



Qualitative Study of the Role of Social Identification Education Based on Islamic Iranian Values on Adolescents

Fateme Zahra Shahrokhian¹

 0009-0004-5774-4200

Masoomeh Zibaiejad(Ph.D.)²

 0009-0007-7732-7983

Abstract

Objective: The aim of the present study was to qualitatively investigate the role of social models on the dimensions of adolescent identity (a case study of cyberspace celebrities). **Method:** This qualitative study was conducted using a phenomenological method. Participants included adolescents aged 14 and 15 living in Tehran province in 1402-1403 who were selected using purposive sampling and according to the inclusion criteria. Data were examined using semi-structured and in-depth interviews with these individuals, and the data reached saturation with 14 interviews. Data were analyzed using an interpretive method based on the Van Manen model. –"Covering unmet psychological needs" and "Creating a passive learning pattern", "The role of social factors in adolescent identity", "Mental transformation", "Value and normative dissociation" and "Family deconstruction" were classified into the main themes. **Results:** Based on the findings of this study, it can be concluded that adolescents are influenced by cyberspace celebrities in their identification dimensions as social models. Finally, it is suggested that educational and therapeutic intervention programs be developed in counseling centers, schools, and related institutions for families, teachers, principals, and assistants to teach them how to behave with adolescents and raise awareness of adolescents, as well as for adolescents themselves directly.

Keywords: Identity, role of social models, adolescents, cyberspace celebrities.

1- Department of psychology, Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
(Corresponding Author) fateme.zahra.shahrokhian@gmail.com

2- Assistant Professor ,Department of Psychology and Counselling, Farhangian University, P.O. Box 14665-889,Tehran, Iran. masomehziabae@cfu.ac.ir

مطالعه کیفی نقش الگوهای اجتماعی بر ابعاد هویت‌یابی نوجوانان (مطالعه موردی سلبریتی‌های فضای مجازی)

فاطمه زهرا شاه‌رخیان دهکردی^۳

معصومه زیبایی‌نژاد^۴

چکیده

هدف پژوهش حاضر مطالعه کیفی نقش الگوهای اجتماعی بر ابعاد هویت‌یابی نوجوانان (مطالعه موردی سلبریتی‌های فضای مجازی) بود. روش: این پژوهش از نوع کیفی و با روش پدیدارشناسی انجام شد. مشارکت‌کنندگان شامل نوجوانان گروه سنی ۱۴ و ۱۵ سال ساکن استان تهران در سال ۱۴۰۳-۱۴۰۲ بودند که با روش نمونه‌گیری هدفمند و بر طبق ملاک‌های ورود انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از این افراد با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و عمیق بررسی شده و با ۱۴ مصاحبه به اشباع رسید. داده‌ها توسط روش تفسیری مبتنی بر الگوی ون منن تجزیه و تحلیل شد. «پوشش نیازهای روانشناختی ارضاء نشده» و «ایجاد الگوی یادگیری منفعل»، «نقش عوامل اجتماعی در هویت‌یابی نوجوانان»، «استحاله ذهنی»، «گسستگی ارزشی و هنجاری» و «ساختار شکنی خانوادگی» در مضمون اصلی طبقه‌بندی شدند. نتایج: بر اساس یافته‌های این پژوهش می‌توان نتیجه گرفت نوجوانان در ابعاد هویت‌یابی خود از سلبریتی‌های فضای مجازی در جایگاه الگوهای اجتماعی تأثیر می‌پذیرند. در نهایت پیشنهاد می‌شود، برنامه‌های مداخله‌ای آموزشی و درمانی در مراکز مشاوره، مدارس و مؤسسه‌های مرتبط برای خانواده‌ها، معلمان، مدیران و معاونان در آموزش نحوه رفتار خود با نوجوان و آگاهی‌بخشی نوجوانان و همچنین برای خود نوجوانان به شکل مستقیم تدوین گردد.

کلیدواژه‌ها

هویت‌یابی، نقش الگوهای اجتماعی، نوجوانان، سلبریتی‌های فضای مجازی.

۳- کارشناسی ارشد مشاوره خانواده، دانشگاه آزاد واحد تهران شمال، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

fateme.zahra.shahrokhian@gmail.com

۴- استادیار گروه آموزش روان‌شناسی و مشاوره، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران

