انتظارات اجتماعی
گسترش مصرف مواد الکلی	گسست شبکه‌های ارتباط اجتماعی
گسترش مصرف اعتیاد	کاهش هم‌فکری و مشارکت اجتماعی
کاهش عزت نفس	اختلال در کارکرد اجتماعی
وسواس خود زشت‌پنداری	ناسازگاری اجتماعی
بت‌انگاری	عدم مسئولیت‌پذیری
اختلال بدریخت‌انگاری بدن BDD	تعارض در نقش
نمایش بر روی صحنه	ظاهرپرستی و خودنمایی
خودبیگانگی - بیگانگی از زمان	شخصیت‌نمایشی
طلب پذیرش دیگران	اهمیت وجه سخت‌افزاری بدن
	زیست‌قدرت
	رتوش رفتاری
	انجام جراحی‌های زیبایی
	اهمیت فرم و فیزیک بدن

	احتمال افزایش خودکشی	داغ ننگ
	افسردگی و اضطراب	مخدوش شدن حریم‌های پشت صحنه
	احساس تنهایی	هتک حیثیت فردی
	خودخوری و آسیب به خود	کاهش پیوندهای عاطفی با خانواده و اجتماع
ترس از طردشدن	سرخوردگی و احساس ناکامی	شخصیت‌نمایشی و کمال‌گرا
	اهمیت اجرای مدیریت تأثیرگذار	وسواس اینترنتی
	رقابت و شتاب	ابزار کسب محبوبیت و اعتبار
	اتلاف وقت	چند شخصیتی
	سرخوردگی و احساس ناکامی	نگرانی و تشویش
	اهمیت قدرت در اجتماع مدرن	کاهش مشارکت مدنی
	هماندسازی خود با گروه‌های هم-سالان	وسواس تلفن همراه
	افت عملکرد اجتماعی	ترس از جدا افتادگی اجتماعی

در ادامه به هریک از مقولات اصلی به مثابه یافته‌های تحقیق پرداخته می‌شود.

بحران هویت

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها آشکار ساخت که چهار مورد از پنج شبکه‌ی اجتماعی که بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند عملاً احساس اضطراب آن‌ها را بدتر می‌کنند. این تحقیق نشان داد، افراد جوانی که استفاده زیادی از رسانه‌های اجتماعی دارند به عبارتی زمانی بیش از دو ساعت در روز را در سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، توئیتر یا اینستاگرام می‌گذرانند، ممکن است احساس سرخوردگی و ناامیدی پیدا کرده و حتی تصور کنند هیچ نکته‌ی مثبتی در زندگی آن‌ها وجود ندارد و حتی با دیدن این تصاویر زمینه برای ابتلا به افسردگی در آن‌ها فراهم شود. نگرش «مقایسه و ناامیدی» در جوانان احساس بی‌کفایتی، عدم اعتماد به نفس، کاهش عزت‌نفس، حرمت نفس ضعیف و تداوم کمال‌گرایی و سردرگمی نقش است و عدم دستیابی به نیازها و آرزوها بحران هویت سبب می‌شود.

اختلال در کارکرد اجتماعی

برخی بیان می‌کنند که در طول شب برای بررسی پیام‌ها در شبکه‌های اجتماعی بیدار می‌مانند که موجب می‌شود که سه برابر خستگی بیشتر نسبت به همکلاسی‌های خود که از شبکه‌های اجتماعی

در طول شب استفاده نمی‌کنند دارند. این امر به‌نوبه‌ی خود موجب اختلال در کارکرد اجتماعی آن‌ها می‌شود.

تصویر اندام

تأثیر صنایع فرهنگی بر نگرش‌ها و رفتار جوانان با این فرض آغاز می‌شود که این رفتار، مبتنی بر جهت‌گیری به سمت یادگیری از طریق تقلید رفتاری است که از طریق رسانه‌های جمعی منتقل می‌شوند. این خود مشکلاتی نظیر به عینی و واقعی بودن تصویری است که رسانه‌های جمعی از جهان به دست می‌دهند. این تصویر، برخی اوقات یک‌سویه و یا نادرست است؛ چراکه رسانه می‌تواند با امکانات عظیم خود، حقایق را دستکاری کرده و الگوهایی را ساخته و پرداخته نماید که حقیقت ندارد. گزاره نیست اگر گفته شود که بحران بنیادین رسانه‌های جمعی امروزی، بحران حقیقت است؛ چراکه امکان تبدیل ارزش‌های نمایش داده‌شده از رسانه‌های جمعی به بخشی از شخصیت افراد، بدل به الگویی زیباشناختی می‌شوند. تصویر بدن مسأله‌ی مهمی در افراد جوان چه زن و چه مرد است اما برای زنان در سنین نوجوانی و اوایل دهه‌ی بیست اهمیت زیادی دارد. حدود ۵ نفر از ده دختر جوان می‌گویند که از اندام خود ناراضی هستند و اعتمادبه‌نفس کمتری نسبت به دیگران دارند. در حقیقت اعتمادبه‌نفس بالا سنگ بنای موفقیت‌های کوچک یا بزرگ در زندگی محسوب می‌شود. شبکه‌های اجتماعی افزایش تصمیم نسل جوان به جراحی زیبایی را با انتشار تصاویر سلبریتی‌ها و مانکن‌ها افزایش داده تا همه عکس‌ها را بهتر ببینند. همین امر دارای پیامدهایی برای سلامت جسمی از طریق عمل جراحی غیرضروری است.

آزار سایبری

آزار و اذیت طی کودکی یک عامل خطرزای اصلی برای برخی مسائل مانند سلامت روانی، آموزش و روابط اجتماعی با اثرات درازمدت است. افزایش رسانه‌های اجتماعی به این معنی است که کودکان و افراد جوان اغلب در تماس با یکدیگر هستند. روزها در مدرسه با ارتباط دیداری پر می‌شود و زمان در خانه با تماس از طریق شبکه‌های اجتماعی. زمان کمی برای جوان‌های امروز به‌صورت غیرتعاملی سپری می‌شود. از آن‌جا که بیشتر این تعاملات مثبت هستند همچنین فرصتی را برای متعرضان برای ادامه سوءاستفاده فراهم می‌کند. حتی زمانی‌که به‌طور فیزیکی نزدیک به فرد نباشند. افزایش شبکه‌های اجتماعی برخی اوقات مشکل‌آفرین است چون به‌عنوان ابزاری سریع برای گردش پیام‌ها آزار و اذیت و انتشار تصاویر هستند. ۳۷٪ افراد جوان بیان می‌کنند که تجربه‌ی

آزارهای سایبری را در دفعات زیاد داشته‌اند. قربانیان این آزار اذیت احتمالاً دارای عملکرد تحصیلی پایین، افسردگی، اضطراب، خود آسیمی، احساس تنهایی و تغییر در الگوی خواب و تغذیه بودند که همه‌ی آن‌ها می‌توانند سطح زندگی افراد جوان را تغییر دهند.