masomehziabae@cfu.ac.ir

بیان مسئله

برهه‌های مختلف زندگی انسان به‌گونه‌ای است که در هر کدام، تجربیات و حالاتی متفاوتی ایجاد می‌شود که زندگی او را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. دوره نوجوانی یکی از سرنوشت‌سازترین این دوره‌ها برای آینده انسان‌هاست (محمدی، ۱۴۰۱). نوجوانی مرحله‌ای است که می‌توان ظهور معنا و محوریت مسائل وجودی را به شکلی واقعی، همراه با شکل‌گیری هویت در فرد ردیابی نمود (Brassai, Piko & Steger, 2012; Lee, 2019). نوجوان در این دوره با دو مسئله اساسی بازنگری و بازسازی ارتباط با والدین، بزرگسالان و جامعه، بازشناسی و بازسازی خود به‌عنوان یا فرد مستقل درگیر است. در همین مرحله انسجام جنبه‌های مختلف بدنی، جنسی و تصور از خویش به‌صورت هویت واحد شکل می‌گیرد و پاسخگویی به سؤال اساسی «من کیستم؟» به تدریج در ذهن نوجوان تحقق می‌یابد (لطف‌آبادی، ۱۳۸۵)؛ بنابراین، نوجوانی، دوران شکل‌گیری هویت است. نوجوان در این دوران می‌کوشد بین «خود درونی» و دنیای بیرونی خویش تمایز قائل شود (کشاورز و میرزائی، ۱۳۹۹).

یک پیش‌نیاز برای رشد بهینه شخصی، جست‌وجوی هویت در طول زندگی است. گرچه بذره‌های تشکیل هویت قبل از دوره نوجوانی کاشته شده‌اند، افراد تا نوجوانی مجذوب این تکلیف نمی‌شوند. بر همین اساس از نظر اریکسون شکل‌گیری هویت یکی از تکالیف اساسی و مهم خاص دوره نوجوانی می‌باشد (برک، ۱۳۸۴). هویت ساختاری پویا و چندبعدی است که دربرگیرنده ویژگی‌ها، ارزش‌ها، باورها و تجربیات مختلفی است که یک فرد یا گروه را تعریف می‌کند. هویت توسط طیفی از عوامل داخلی و خارجی، مانند ارزش‌های شخصی، هنجارهای اجتماعی، انتظارات فرهنگی و زمینه تاریخی شکل می‌گیرد. هویت فرایندی سیال است که در طول زمان تکامل می‌یابد و می‌تواند آن را مورد بررسی و چالش قرار داد (Bilgrami, 2006; Beech et al., 2008; Coupland & Brown, 2008; Saaida, 2023).

اهمیت مسئله زمانی مشخص‌تر می‌شود که به یاد آوریم جمعیت کثیری از کشور ما نوجوان هستند. در نظریه اریکسون این سنین تقریباً مطابق با سنین بحران و تحکیم هویت است و از مقاطع حساس زندگی فرد به حساب می‌آید (احمدی، ۱۳۸۵)؛ زیرا در این سن به لحاظ روان‌شناختی، شخص به دنبال تجربه هویت‌های جدید می‌گردد. پس طبیعی است که

دختر یا پسر نوجوان احساس کند که دوست دارد کمی از ارزش‌های خانواده فاصله بگیرد و ارزش‌های بیرون از خانواده را کشف کند (محمدی، ۱۴۰۱). حوزه‌های برجسته هویت در دوران نوجوانی حوزه آموزشی، حرفه‌ای و ارتباطی است؛ مانند نوع تحصیلات یا حرفه‌ای که فرد می‌خواهد کسب کند و نوع دوستی یا رابطه صمیمی‌ای که می‌خواهد داشته باشد. هویت‌های مهم دیگر هویت جنسی، هویت قومی، هویت مذهبی و هویت روانی است. اگرچه هویت شخصی جهانی منعکس‌کننده ادغام خودپنداره فرد در این حوزه‌ها است؛ اما افراد لزوماً سطوح مشابهی از یکسانی و تداوم خود را در همه حوزه‌ها تجربه نمی‌کنند، به‌ویژه در نوجوانی که هویت هنوز در حال توسعه است (Dunlop, 2015; Galliher; Mclean, Syed, 2017; Branje et al., 2021).

از آنجایی که هویت مجموعه‌ای از همانندسازی‌ها است و فرد عمیقاً با محیط‌های بیرون خانوادگی در آمیخته، زمینه تعیین خط‌مشی زندگی فرد را ایجاد می‌کند. هویت نوجوان در این دوره با تقویت‌های محیطی عجین شده، شکل می‌گیرد و علاوه بر آن نهادهای اجتماعی و خصوصاً رسانه‌ها باعث می‌شوند که نوجوانان اغلب از رفتارها و نگرش‌های رایج در بیرون خانواده سرمشق گیرند (سعدی‌پور، ۱۳۹۵). روان‌شناسان رسانه معتقدند، رسانه می‌تواند به قدری هویت و شخصیت کودکان و نوجوانان را تغییر دهد یا در آن تأثیرگذار باشد که خانواده و نظام تربیت رسمی یا گروه همسالان نمی‌توانند. در دنیای جدید، رسانه‌ها و فضای مجازی معلمان و مربیانی هستند که نام معلمی را به همراه ندارند؛ اما این نقش را به‌طور کامل اجرا می‌کنند. در دنیای امروز نقش خانواده‌ها و معلمان در شکل‌دهی شخصیت فرزندان، تحت تأثیر عوامل اجتماعی به‌ویژه رسانه روزبه‌روز کم‌رنگ‌تر می‌شود (احسانی، ۱۳۹۶).

قابلیت‌های تارنما‌های شبکه‌های اجتماعی به‌خوبی با مشغولیت‌های مدرنیته متأخر که در آن سوژه باید خود را به‌طور مداوم به‌روزرسانی کند، تطبیق یافته‌اند، از این رو یکی از حوزه‌های مؤثر در مطالعات هویت هستند. رسانه‌های اجتماعی می‌توانند فرصتی مناسب برای آزمون‌گری هویت فراهم کنند. شکل‌گیری یک هویت پایدار و یکپارچه مستلزم جستجوگری است و برای نوجوانان امروز جستجوگری هم در دنیای برخط و هم در دنیای غیربرخط روی می‌دهد. مطالعه پیمایش پروژه اینترنت در ۱۳ کشور دنیا نشان داد که در

بین نوجوانان ۱۲ تا ۱۴ ساله درصد کاربران اینترنت در سنگاپور ۷۶ درصد، ایالات متحده ۸۸ درصد، فلسطین اشغالی ۹۸ درصد، کانادا ۹۵ درصد، چکواسلواکی ۹۶ درصد و در بریتانیا ۱۰۰ درصد هستند (Subrahmanyam, 2010). آمارهای رسمی در ایران نیز نشان داده‌اند میزان مشاهده تلویزیون در میان ایرانیان نزدیک به چهار ساعت و نیم در روز است. میزان استفاده از اینترنت و اتاق‌های چت نیز در برخی کشورها بیشتر از این گزارش شده است (کوچ‌کزایی، فیضیان و شاه‌آبادی، ۱۳۹۷).

محیط‌های برخط فرصت‌های فراوانی برای طرح پرسش و جستجو (اریکسون و ماریسیا در نظریه خود مطرح کرده بودند) به وجود آورده است (نوری‌راد و خانگی، ۱۴۰۰). از طرفی طبق نظریه یادگیری شناختی-اجتماعی که در بسیاری از جنبه‌های این نظریه آشکار است؛ یادگیری بدون عملکرد، پردازش شناختی در حین یادگیری، انتظارها و آگاهی از وابستگی-های پاسخ - پیامد را می‌توان به‌عنوان نمونه ذکر کرد. بندورا سه نوع مختلف الگو را معرفی می‌کند: هنگامی که ما درباره سرمشگیری فکر می‌کنیم، اغلب درباره یک الگوی زنده - شخصی واقعی که رفتار ویژه‌ای را ابراز می‌کند، فکر می‌کنیم؛ اما می‌توانیم با مشاهده یک الگوی نمادین (شخص یا شخصیتی که در یک فیلم، شوی تلویزیون، کتاب یا دیگر رسانه‌ها به نمایش درمی‌آید) نیز یاد بگیریم؛ برای مثال، بسیاری از کودکان رفتارشان را از بازیکنان فوتبال، خوانندگان راک یا شخصیت‌های افسانه‌ای از قبیل «سوپرمن» الگو برداری می‌کنند؛ و بالاخره می‌توانیم از آموزش‌های کلامی توصیف چگونه رفتار کردن، بدون اینکه اصلاً انسان دیگری (زنده یا نمادین) موجو باشد، یاد بگیریم (Bandura, 1963).

یک نمونه از الگوهای زنده برای نوجوانان سلبریتی‌ها هستند. سلبریتی کسی است که دیده می‌شود، مورد توجه قرار می‌گیرد و نزد بخش قابل‌توجهی از عامه مردم، شناخته شده است (Sternheimer, 2011). در اصطلاح مطابق تعریف فیرس، «سلبریتی‌ها افراد شناخته شده‌ای هستند که به‌واسطه برخورداری از برخی ویژگی‌ها و صفات خاص از دیگران متمایز گشته‌اند و در نزد جمع کثیری از افراد نیز شناخته شده هستند» (فرس، کری‌ا و دیگران، ۱۴۰۱: ۱۸). سلبریتی‌ها تنها به‌دلیل شهرتشان، اهمیت ندارند بلکه از این‌رو دارای اهمیت‌اند که اقدامات آن‌ها اثرهای عاطفی قابل‌توجهی بر مردم بر جای می‌گذارد. آن‌ها در نظام

معنایی جوامع امروز، نقشی فرهنگی بازی می‌کنند. آن‌ها به هواداران نشان لذت، شادی، رنج و درد می‌دهند و درمقابل، ستایش یا رسوایی دریافت می‌کنند (Nayar, 2009, pp. 4-5). به‌رحال سلبریتی‌ها و زندگی‌شان، به‌ویژه از زمانی که جنبه‌های عادی و خصوصی از ایشان به مردم نمایانده شد، همیشه برای افراد و به‌ویژه هواداران نشان جذاب و کنجکاوی‌برانگیز بوده‌اند (کشمور، ۱۳۹۶). رفتار سلبریتی‌ها می‌تواند جایگاهی برای ارائه کلیه رفتارهای خیلی ساده و پیش‌پاافتاده، ولی مهم در زندگی خانوادگی یا اجتماعی نوجوانان و جوانان باشد؛ مانند مدل مو و لباس (کوچ‌کزیی، فیضیان و شاه‌آبادی، ۱۳۹۷). فرایند نفوذ سلبریتی در جهت دادن به سلاقی و تمایل به استفاده از کالاها یا خدمات از مسیر القای تأیید سلبریتی شکل می‌گیرد (Kim; Choe & Petrick, 2018). در این حال، نوجوان برای دریافت تأیید در اعمال و رفتارهای خود از سلبریتی مدنظرش، الگو می‌گیرد و وی را معیار درستی و نادرستی اعمالش در نظر می‌گیرد (حقانی زمیانی و دیگران، ۱۴۰۳).