ترس از طردشدن

مفهوم ترس از پذیرفته‌نشدن (FoMO) نسبتاً جدید است و به‌سرعت در فرهنگ ما رایج شده است که به دلیل پیدایش و افزایش تعداد رسانه‌های اجتماعی است. این اصطلاح به‌ویژه در افراد جوان استفاده می‌شود. در اصل FoMO نگرانی از رویدادهای اجتماعی یا به‌عبارت‌دیگر فعالیت‌های لذت‌بخش است که احتمالاً بدون آنکه شما از وقوع آن لذت ببرید اتفاق می‌افتد. FoMO نیاز به ارتباط مداوم با سایر افراد مشغول دارد تا مورد پذیرش قرار گیرند. FoMO با خلق و خوی بد و رضایت از زندگی کمتر همبستگی دارد. به اشتراک گذاشتن عکس‌ها و ویدئو در رسانه‌های جمعی به این معناست که افراد جوان با جریان بی‌انتهای تجربیات سایرین مواجه می‌شوند که می‌تواند به‌طور بالقوه موجب صرف احساساتی شود که در زندگی نداشتند. FoMO ارتباط تنگاتنگی با سطوح بالای موافقت رسانه‌های اجتماعی دارند که یعنی استفاده‌ی شخصی بیشتر از رسانه‌های اجتماعی موجب افزایش احتمال وقوع FoMO می‌شود. بسیاری از افراد درجاتی از FoMO را تجربه می‌کنند و برای بسیاری مسأله‌ی خاصی نیست. با وجود این، افزایش گزارش افراد در این خصوص که FoMO سبب می‌شود که آن‌ها تنش خود را به‌صورت اضطراب و احساس ناکافی - بودن نشان دهند.

کدگذاری محوری

مرحله‌ی دوم کدگذاری محوری است و برای یافتن روابط میان مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها به کار رفته و داده‌ها را دوباره به شیوه‌ای جدید روی هم می‌گذارد که به تعبیر استراوس و کوربین (۱۳۹۲) فرآیند مرتبط کردن مقوله‌ها به مقوله‌های فرعی است. کدگذاری محوری با استفاده از یک پارادایم انجام می‌گیرد که شامل شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط میانجی و مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهاست.

شرایط علی

در نظریه‌ی مبنایی به چرایی و چگونگی واکنش سوژه‌ها به یک پدیده‌ی خاص اشاره دارد. در تحقیق حاضر، شرایط علی به مجموعه‌ای از علل و عوامل ایجابی و ایجاد‌ی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت فرهنگی جوانان از منظر سوژه‌ها اشاره دارد.

جدول شماره‌ی دو - شرایط علی

شرایط علی	
گاهش حرمت نفس	لیلا: " از طریق شبکه های اجتماعی با گروه هایی آشنا شدم و مرتب با هم چت می کردیم و دوست داشتیم شاخ گروه باشیم وهمیشه آنلاین بودم . گاهی تا 24 ساعت بیدار می ماندم و همه ی کامنت ها را چک می کردم همین هم موجب کمبود خواب و در نتیجه افت تحصیلی شدید شد . همیشه خسته بودم و عصبی کارهای روزمره ام را دیگر نمی توانستم به خوبی انجام دهم . کمی هم چاق شده بودم و عزت نفسم هم آمده بود پایین و اصلا هیچ تمرکز و توجهی بر روی کارهای روزمره ی خودم ندارم همین باعث شد که بعضی از واحدهای دانشگاهیم را بیفتم "
وسواس خود زشت بنداری (Bdd)	مایده: " اصلا از اندام خودم راضی نیستم وقتی از طریق شبکه های اجتماعی مدل های معروف و سایر مانکن های معروف را می بینم احساس ناراحتی می کنم و همیشه بدنبال هویت جدیدی هستم و گاه از خودم بدم می آید که چرا مثل آنها نیستم . به خاطر همین هر طور که شده می خواهم جراحی کنم "
داغ ننگ	مهتا: " من شخصا مورد آزار قرار گرفتم و سپس در فیسبوک توسط گروهی از دختران دانشگاه (عکس های خصوصی مرا بخش کردند) دست از غذا خوردن کشیدم و به سختی می خوابیدم و به شدت اضطراب در خروج از خانه و رفتن به دانشگاه داشتم این مسئله به شدت سلامت روانی و آسایش مرا تحت تأثیر قرارداد " . مرضیه: " دوستی و ارتباط در شبکه های مجازی لطمه ای بزرگ به من زد . دوست پسرم با سوء استفاده از تصاویر من و با اضافه کردن نوشتارهای مختلف و حتی بی ادبانه ، اقدام به ساخت برجسب (استیکر) غیر اخلاقی از این تصاویر کرد و آن ها را در شبکه های اجتماعی منتشر کرد . لطمه ای بزرگ به من زد طوری که از نظر روحی و روانی حساسی به هم ریختم که موجب خود خوری و آسیب به خودم شدم حتی افسردگی شدیدی هم گرفتم بطوریکه یکی دو ترم نتوانستم بروم دانشگاه "
اهمیت اجرای بهترین نمایش بر روی صحنه	مریم: " از نظر من چون عکس ها و پروفایل هرکسی خیلی مهم است برایم داشتن اندام بدنی و فرم بودن و جذابیت خیلی مهم تر است . به خاطر همین دو سه جراحی زیبایی کردم . و از اینکه همه در کامنت هایشان در مورد اندامم اظهار نظر می کنند لذت می برم "
ظاهرپرستی و خودنمایی	زهرا: " اینستاگرام به آسانی به زنان و دختران این احساس را می دهد که فرم بدن ما به اندازه کافی زیبایی نسبت به سایر افراد را ندارد و به همین علت عکس و پروفایل خود را ویرایش می کنیم تا بسیار عالی به نظر برسیم "
هنگ حیثیت فردی	ویدا: " آزار افراد ناشناس آنلاین در توئیتر پیرامون موضوعات شخصی موجب آزار رساندن به خودم و ترسیدن از رفتن به دانشگاه شد. آزار و اذیت در اینستاگرام باعث شد تا من تلاش به خودکشی و آسیب به خود نمایم. هر دو باعث شدند تا من تجربه افسردگی مداوم و اضطراب را داشته باشم "
آشننگی منش در اثر خودشیفتگی	منیژه: اصولا وجه مشترک خیلی از کاربران از جمله خودم این است که بگ نوع شخصیت و هویت آرمانی با یک تیپ ایده آل از خود نشان بدهیم . به همین خاطر مرتب تلاش می کنیم تا همیشه روی فرم بدنی خوب باشیم حالا یا با جراحی یا استفاده از دستگاه های زیبایی "
اهمیت قدرت در اجتماع مدرن	پرینسا: اگر بخواهیم محبوبیت و اعتبار و قدرت در جامعه داشته باشیم اولین شرط آن زیبایی است که برای من اهمیت دارد . بر همین اساس است که لایک و فالوور ها هم بالا می رود "
اختلال هویتی	مایده: " اصلا از اندام خودم راضی نیستم وقتی از طریق شبکه های اجتماعی مدل های معروف و سایر مانکن های معروف را می بینم احساس ناراحتی می کنم و همیشه بدنبال هویت جدیدی هستم و گاه از خودم بدم می آید که چرا مثل آنها نیستم . به خاطر همین هر طور که شده می خواهم جراحی کنم "

شرایط زمینه‌ای:

شرایط زمینه‌ای مجموعه‌ی خاصی از شرایط‌اند که در یک زمان و مکان خاص پدید می‌آیند تا مجموعه‌ی اوضاع و احوال یا شرایطی را به وجود آورند که اشخاص یا افراد با عمل و تعامل‌های خود به آن‌ها پاسخ می‌دهند. شرایط زمینه‌ای منشأ در شرایط علی و دخالت دارند و محصول چگونگی تلاقی و تلفیق آن‌ها با یکدیگر برای شکل‌دادن به الگوهای مختلف با ابعاد گوناگون‌اند. زمینه‌هایی که در آن راهبردهای مربوط به نقش شبکه‌های اجتماعی بر هویت فرهنگی بسط یافته‌اند:

جدول شماره‌ی سه- شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای	
شخصیت‌نمایشی و کمال‌گرا	امیر مهدی: " من هم‌زمان چند صفحه در اینستا دارم و هرکدام هم با یک شخصیت متفاوت و مدیریت کردن هر کدام هموقت زیادی از من می‌گیرد بطوری که گاهی وقت‌ها مجبورم تا ساعت‌ها بیدار بمانم. بخاطر همین از برخی کارها و مسئولیت‌هایم جا می‌مانم یا بخوبی نمی‌توانم آنها را انجام دهم. "
وسواس تلقین همراه	منصوره: " من مجبور بودم تا سازرز موبایلم را برای استفاده از فیس‌بوک همراه داشته باشم، به‌عبارت‌دیگر اگر ارتباطم با اینترنت و این شبکه‌ها قطع می‌شد حساسی احساس جدایی می‌کردم کلافه می‌شدم و شروع به خوردن ناخن می‌کردم "
سرخوردگی و احساس ناکامی	مهدیه: " من از طریق شبکه‌ها بخصوص فیسبوک و اینستا سیگار کشیدن و الکل را تجربه کردم چون می‌خواستم مثل جوانان خارجی باشم آزاد و خوشحال و مرتب خودم را با زندگی آنان مقایسه می‌کردم. همیشه اضطراب داشتم. کم‌کم مشکلات روحی و روانی برایم پیش آمد سردگی از یک طرف و انزجار از همه و همه کس از طرف دیگر و گاهی هم حتی فکر خودکشی به سرم می‌زد. افسرده و گوشه‌گیر شدم. سر کلاس‌ها هم (دانشگاه) یکی در میان می‌آم و افت شدید تحصیلی هم دارم. گاهی هم از خودم از عالم و آدم بیزارمی شدم. "
عدم امنیت پشت صحنه	مرضیه: " دوستی و ارتباط در شبکه‌های مجازی لطمه‌ای بزرگ به من زد. دوست بستم با سه استفاده از تصاویر من و با اضافه کردن نوشتارهای مختلف و حتی بی ادبانه، اقدام به ساخت پرجسب (استیکر) غیر اخلاقی از این تصاویر کرد و آن‌ها را در شبکه‌های اجتماعی منتشر کرد. لطمه‌ای بزرگ به من زد طوری که از نظر روحی و روانی حساسی به هم ریختم که موجب خود خوری و آسیب به خودم شدم حتی افسردگی شدیدی هم گرفتم بطوریکه یکی دو ترم نتوانستم بروم دانشگاه. "
وسواس اینترنتی	لیلا: " از طریق شبکه‌ها با گروه‌هایی آشنا شدم و مرتب با هم چت می‌کردیم و دوست داشتم شاخ گروه باشم و همیشه آنلاین بودم. گاهی تا 24 ساعت بیدار می‌ماندم و همه‌ی کامنت‌ها را چک می‌کردم همین هم موجب کمبود خواب و در نتیجه افت تحصیلی شدید شد. همیشه خسته بودم و عصبی کارهای روزمره‌ام را دیگر نمی‌توانستم به خوبی انجام دهم. کمی هم جاق شده بودم و عزت‌نفسم هم آمده بود پایین و اصلا هیچ تمرکز و توجهی بر روی کارهای روزمره‌ی خودم ندارم همین باعث شد که بعضی از واحدهای دانشگاهم را بیفتم. "
ترس از جدا افتادگی اجتماعی	بارسا: " من از همان دوران کودکی نمایانی دخترانه داشتم (لباس‌های صورتی و بنفش دوست داشتم و عروسک بازی می‌کردم) والدینم سرسختانه برخورد بدی با من داشتند و در سن جوانی تصمیم به تغییر جنسیت گرفتم مخالفت پدر و مادرم از یکطرف و فرهنگ جامعه که هیچ ارزشی برای ما قائل نمی‌شود و از طرف جامعه هم طرد می‌شوم. حتی دانشگاه هم مرا به خاطر ظاهرم تنبیه آموزشی کرده است. بیشترین وقت خود را با شبکه‌های اجتماعی می‌گذرانم و با گروه‌های مثل خودم در خارج از کشور بر خوردم و همین که می‌دیدم ترس در آن جوامع مشکلائی ندارند از ایرانی بودن و فرهنگ غالب کشورم بیزار می‌شوم. برای خلاصی از این فشار کمیته‌ی در شبکه‌های اجتماعی به نام " من را دریا بید " راه انداختم. فکرم را هم نمی‌کردم در مدت گوناومی فالوورانم روز به روز بشدت بیشتر شد و از تصمیم من برای تغییر جنسیت حمایت می‌کردند و برخی نیز حاضر به دادن میالغی هم بودند. با مراجعه به پزشک و ارجاع به روانکاو و شرکت در کلاس‌های تریابی به حقیقتی اعتراف کردم. هراس از تغییر جنسیت داشتم و این تنها ترین دلیل جراحی بود و می‌ترسیدم اگر انصراف بدهم فالوورانم را از دست بدهم و ترس از طرد شدن مثل کابوس بود. مرتب بی‌گیری می‌کنند و در کامنت‌ها پیام می‌گذارند که روز جراحی را اعلام کنیم اصلا من از جراحی می‌ترسم. همیشه استرس و تنش دارم. "
کم‌رنگ شدن ارزش‌های فرهنگی	هون: " با عضویت در شبکه‌ها بیشتر مرا ناراحت و عصبی می‌کند. همیشه احساس جدایی و ترس دارم. اگر منوجه موضوع من بشوند از طریق شبکه‌ها طلب ارتباط جنسی از من دارند. باید عضو شبکه‌ها باشی تا مورد پذیرش افراد قرار بگیری برای من دیگر ارزش‌ها و اخلاقیات جامعه‌ام اهمیت ندارد. "
آزار و اذیت سایبری	مهنا: " من شخصا مورد آزار قرار گرفتم و سپس در فیسبوک توسط گروهی از دختران دانشگاه (عکس‌های خصوصی مرا بخش کردند). دست از غذا خوردن کشیدم و به سختی می‌خوابیدم و به شدت اضطراب در خروج از خانه و رفتن به دانشگاه داشتم این مسئله به‌شدت سلامت روانی و آسایش مرا تحت تأثیر قرارداد "