در ارتباط با این موضوع، ساسمن و همکاران^۵ (۱۹۹۴) در پژوهش خود بیان داشتند، نوجوانان تمایل دارند با گروه‌های مختلفی هم‌ذات‌پنداری کنند و این گروه‌های مجزا انواع مختلفی از ترجیحات و رفتارهای سبک زندگی، از جمله اصطلاحات عامیانه، سبک‌های لباس، ترجیحات موسیقی و تجربیات اجتماعی را مشخص می‌کنند. نتایج اکثر پژوهش‌های انجام گرفته در زمینه تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر ساخت هویت در میان نوجوانان حاکی از این است که رسانه‌های اجتماعی اثرهای مثبت و منفی بر نوجوانان دارند. این تأثیرات را می‌توان در قالب دستیابی به هویت، به تعویق انداختن، بن‌بست و سردرگمی هویت توضیح داد (سئو کیم، ۲۰۲۲).

در پژوهش پرز-تورز^۶ (۲۰۲۴) نتایج مشخص کرد، دنیای دیجیتال زمینه‌ای را برای توسعه هویت شخصی نوجوانان از طریق ارائه خود (تلاش برای کنترل تصاویر خود به دیگران)، مقایسه اجتماعی (مقایسه خود با دیگران، به‌ویژه ارزیابی خود)، الگوی نقش (چهره‌های رسانه‌ای که مرجع اجتماعی برای رفتار هستند) و مخاطبان برخط (دوستان، همسالان، مراجع ناشناس/می‌شناسند که کاربران ممکن است به‌صورت برخط با آنها

5. Sussman, S., Dent, C. & et all

6. Pérez-Torres

تعامل داشته باشند) فراهم می‌کند.

در این زمینه یافته‌های پژوهش تکروستا و همکاران (۱۴۰۳) نشان داد که در جهان امروز شبکه‌های اجتماعی از مهم‌ترین عوامل تشکیل‌دهنده هویت کودکان، جوانان و جوانان هستند. با توجه به یافته پژوهش ایشان می‌توان نتیجه گرفت، کودکان، نوجوانان و جوانان هویت خود را مبنی بر داده‌ها و اطلاعات گرفته شده از شبکه‌های اجتماعی می‌سازند و منسجم می‌کنند. آن‌ها در بسیاری موارد حتی روابط خود با خانواده و دوستان شبکه‌های اجتماعی را مبنا قرار می‌دهند.

نتایج مطالعه حقانی زمیدانی و همکاران (۱۴۰۱) نشان داد که با توجه به افزایش رو به رشد فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، فرهنگ گرایش به افراد شاخص یکی از منابع هویت‌بخش نوجوانان محسوب می‌شود. نتایج پژوهش ترابی و میرسالاری (۱۴۰۱) حاکی از آن است که ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی، موجب ایجاد شبکه‌های جهانی فاقد زمان و مکان و همچنین سیال و شناور شدن ایده‌ها و هویت‌ها شده است. این الگوواره نوین هویتی قدرت بی‌سابقه‌ای به سلبریتی‌ها داده است؛ به نحوی که شاخ‌های مجازی، خوانندگان پاپ، بازیگران مشهور سینما، ورزشکاران محبوب و... تأثیر عمده‌ای بر مسائل سیاسی - اجتماعی می‌گذارند تا جایی که خود را الگوی جوانان و نوجوانان پنداشته‌اند. نتایج پژوهش اجتهادی و کاشفی‌نیا (۱۳۹۸) نشان می‌دهد که میانگین گرایش به فرهنگ سلبریتی در جمعیت مورد مطالعه، ۴۶/۳۹٪ از ۱۰۰ است و به لحاظ فراوانی، اکثر پاسخ‌دهنده‌ها (۴۹.۲٪) دارای گرایش متوسط به فرهنگ سلبریتی هستند. سعدی‌پور (۱۳۹۵) در مقاله خود به ساخته شدن هویت برخط در محیط مجازی اینترنت پرداخت. در فضای مجازی اینترنت، فرصت‌هایی فراهم می‌شود که نوجوانان می‌توانند هویت‌های گوناگون را امتحان کنند و به ارائه و بیان خودهای متعدد بپردازند. نتایج آزمون رگرسیون (صفری شالی و عبد مولای، ۱۳۹۵) نیز نشان داد که هر سه عامل مدرسه، همسالان و رسانه می‌توانند تغییرات متغیر هویت را پیش‌بینی کنند.