شرایط مداخله‌گر و میانجی:

منظور از شرایط مداخله‌گر، وضعیت‌هایی است که بر اتخاذ راهبردها و کنش و تعامل تأثیر- گذار هستند. به عبارت دیگر این شرایط به عوامل و عناصری مناسب و یا نامناسب اشاره دارند که اثرات یک یا چند عامل تغییر را کندتر یا فعال‌تر می‌سازند. در این تحقیق، شرایط مداخله- گری که به‌کارگیری راهبردها را تسهیل یا محدود می‌کنند، شامل:

جدول شماره‌ی چهار- شرایط میانجی و مداخله‌گر

شرایط میانجی	
اختلال استرس پس از سانحه	ویدا : " آزار افراد ناشناس آنلاین در نویسنر پیرامون موضوعات شخصی موجب آزار رساندن به خودم و ترسیدن از رفتن به دانشگاه شد. آزار و اذیت در اینستاگرام باعث شد تا من تلاش به خودکشی و آسیب به خود نمایم. هر دو باعث شدند تا من تجربه افسردگی مداوم و اضطراب را داشته باشم "
اجتماع هراسی	مرضیه : " دوستی و ارتباط در شبکه های مجازی لطمه ای بزرگ به من زد . دوست بصرم با سوء استفاده از تصاویر من و با اضافه کردن نوشتارهای مختلف و حتی بی ادبانه ، اقدام به ساخت برجسب (استیکر) غیر اخلاقی از این تصاویر کرد و آن ها را در شبکه های اجتماعی منتشر کرد . لطمه ای بزرگ به من زد طوری که از نظر روحی و روانی حساسی به هم ریختم که موجب خود خوری و آسیب به خودم شدم حتی افسردگی شدیدی هم گرفتم بطوریکه یکی دو ترم نتوانستم بروم دانشگاه و همسطور از حضور در بین دوستان و همکلاسی و فامیل وحشت داشتم "
کاهش تعاملات اجتماعی	محمد : " زمانی که می توانید در یک اینلکشن بگذرانید- خیلی اعتیادآور است. زمانی را که برای بازنگری صرف می کنم نمی توانم تکالیفم را انجام دهم نمی توانم با خانواده یا دوستانم تعامل کنم و زمان خواب شبانه را نیز از دست می دهم و برخاشگر و بی حوصله می شوم ونمی توانم کارهای ارجاعی در کارم را خوب انجام دهم "
هاله پوشی	الیه : " همیشه نگرانم که دیگران در مورد من چه قضاوی می کنند . از رفتار و ظاهرم گرفته تا موقعیت اجتماعی و اقتصادی ام . اضطراب دارم و عزت نفس پایین . درجمع کمتر صحبت می کنم چون لچه دارم . مجبورم هویت فرهنگی خودم را همیشه پنهان کنم . عکس های پروفایلم هم را همیشه فتوشاپ می کنم تا خودم را بهتر و زیباتر نشان دهم "
رتوش رفتاری	امیر مهدی : " من همزمان چند صفحه در اینستا دارم و هرکدام هم با یک شخصیت متفاوت و مدیریت کردن هر کدام هم وقت زیادی از من می گیرد بطوری که گاهی وقت ها مجبورم تا ساعت ها بیدار بمانم . بخاطر همین از برخی کارها و مسئولیت هابم جا می ماتم یا بخوبی نمی توانم آنها را انجام دهم . "

راهبردها:

راهبردها مکانیزم و تدبیری است که در برخورد با پدیده به‌کار گرفته می‌شود. کنش‌گران جهت تحقیق پدیده به تدابیری می‌اندیشند و با توجه به شرایط و امکانات موجود راهبردی را اخذ می‌کنند. استراوس و کوربین راهبردهای چگونگی مدیریت موقعیت‌ها را که توسط افراد در مواجهه با مسایل به‌کار گرفته می‌شود تعریف می‌کنند (استراوس و کوربین، ۱۳۹۰: ۱۵۵). به عبارت دیگر راهبردها کنش‌های هدف‌مندی هستند که برای حل یک مسأله یا نیل به اهدافی صورت می‌گیرند و یا صورت‌گرفتن آن‌ها، پدیده، محقق می‌شود. در نظریه‌ی استراوس و کوربین شرایط زمینه‌ای و شرایط میانجی هر دو راهبردها ناظراند و متوجه فعالیت‌ها و برنامه‌هایی هستند که به تحقق و شکل‌گیری پدیده منجر گردد. در تحقیق حاضر بر راهبردهای متعددی از سوی سوژه‌ها جهت حصول به نقش شبکه‌های اجتماعی بر هویت فرهنگی جوانان تأکید گردیده است.

جدول شماره‌ی پنج - راهبردها

راهبردها	
افزایش اعتماد به نفس	زهرا: وقتی یک جوان بدنبال این است که خودش را مرتب در صفحات و بیج های اینستا و فیسبوک خودش را نشان دهد به معنای این است که اعتماد به نفس ندارد. آدم باید خودش را دوست داشته و همین طوری قبول کند.
کاهش خطرات و آسیب های اجتماعی و روانی با برنامه ریزی صحیح	سهیل: من هم معتقدم که هیچ چیزی مثل یک آموزش صحیح با برنامه ریزی اصولی نمی تواند برای خطرات و مسائل و مشکلات ناشی از همین شبکه ها مفید باشد.
افزایش مهارت ها و آگاهی اجتماعی جوانان	مهدی: شبکه ها و اینترنت هماتطور که مفید و همه ی کارهای روزمره و زندگی وابسته به آنها است به همان نسبت هم خطرات و آسیب های خودش را هم دارد. برای جلوگیری از این آسیب ها بهتر است که دولت و نهاد مدرسه و دانشگاه ها مهارت استفاده و آگاهی افراد را نسبت به همه ی جوانب این شبکه ها را بالا ببرند.
تشویق و افزایش انگیزه ی همفکری جوانان در مسائل اجتماعی	مینا: من یک جوانم و دارم ارشد می خوام اما نه دانشگاه نه جامعه هرگز از دانش و ایده و خلاقیت ما اصلا استفاده نمی کنند. اگر سازمان ملی جوانان گروه های جوانان تشکیل دهد با هر دانش و مهارتی همین امر سبب می شود که جوانان دلگرم شده و کم تر بدنبال اطلاق وقت در این شبکه ها باشند.
افزایش مشارکت اجتماعی و سردن نقش های مهم جامعه	امین: بهترین حالتی که جوانان و حتی نوجوانان کم تر دچار آسیب و گرفتاری ها شوند این است که آنها را باور کرده و شغل و کار برای آنها ایجاد کنند.
افزایش همبستگی اجتماعی	آلینا: اگر همه یاد بگیرند که به اقوام و سایر ادیان احترام بگذارند و همه با هم اتحاد داشته باشند و اینطوری جوانان همدیگر را پیدا می کنند و می توانند به همدیگر کمک نمایند
لژوم آگاهی پیشنی صحیح ارزش های فرهنگی سایر ملل به جوانان	داوود: قبل از اینکه اینترنت و شبکه ها را دسترس فرار بدهند باید آموزش و کاربرد و کارایی هر کدام را هم بدهند. مثلا در آمریکا بچه که 18 سالش تمام شود به راحتی از والدین خود جدا می شود و سررشته ی زندگیست دست خودش می افتد و پدر و مادر هم حق دخالت ندارند و با جنی بارتی رفتن و همخانه شدن با جنس مخالف. خوب این مورد در همان جامعه و قوانین خودش است. من خیلی از بچه را می شناسم که مرتب در این بیج ها با هم جت می کنند و می خواهند نفیذ کنند. نتیجه اش هم می شود این بی بند و باری و اعتماد و بدبختی دیگر.

پیامدها:

آخرین اصطلاح پارادایمی در روش نظریه‌ی مبنایی استراوس و کوربین پیامدهاست. به‌زعم آنان هر جا راهبردی یا انجام عملی در پاسخ به امر یا مسأله‌ای یا به منظور اداره یا حفظ موقعیتی از سوی فرد یا افرادی اتخاذ شود، پیامدهایی همراه دارد. در تحقیق حاضر هریک از راهبردهای پیشنهادشده از سوی سوژه‌ها که به تحقق و شکل‌گیری نقش شبکه‌های اجتماعی بر هویت

فرهنگی جوانان منجر می‌گردد، پیامدهایی را نیز در بر دارد. سوژه‌های تحت مطالعه به پیامدهایی در این خصوص اشاره کرده‌اند.

جدول شماره‌ی شش - پیامدها

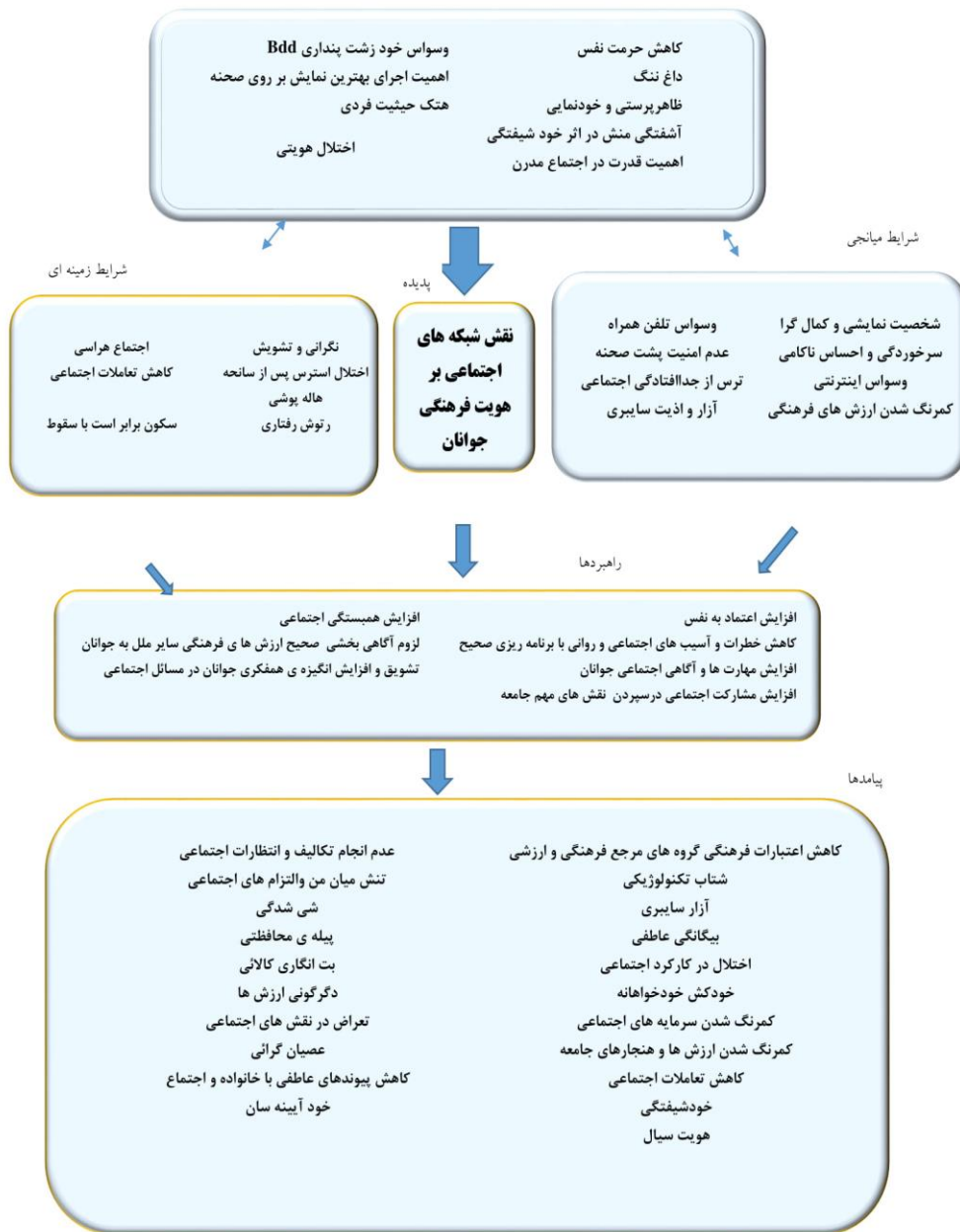
پیامدها	
کاهش اعتبارات فرهنگی گروه‌های مرجع فرهنگی و ارزشی جامعه	مآیبه: " اصلا از اندام خودم راضی نیستم وقتی از طریق شبکه های اجتماعی مدل های معروف و سایر مانکن های معروف را می بینم احساس ناراحتی می کنم و همیشه بدنبال هویت جدیدی هستم و گاه از خودم بدم می آید که چرا مثل آنها نیستم. به خاطر همین هر طور که شده می خواهم جراحی کنم "
عدم انجام تکالیف و انتظارات اجتماعی	امیر مهدی: " من همزمان چند صفحه در اینستا دارم و هر کدام هم با یک شخصیت متفاوت و مدیریت کردن هر کدام هموقت زیادی از من می گیرد بطوری که گاهی وقت ها مجبورم تا ساعت ها بیدار بمانم. بخاطر همین از برخی کارها و مسئولیت هایم جا می مانم با بخوبی نمی توانم آنها را انجام دهم. "
تنش میان من و التزام های اجتماعی	فرزانه: " این (رسانه های اجتماعی) سبب شدند که من نتوانم به خوبی غذا بخورم و وزن زیادی را از دست بدهم و بسیار افسرده شوم. از یکطرف آزادی و احساس لذت و خوشگذرانی بود و از یکطرف هم فشار خانواده و هنجارها بود. درنهایت بهبود پیدا کردم که برای من بسیار دشوار بود اما پس از 8 سال مجدد توانستم روبراه شوم. به طور کلی باید بگویم که رسانه های اجتماعی در من مسائل بسیاری را ایجاد کرد و چندین بار باعث ایجاد افسردگی و استرس و حتی در من بیزاری از خودم و اطرافیانم و کم کم از اجتماع دور شدم. "
شی شادگی	مریم: " از نظر من چون عکس ها و بروفایل هرکسی خیلی مهم است برایم داشتن اندام بدنی و رو فرم بودن و جذابیت خیلی مهم تر است. به خاطر همین دو سه جراحی زیبایی کردم. و از اینکه همه در کامنت هایشان در مورد اندامم اظهار نظر می کنند لذت می برم "
پيله ی محافظتی	زهرا: " اینستاگرام به آسانی به زنان و دختران این احساس را می دهد که فرم بدن ما به اندازه کافی زیبایی نسبت به سایر افراد را ندارد و به همین علت عکس و بروفایل خود را ویرایش می کنم تا بسیار عالی به نظر برسم "
عصیان گرایی (نوع چهارم نظریه انحرافات مرتن)	پارسا: " من از همان دوران کودکی تمایلاتی دخترانه داشتم (لباس های صورتی و بنفش دوست داشتم و عروسک بازی می کردم) والدینم سرسختانه برخورد بدی با من داشتند و در سن جوانی تصمیم به تغییر جنسیت گرفتم مخالفت پدر و مادرم از یکطرف و فرهنگ جامعه که هیچ ارزشی برای ما قائل نمی شود و از طرف جامعه هم طرد می شوم. حتی دانشگاه هم مرا به خاطر ظاهرم تنبیه آموزشی کرده است. بیشترین وقت خود را با شبکه های اجتماعی می گذرانم و با گروه های مثل خودم در خارج از کشور بر خوردم و همین که می دیدم ترنس در آن جوامع مشکلائی ندارند از ایرانی بودن و فرهنگ غالب کشورم بیزار می شوم. برای خلاصی از این فشار کمبینی در شبکه های اجتماعی به نام " من را دریابید " راه انداختم. فکرش را هم نمی کردم در مدت کوتاهی فالوورانم روز به روز بشدت بیشتر شد و از تصمیم من برای تغییر جنسیت حمایت می کردند و برخی نیز حاضر به دادن میالقی هم بودند. با مراجعه به پزشک و ارجاع به روانکاو و شرکت در کلاس های نرایی به حقیقتی اعتراف کردم. هراس از تغییر جنسیت داشتم و این تنها ترین دلیل جراحی بود و می ترسیدم اگر انصراف بدهم فالوورانم را از دست بدهم و ترس از طرد شدن مثل کابوس بود. مرتب پی گیری می کنند و در کامنت ها پیغام می گذارند که روز جراحی را اعلام کنم اصلا من از جراحی می ترسم. همیشه استرس و تنش دارم "
دگرگونی ارزش ها	پریسا: اگر بخوایم محبوبیت و اعتبار در جامعه داشته باشیم اولین شرط آن زیبایی است که برای من اهمیت دارد. بر همین اساس است که لایک و فالوور ها هم بالا می رود "
سگون برابر است با سقوط	هادی: " طی امتحان دانشگاه خیلی تحت فشار بودم به دلیل این واقعیت که من تحت تأثیر قرار گرفته بودم ما گروهی را تشکیل داده بودیم که مرتب پیام به هم می دادیم و هرکسی که کم تر فعالیت می کرد دلیل اکانت می شد و همیشه ترس این را داشتم که اگر رسانه اجتماعی خود را خاموش کنم کنار گذاشته شوم. در نتیجه نمی توانستم با خودم مبارزه کنم و به دلیل اضطراب و استرس تمرکز کافی روی مطالعه نداشتم بانم "