باتوجه به توضیحات بیان شده در این پژوهش به‌منظور اهمیت هویت‌یابی کودکان در سنین نوجوانی و همچنین تأثیر بسزای فضای مجازی در زندگی پیشرفته امروزی، می‌توان

گفت که نوجوانان هم از این فضای غیرواقعی مستثنا نبوده و حتی براساس شواهد مذکور، نقش بسزایی در الگوگیری اجتماعی نوجوانان دارد. بدین‌منظور ما در این پژوهش به بررسی کیفی ابعاد نقش‌آفرینی الگوهای اجتماعی بر هویت‌یابی نوجوانان می‌پردازیم و این مسئله با تمرکز خاص بر سلبریتی‌های فضای مجازی انجام می‌شود.

روش‌شناسی

با توجه به هدف و ماهیت، این پژوهش از نظر روش، یک پژوهش کیفی و از نوع پدیدارشناسی تفسیری مبتنی بر الگوی ون مانن بود. برای این منظور از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است. مشارکت‌کنندگان پژوهش به شیوه هدفمند و در دسترس از میان نوجوانان گروه سنی ۱۴ و ۱۵ سال انتخاب شدند. جامعه مورد مطالعه شامل تمامی دانش‌آموزان راهنمایی پایه نهم در شهر تهران در بازه زمانی ۱۴۰۲-۱۴۰۳ هستند. شرکت‌کنندگان حاضر در پژوهش را ۱۴ نفر از دانش‌آموزان در بازه سنی گفته شده تشکیل داده‌اند. بر اساس هدف پژوهش داشتن تجربه ورود به فضای مجازی، مشارکت آگاهانه و علاقه‌مندی به فهم ماهیت و معنای تجربه خود، داشتن سطح اجتماعی-اقتصادی متوسط و عدم مصرف داروهای روان‌پزشکی از ملاک‌های ورود به پژوهش می‌باشد. همچنین عدم تمایل به ادامه مشارکت در پژوهش ملاک خروج می‌باشد. در این پژوهش برای تعیین حجم نمونه از معیار اشباع نظری استفاده شد. بعد از ۱۴ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با شرکت‌کنندگان، پژوهشگران احساس کردند داده‌های به‌دست آمده همه تکرار مصاحبه‌های قبلی هستند. برای اطمینان بیشتر، چند مصاحبه تکمیلی دیگر انجام شد که نتایج تکرار مصاحبه‌های قبلی بود و پژوهشگر به این نتیجه رسید که از مصاحبه‌های جدید مفاهیم جدیدی به‌دست نمی‌آید. در این نقطه فرایند جمع‌آوری داده‌های مصاحبه‌ها به پایان رسید.

در پژوهش حاضر داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختار یافته جمع‌آوری شدند. دستورالعمل‌های مصاحبه طوری طراحی شدند که به مصاحبه‌شونده‌ها این اجازه را می‌داد که در یک چهارچوب تقریبی ۴۵ تا ۶۰ دقیقه‌ای به پرسش‌ها پاسخ دهند. جلسات مصاحبه

به صورت حضوری در فضایی آرام و مورد توافق مصاحبه‌کننده برگزار شد. پرسش‌های مصاحبه بر اساس تجارب روان‌شناختی دانش‌آموزان در ارتباط با فضای مجازی و الگوگیری از سلبریتی‌ها با کمک از منابع موجود (روش تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی دکتر علی دلاور) طرح‌ریزی و اجرا گردید و پس از بررسی توسط سه متخصص و یک ارزیابی اولیه در یک مصاحبه مقدماتی جهت اطمینان از روایی و پایایی مورد استفاده قرار گرفت. نوع پرسش‌ها از نوع کاوشی بود؛ مانند: وقتی می‌گوئیم سلبریتی چه چیزی در ذهن شما شکل می‌گیرد؟ آیا سلبریتی هست که از آن الگوگیری داشته و یا آن را دنبال کنید؟ شروع و پرسش‌های پیگیری با توجه به پاسخ‌های قبلی به صورت عمیق‌تر و اختصاصی‌تر پرسیده شد. در این پژوهش برای اعتبار یافته‌ها، از تطابق توصیف محقق و افراد مورد بررسی، استفاده شد. برای این منظور، در حین مصاحبه از فن تأیید توسط مصاحبه‌شونده استفاده شد و بعد از اتمام هر مصاحبه، بلافاصله یادداشت‌برداری‌ها و محتوای ضبط شده به دقت مطالعه شده و در نتیجه تلاش گردید تا صحت مفاهیم و مقوله‌های استخراج شده در رفت‌وبرگشت با واقعیت، از سوی شرکت‌کنندگان در پژوهش تأیید شد. از طرف دیگر مضمون‌های انتخابی در چندین جلسه با اساتید محترم پژوهش بررسی شد و اعتبار یافته‌های به دست آمده توسط مشارکت‌کنندگان و اساتید متخصص در این حوزه تأیید شد. قبل از آغاز فرایند جمع‌آوری داده‌ها، هدف مطالعه برای شرکت‌کننده‌ها توضیح داده شد و پس از ارائه اطلاعات کافی در ارتباط با ماهیت اهداف پژوهش از دانش‌آموزان درخواست شد کاربرد رضایت آگاهانه مشارکت در مصاحبه ضبط شده را امضا کنند. در این کاربرد به طور مفصل توضیح داده شد که شرکت‌کنندگان چگونه می‌توانند در هر زمانی از مطالعه انصراف دهند. همچنین به شرکت‌کنندگان نحوه استفاده از مصاحبه‌ها و استفاده از نام مستعار برای حفظ حریم خصوصی آنان توضیحاتی ارائه گردید و اطمینان و اعتماد آنان در مورد محرمانه بودن مصاحبه‌ها جلب شد. مصاحبه با پرسش‌های کلی شروع و همزمان با ضبط، یادداشت‌برداری صورت می‌گرفت و در فرایند مصاحبه چنانچه پرسش‌هایی برای روشن شدن موضوع به ذهن می‌رسید از مصاحبه‌شونده پرسیده می‌شد. مصاحبه با شرکت‌کنندگان تا رسیدن به اشباع اطلاعات زمانی که داده جدید به دست نیامد،