<p>رها: " ناامید از زندگی هستم . همیشه استرس دارم و هیچ امید ی به آینده ندارم همینطور الکی درس می خواتم . وقتی از طریق شبکه های اجتماعی می بینم دیگر کشورها چطور در رفاه و آسایش زندگی می کنند حسرت می خورم که چرا من مثل آنها نیستم . شما یک نگاه به خانه و زندگی ما بینداز و با مال آنها مقایسه کن . من همیشه حسرت دیگران را می خورم "</p>	<p>کمرنگ شدن سرمایه های اجتماعی</p>
<p>هوتن: " با عضویت در شبکه ها بیشتر مرا ناراحت و عصبی می کند . همیشه احساس جدایی و ترس دارم . اگر منوجه موضوع من بشوند از طریق شبکه ها طلب ارتباط جنسی از من دارند . باید عضو شبکه ها باشی تا مورد پذیرش افراد قرار بگیری برای من دیگر ارزش ها و اخلاقیات جامعه ام اهمیت ندارد "</p>	<p>کمرنگ شدن ارزش ها و هنجارهای جامعه</p>
<p>راحله: " من شب تا صبح در اینستا می چرخم و می توانم بفهمم که چگونه این سایت می تواند روی برخی از جوانان تاثیر منفی بگذارد. اگر شما دوستان زیادی نداشته باشید یا از زندگی خود لذت کافی نبرید و در عین حال تصاویر افراد دیگر را در حال شادی یا گذراندن اوقات خوب در سایت‌های اجتماعی ببینید، قطعاً روی روحیه شما تاثیر منفی خواهد گذاشت و همین باعث ناراحتی و احساس باس و ناامیدی می شود "</p>	<p>کاهش تعاملات اجتماعی</p>
<p>لیلا: "از طریق شبکه ها با گروه هایی آشنا شدم و مرتب با هم چت می کردیم و دوست داشتیم شاخ گروه باشیم و همیشه آنلاین بودم . گاهی تا 24 ساعت بیدار می ماندم و همه ی کامنت ها را چک می کردم همین هم موجب کمبود خواب و در نتیجه افت تحصیلی شدید شد . همیشه خسته بودم و عصبی کارهای روزمره ام را دیگر نمی توانستم به خوبی انجام دهم . کمی هم جاق شده بودم و عزت نفسم هم آمده بود باین و اصلا هیچ تمرکز و توجهی بر روی کارهای روزمره ی خودم ندارم همین باعث شد که بعضی از واحدهای دانشگاهیم را بیفتم "</p>	<p>خودشیفتگی فلج کننده</p>
<p>مریم: " گذران هر روزه ی من در شبکه های اجتماعی سطح استرس و اضطراب اجتماعی را در من افزایش می دهد . من همیشه نگرانم که دیگران چه فکری در مورد مطالب و عکس‌های من می‌کنند و از همه مهم تر هنگام چت با دیگر کاربران خارجی سعی می کنم که هویت خودم را فاش نکنم "</p>	<p>هویت سیال</p>

نتایج حاصله به صورت شماتیک و به صورت مدل پارادایمی در نمودار شماره‌ی ۱ ارائه می‌گردد.

مدل پارادایمی نقش شبکه های اجتماعی بر هویت فرهنگی جوانان ابعاد منفی نقش شبکه های اجتماعی

شرایط علی



جدول گروه- راهنمای سریع

بر اساس سؤالاتی که پرسیده شد، افراد جوان گروه‌بندی می‌شوند، در زیر یک راهنمای سریع برای هر شبکه‌ی اجتماعی است که تأثیر خالص آن را بر هویت فرهنگی افراد جوان نشان می‌دهد که در آن بالاترین و پایین‌ترین میزان استفاده را نشان می‌دهد.



بحث و نتیجه‌گیری

امروزه فناوری‌های نوین ارتباطی امکان به‌وجود آمدن یک فرهنگ جهانی را ایجاد کرده‌اند. فناوری‌هایی همچون شبکه‌های اجتماعی به سرعت از مرزهای فرهنگی کشورها می‌گذرند. همان‌طور که مقاله‌ی حاضر نشان‌دهنده‌ی آن است که رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی موجب گسترش ارزش‌ها، هنجارها، نمادها، آداب و رسوم مختلف و سایر عناصر فرهنگی در سطح جامعه شده و خانواده‌ها و جوانان با سبک‌های زندگی مختلف آشنا و با هویت‌ها و ایدئولوژی‌های متفاوتی روبه‌رو شوند، نفوذ و گسترش این فناوری‌ها بخشی از زمان و فراغت جوانان و اعضای خانواده‌ها را به خود اختصاص داده است. یکی از نتایج این پژوهش تضعیف ساختارهای جمع‌گرایانه در

عرصه‌ها و سطوح مختلف از جمله در میان اعضای خانواده در اثر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی است. همان‌طور که گیدنز نیز بدان اشاره داشت، دگرگونی اجتماعی، سبک‌های زندگی از نشانه‌های مهم روابط در حال تغییر فردیت و اجتماع به شمار می‌روند. با تشدید فرآیند جهانی‌شدن فردگرایی بر جمع‌گرایی فزونی و تفوق می‌یابد.

بنابراین یکی از تأثیرات استفاده‌ی روزافزون از شبکه‌ها و رسانه‌های جمعی، به‌ویژه در بعد اجتماعی و سبک زندگی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین شاخص‌های گسترش فرهنگ‌های مختلف، عامل مهمی در تغییر نگرش‌های جمع‌گرایانه‌ی فردگرایانه است. امری که در بلندمدت، نظام‌های ارزشی و باورهای افراد را که هویت سنتی آن‌ها را تعریف می‌کند، از کارکرد خود ساقط و منسوخ می‌کند (کوته، ۲۰۰۶: ۴۹؛ آبالا، ۲۰۰۵: ۳۵). فردگرایی عدم هم‌نوایی با جمع را ارزش تلقی می‌کند و بر شکوفایی فردی و بازاندیشی در سنت‌ها و هنجارهای اجتماعی تأکید می‌ورزد.

لذا گسترش ارتباطات بین جوامع و گروه‌های مختلف از طریق فناوری‌های ارتباط از راه دور می‌تواند سبب شکل‌گیری اجتماعی شود که عامل شکل‌گیری آن‌ها نه گردآمدن گروهی افراد در محدوده‌ی مرزهای جغرافیایی، بلکه اشتراک علایق و شباهت سلیقه یا حرفه است. همان‌گونه که گربنر در نظریه‌ی کاشت بدان اشاره کرد که اگر پیامی از رسانه‌ها به‌طور متوالی ارائه شود و بینندگان نیز در معرض آن پیام قرار گیرند، دنیای ذهنی آن‌ها متفاوت خواهد شد. از آن‌جاکه یافته‌های پژوهش حاضر بیان‌گر این امر بود که رسانه‌ها از راه پیوندسازی موجب به‌وجودآمدن خرده-فرهنگ‌های جهانی می‌شوند که این موقعیت در نهایت به گوناگونی هرچه بیشتر فرهنگی بیانجامد، بدین شکل که رسانه‌ها مرزبندی‌های فرهنگی درون جوامع مختلف را درنوردیده و موجب تضعیف آن‌ها شده؛ به‌خصوص ارزش‌ها و باورهای خانوادگی است. بنابراین جوانان از میان گزینه‌های مختلفی که پیش رویشان است بر حسب امکاناتشان، دست به گزینش می‌زنند و این گسترش سبک‌های زندگی جدید، هویت فرهنگی جوانان را کم‌رنگ‌تر کرده است، همان‌طور که گیدنز اشاره می‌کند که «خود» افراد در جوامع جدید کنونی به واسطه‌ی شبکه‌های گسترده‌ی ارتباطی، نحیف، شکننده، ضربه‌دیده و ترک‌خورده است. به همان نسبت که دنیای اجتماعی انسجام و همبستگی خود را از دست می‌دهد و پراکنده می‌شود، «خود» نیز رو به ضعف و از هم‌پاشیدگی می‌نهد (گیدنز، ۱۳۹۸: ۲۳۹).

دگرگونی فزاینده و مداوم فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به خانواده‌ها و جوانان این امکان را داده است تا با دیگران به شیوه‌های متفاوت، ارتباط داشته باشند. این روابط مفاهیم جدیدی از

سبک‌های زندگی را پدید آورده است. پدیده‌هایی که محصول عصر حاضر است؛ همچون: فردگرایی، احساس نداشتن امنیت. لذا هریک از عوامل اجتماعی که بدان اشاره شد را می‌توان به- عنوان متغیرهای اصلی و مستقل در نظر گرفت که بر هویت فرهنگی جوانان تأثیر متقابل دارند. به دلیل تأثیر مهمی که رسانه‌های جمعی بر رفتار و هویت جوانان داشته‌اند، نهادهای سیاسی و آموزشی، دینی، سیاست‌هایی به منظور کنترل اثرات مخرب این رسانه‌ها استراتژی‌های متفاوتی را اتخاذ نمایند. از آنجایی که ایجاد شرایط اطمینان‌بخش موجب معنادار شدن زندگی برای جوانان می‌شود، تأکید بر محیطی سازگار با سلامت جوانان، یکی از راه‌های ایجاد روحیه‌ی مسؤولیت- پذیری در میان آنان و دورکردن آن‌ها از رفتارهای مخرب است. با تأکید بر جنبه‌ها و معیارهای مثبت می‌توان خانواده‌ها، سازمان‌ها و سایر نهادهای اجتماعی را به منظور ارتقای سطح سلامت جسمانی و روحی جوانان توان‌مندسازی کرد.

با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان به این نتیجه رسید که «نقش هویت فرهنگی» در توسعه- ی پایدار اهمیت بسیار داشته و همین‌طور هرگونه دگرگونی و یا اتخاذ سیاست‌هایی، تأثیری مستقیم بر جوانان به عنوان سرمایه‌ی اجتماعی دارد؛ و لذا پیشنهاد می‌گردد جهت ایجاد روحیه‌ی مسؤولیت‌پذیری و دورکردن جوانان از رفتارهای مخرب، ایجاد شرایطی اطمینان‌بخش که موجب معنادار شدن زندگی برای آنان شود. گسترش دامنه‌ی نظام‌های تعلیم و تربیت و تقویت ارتباطات متقابل و حمایت از خانواده، توسط رسانه‌های ملی که کمک می‌کند تا ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را درونی سازند و از سویی، حس مشارکت با دیگران، کاهش تنهایی، کاهش ترس و اضطراب، حاصل می‌شود.