ادامه یافت. پس از ضبط هر مصاحبه بلافاصله پیاده‌سازی آن‌ها بر روی کاغذ انجام می‌شد و داده‌ها در طول بازه زمانی یک ماهه جمع‌آوری، ثبت، کدگذاری و در قالب مضامین عمده دسته‌بندی گردید.

در این پژوهش، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل درون‌مایه‌ای^۷ و گام‌های پیشنهاد شده توسط ون مانن صورت پذیرفت. بدین‌صورت که متن هر مصاحبه، حداقل دو بار توسط محقق گوش داده شد تا معنای کلی مصاحبه اخذ شود، سپس متن هر مصاحبه، کلمه‌به‌کلمه خوانده شد تا به معنای دقیق و روشنی رسیده شود و با تحلیل داده‌ها، معنا کلی و صحیح از تجربه هر فرد اخذ گردد. در هر نسخه، واحدهای معنایی مشخص و در حاشیه هر نسخه، کدگذاری گردید. هر واحد معنایی تفسیر شد تا به درک صحیح‌تری از تجربه نوجوانان در الگوگیری از سلبریتی‌ها رسیده شود، هر واحد معنایی برای هر شرکت‌کننده با دقت بررسی و تحلیل گردید تا درون‌مایه‌های اصلی مشخص گردد.

جهت تعیین دقت و صحت اطلاعات به‌دست آمده از سه روش قابلیت اعتبار، قابلیت اعتماد و قابلیت تصدیق استفاده شد. تضمین قابلیت اعتبار، با میان‌گزاردن یافته‌ها با مشارکت‌کنندگان و بازبینی از طریق آن‌ها صورت گرفت. برای قابلیت اعتماد، تلاش شد نتایج به تعدادی از متخصصان و اساتید در دسترس ارسال شود و فرایند کار به‌صورت گروهی و با مشورت صاحب‌نظران انجام گرفت. از نظر قابلیت تصدیق، سعی شد تا محقق پیش‌فرض‌های پیشین خود را تا حد امکان در فرایند جمع‌آوری اطلاعات دخالت ندهد. علاوه بر عدم سوگیری، در این شاخص، می‌بایست مفاهیم ایجاد شده توسط پژوهشگر به‌راحتی قابل ردیابی در داده‌ها باشند. بر این اساس سعی شد همه داده‌ها شخصاً توسط پژوهشگر بر روی کاغذ ردیابی شوند و همه مفاهیم و موضوعات برداشت‌شده توسط پژوهشگر به بخش‌های مشخص از این داده‌ها مرتبط شوند. همچنین کدها و مقوله‌ها توسط پژوهشگرانی خارج از گروه پژوهشی که به روش تحقیق کیفی آشنا بودند، بررسی و ارزیابی شد.

یافته‌ها

جدول ۱- اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در پژوهش

مصاحبه شونده	سن	مقطع تحصیلی	تعداد فرزندان	چندمین فرزند
۱	۱۵	نهم	۱	اول
۲	۱۵	نهم	۳	سوم
۳	۱۴	هشتم	۲	اول
۴	۱۴	هشتم	۱	اول
۵	۱۵	نهم	۱	اول
۶	۱۴	هشتم	۴	چهارم
۷	۱۵	نهم	۲	دوم
۸	۱۵	نهم	۱	اول
۹	۱۵	نهم	۲	اول
۱۰	۱۴	هشتم	۱	اول
۱۱	۱۴	هشتم	۳	دوم
۱۲	۱۵	نهم	۲	اول
۱۳	۱۴	هشتم	۳	سوم
۱۴	۱۵	نهم	۲	دوم