و همان‌گونه که پروفیسور هربرت شیلر بدان اشاره کرد: این فرآیند انتقال اجتماعی مبتنی بر تقویت روابط متقابل مثبت عاطفی، از خود رسانه‌های جمعی نیرومندتر است. می‌توان گفت که در صورت استقرار چنین پیوندهای محکمی است که رسانه‌های گروهی نقشی مکمل خواهند یافت (وحدتی، ۱۳۹۵ : ۲۷۰).

منابع

۱. احمدزاده کرمانی، روح الله (۱۳۹۰) بازاندیشی در فرهنگ و رسانه، تهران: چاپار.
۲. استراوس، انسلم و جولیت کوربین (۱۳۹۰) مبانی پژوهش کیفی، ترجمه‌ی ابراهیم افشار، تهران: نی.
۳. افراسیابی، محمدصادق (۱۳۹۲) مطالعات شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی جوانان، تهران: سیمای شرق.
۴. تامپسون، جان بروکشایر (۱۳۹۳) رسانه‌ها و مدرنیته: نظریه‌ی اجتماعی رسانه‌ها، ترجمه‌ی مسعود اوحدی، تهران: سروش.
۵. جنکینز، ریچارد (۱۳۹۶) هویت اجتماعی، ترجمه‌ی نازنین میرزاییگی، تهران: آگاه.
۶. خواجه نوری، بیژن (۱۳۹۷) جامعه‌شناسی جوانان، تحولات زندگی جوانان در روند جهانی‌شدن، تهران: تیسرا.
۷. ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۱) «آموزش شهروندی»، رشد آموزش علوم اجتماعی، سال ۴، شماره‌ی ۱: ۲۹-۲۲.
۸. زارع، زهره (۱۳۹۶) «پیش‌بینی اعتماد به اینترنت با توجه به خودانضباطی و سطوح آن»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، دانشکده‌ی علوم تربیتی و روان‌شناسی.
۹. زلفعلی فام، جعفر و داود ابراهیم پور (۱۳۸۷) «بررسی تأثیر صنعت فرهنگ بر هویت اجتماعی با تأکید بر شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای»، فصل‌نامه‌ی رسانه، شماره‌ی ۷۶: ۲۰۲-۱۷۵.
۱۰. سفیری، خدیجه (۱۳۸۷) روش تحقیق کیفی، تهران: پیام.
۱۱. سورین، ورنر و جیمز تانکارد (۱۳۸۴) نظریه‌های ارتباطات، ترجمه‌ی علیرضا دهقان، چاپ دوم، تهران: دانشگاه تهران.
۱۲. سولیوان، تام؛ ساندرز، دانی؛ هارتلی، جان و جان فیسک (۱۳۸۵) مفاهیم کلیدی ارتباطات، ترجمه‌ی میرحسین رئیس‌زاده، تهران: فصل نو.

۱۳. عباسی قادی، مجتبی و مرتضی خلیلی کاشانی (۱۳۹۰) تأثیر اینترنت بر هویت ملی، تهران: پژوهشکده‌ی مطالعات راهبردی.
۱۴. عظیمی، عاطفه (۱۳۹۵) «شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت فرهنگی: مطالعه‌ای در میان دانشجویان دانشگاه گیلان»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه گیلان، دانشکده‌ی ادبیات و علوم انسانی.
۱۵. قنبری، رزیتا (۱۳۹۷) «بررسی تأثیر اعتیاد به اینترنت بر سلامت جسمی و روانی دانش‌آموزان مقطع دبیرستان شهرستان شاهرود»، رساله‌ی پزشکی عمومی، دانشکده‌ی علوم پزشکی شاهرود.
۱۶. قاسمی، یارمحمد؛ سپیدنامه، بهروز و اسحاق قیصریان (۱۳۹۳) «بررسی میزان انواع سه گانه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی (مورد مطالعه؛ جوانان استان ایلام ۱۳۹۲)»، فصل‌نامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی فرهنگی، دوره‌ی ۳، شماره‌ی ۳: ۹۰-۶۱.
۱۷. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۹) تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه‌ی ناصر موفقیان، تهران: نی.
۱۸. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸) پیامدهای مدرنیته، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: مرکز.
۱۹. لطیفی، معصومه؛ ریاحی نیا، نصرت؛ قائدی، یحیی و محمود بابائی (۱۴۰۰) «عوامل تأثیرگذار بر هویت فرهنگی دانشجویان ایرانی عضو شبکه‌های اجتماعی (مطالعه‌ی موردی: فیس بوک، تلگرام و اینستاگرام)»، فصل‌نامه‌ی مطالعات رسانه‌های نوین، دوره‌ی ۷، شماره‌ی ۲۶: ۳۵۹-۳۹۴.
۲۰. محمدی، رضا (۱۳۹۶) «رابطه‌ی بین احساس تنهایی و هراس اجتماعی با اعتیاد به اینترنت در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان همدان، مرکز پیام نور کبودرآهنگ.
۲۱. ندیمی، عبدالوهاب (۱۳۹۵) «بازنمایی هویت تحصیلی دانش‌آموزان متوسطه در شبکه‌های اجتماعی دانشگاه کردستان»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه کردستان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
۲۲. وحدتی، مهرداد (۱۳۹۵) صنایع فرهنگی مانعی بر سر راه آینده فرهنگ، تهران: نگاه معاصر.

23. Anthony Elliott (2011) «'I Want to Look Like That!' Cosmetic Surgery and Celebrity Culture», sage **Journal**, V5: 463-477.
24. Bryant S. & Denis D, (2000) **Mass Communication Theory**, California, Wadsworth Publication.
25. Chandler, D, (1995) **Cultivation Theory**, Retrieved November 22, 2006 from www.aber.ac.uk/media/Documents/short/cultiv.html
26. Cote, J .E, (2006) «Acculturation and identity, the role of individualization theory», **Human Development**, 49 (1).
27. Morgan , M. & Signorily , N, (1990), **Cultivation Analysis , Conceptualization and Methodology** , London , Sage Publication , Corpus ID: 153258775
28. Nausicaa, Renner, (2019) **How Social Media Shapes Our Identity?** <https://www.newyorker.com/books/under-review>
29. Rui, Jian Raymond, and Hua Wang. (2015) «Social Network Sites and International Students' Cross-Cultural Adaptation». **Computers in Human Behavior**, (49), 400-411.
30. Wilson ,John, (2013) «A study of mass media and its relationship to cultural identity», **sage journals**, (63).
31. Wood, J, (2000) **Communication Theories in Action**, Boston, Wadsworth Publishing.
32. Yung, Jink Na, Kosinski, Michal, Stillwell, David J, (2014) «Collectivism - Individualism and Social Networks (Facebook)», **Journal of Cross-Cultural Psychology** , <https://doi.org/10.1177/0022022114563932>.