جدول شماره ۲: نمونه عبارات عوامل مؤثر بر تأثیرپذیری ابعاد هویت‌یابی نوجوانان از سلبریتی‌های فضای مجازی

نمونه عبارات	درون‌مایه فرعی
من کلاً از وقتی گوشی گرفتم اینستا رو ریختم؛ اما از قبل هم از یک سلبریتی خوشم میومد و دنبالش میکردم چون من اغلب خونه تنها هستم و والدین من شاغل هستند، من هم بیشتر تو اینستا وقت می‌گذرونم و میچرخم چون خودمم خیلی دوست ندارم باکسی حرف بزنم و این بخاطر اینکه دیگران من رو نمی‌فهمند.	عدم تأمین نیاز به ارتباط با والدین
	عدم درک عواطف از طرف والدین

نمونه عبارات	درون‌مایه فرعی
قبل از اینکه من پیام این مدرسه خیلی از مجموعه‌های تلویزیونی کرده‌ای و بازیگراش خوشم نمی‌ومد یعنی نمی‌شناختم خیلی‌هاشون رو ولی دوستام خیلی دربارشون میگند و تعریف می‌کنند که منم علاقه‌مند شدم؛ البته یک باب دوستی با دوستانم هم از همین طریق بود چون قبلش خیلی دوستی نداشتم.	نقش گفتمان‌های اجتماعی عامل دوست‌یابی
تعدادی از سلبریتی‌هایی که رفتند خارج می‌گویند زندگی آن طرف راحت‌تر است و واقعاً هم آزادی بیشتری دارند، عکس‌هاشون هم هست که زندگی راحت‌تر و روابط بازتری دارند و سه‌همین من ایران رو دوست ندارم و خیلی دلم می‌خواد برم خارج.	ایجاد عدم دل‌بستگی ملی شکل‌گیری تصویرسازی‌های غلط
خیلی از دوست‌های من از وقتی گوشی گرفتند اینستاگرافی می‌کنند و دیگر اون شادابی و نشاط رو ندارند، انگار کودک درونشون دیگه فعال نیست و الان خیلی گوشه‌گیر شدند و دائم می‌خوان برن سر گوشی و اکثرشون دنبال جنس مخالف هستند.	از بین بردن ارزش‌های دینی و اجتماعی گرایش به جنس مخالف
بعضی از دوست‌هام چون بازیگرهای کرده‌ای رو دوست دارند مثل اون‌ها موهاشون رو کوتاه می‌کنند و یا یکسری جملات را به زبان کرده‌ای می‌گویند، منم زبانشون رو دوست دارم الان هم یکسال هست که با اکیپمون دوستم و قراره تتوی گروهشون رو باهم بزنینم.	الگوسازی در تیپ ظاهری تقلیدهای کلامی از طریق یادگیری مشاهده‌ای شکل‌گیری رفتار نامتعارف از طریق مجاورت
من یک دوستی داشتم که باهم یکسال دوست بودیم ولی از وقتی گوشی گرفت و با دوستای مجازی آشنا شد و بعداً عاشق یکی از سلبریتی‌ها شد، خیلی بد شد اغلب عکسای سر باز برای پروفایلش می‌گذاشت و می‌خواست تابعیت اون کشور رو هم بگیره، روی منم خیلی تأثیرات بدی گذاشته بود مخصوصاً از نظر فکری.	تأثیرات فکری منفی
احساس می‌کنم از وقتی بیشتر وقتم رو در فضای مجازی و دائماً دنبال کارها و روابط سلبریتی‌ها هستم، از خانوادم دورتر شدم.	کاهش روابط خانوادگی
الان که خوب فکر می‌کنم من قبلاً خیلی روم نمی‌شد توی گروه‌های دوستی دیگران برم؛ اما یکی از بچه‌ها که روابط خوبی با همه داشت،	عدم عزت نفس

نمونه عبارات	درون‌مایه فرعی
مدام درباره یکی از سلبریتی‌ها با بچه‌ها حرف می‌زد و دیگران هم دورش بودند، منم از اون موقع به این سمت رفتم و روابط دوستی گرفتم.	یادگیری مشاهده‌ای از همسالان (نقش همسالان)
من گاهی وقت‌ها که حالم خوب نیست جملات انگیزشی یکسری از سلبریتی‌ها رو می‌خونم و چون می‌بینم آدم‌های موفق هستند و حال زندگیشون خوبه منم حس بهتری پیدا می‌کنم و فکر می‌کنم شاید زندگی منم مثل اونا خوب بشه.	شکل‌گیری اعتماد براساس موفقیت ظاهری
من و دوستانم سحر قریشی رو خیلی دوست داریم چون هم زندگی خوبی داره هم از نظر قیافه و ظاهر خیلی خوشگل و خوش‌تیپه و یک دوره‌ای من دوست داشتم مدل دماغ اون منم دماغم رو عمل کنم.	ضعف در اعتماد به نفس الگوگیری در جنبه‌های ظاهری
یک دوره‌ای دوستان من علاقه شدیدی به بازیگران کره‌ای داشتند و کلاً همه حرف‌هاشون درباره اون‌ها بود، حتی توی آهنگ و فیلم هم فقط انتخابشون فیلم کره‌ای بود، حتی سعی می‌کردند من رو هم قانع کنند و به سمت فرهنگ کره بکشوند.	بی‌هویتی فرهنگی
من یک سگ پاکوتاه دارم که اولین بار از پست سلبریتی محبوبم این سگ رو دیدم و الان بیشتر از همه به اون اهمیت میدم و براش کلی لباس و چیزهای دیگه هم خریدم، خیلی دوستش دارم و بازی و کنار اون بودن رو به همه چیز ترجیح میدم و خیلی برام باارزشه.	از بین رفتن کارکرد خانواده تغییر نظام ارزشی
جاهای دیدنی و رفاهی که سلبریتی‌ها از خارج نشون میدن من رو خیلی ترغیب می‌کنه برای خارج رفتن و الان واقعاً دوست دارم برم اون طرف و قید اینجا رو بزنم.	عدم تعلق ملی
خواننده خارجی که توی اینستا صداسش رو خیلی دوست دارم، صورت خیلی مهربونی هم داره و روابط اجتماعی خوبی هم داره و منم خیلی دوست دارم مثل اون باشم.	تعمیم ویژگی‌های اخلاقی ایجاد دل‌بستگی
سلبریتی محبوب من اغلب شالگردن و کلاه می‌پوشه و اصلاً روسری نداره، من تیپ ظاهرش رو خیلی دوست دارم برای همین با دوستانم که بیرون میرم اون مدلی تیپ می‌زنم.	زیرپا گذاشتن هنجارهای اجتماعی
یکی از دوستانم از وقتی با بلاگرای دختری که چادری بود توی فضای مجازی دوست شد، چادری شد و حتی تفکرات و ارزش‌هاش هم عوض شد.	تغییر ارزش‌های دینی

نمونه عبارات	درون‌مایه فرعی
سلبریتی توی فضای مجازی هست که خودش دکتری خونده؛ اما انقدر از سختی‌ها و مسائل این رشته گفته که من به کل روحیه‌ام رو برای رشته پزشکی از دست دادم و به کل ولش کرد.	تضعیف روحیه فردی رشد ناامیدی وانفعال
با مشاهده سلبریتی‌هایی که خیلی موفق هستند و مشکلی تو زندگیشون ندارند من خیلی فکر می‌کنم که من چرا انقدر توی زندگیم مشکل دارم و مدام میگم ای کاش منم این‌جوری بود زندگیم.	تضعیف روحیه امید به زندگی
من یکی از سلبریتی‌هایی که دنبال می‌کنم دختر دبیرستانی هست که درباره پوشش دخترا توی دبیرستان میگه اینکه چرا باید توی این هوای گرم توی مدرسه مقنعه بپوشید و تا پیشونی بکشیدش جلو، آدم باید آزادی داشته باشه و هرچی دلش می‌خواد بپوشه.	شکستن هنجارهای مدرسه پایه‌ریزی فکری فرهنگ‌های دیگر
قبلاً من حیوانات رو خیلی دوست نداشتم؛ اما از وقتی من علاقه‌مند به یکی از بلاگرهای اینستاگرام شدم، به حیوانات، سگ و... خیلی علاقه‌مند شدم.	شکل‌گیری علاقه‌مندی به حیوانات
بازیگر خارجی هست که خیلی دوستش دارم و روابط اجتماعی بالایی داره و آدم برون‌گرایی است، منم خیلی دوست دارم از این درون‌گرایی پیام بیرون.	تمایل به تغییر کامل تیپ شخصیتی
همسایه‌ای داشتیم که با یک شیطان پرست تو اینستا آشنا شده بود و عقاید اون‌ها روش خیلی تأثیر گذاشته بود و رفتارهاش عوض شده بود و طرف با خانوادش دعواهای زیادی داشت و در آخر باهاشون قطع رابطه کرد.	از بین رفتن نظام خانواده
من یکی از سلبریتی‌هایی که طرفدارشم و عقایدش رو قبول دارم یک جمله‌ای داره که سرلوحه منه اونم اینکه «بزرگترین دین انسانیتیه نه مذهب».	جهت‌دهی منفی به باورهای فکری
اکثر دوست‌های من میگن بچه نمی‌خوان چون غالب سلبریتی‌های مورد علاقتون به جای بچه به سمت نگهداری از سگ رفتن.	تغییر اصول اصلی خانواده
من علاقه زیادی به بازیگرای کره‌ای و شخصیت انیمه‌های کره‌ای دارم و انقدر عاشقشونم که روی لباسام عکساشون رو میدم چاپ کنند و دوست دارم در آینده شغلم پویانمایی باشه.	نقش الگوگیری روابط خانوادگی و آینده شغلی غیرواقع‌بینانه

درون‌مایه فرعی	نمونه عبارات
	من خیلی یک سلبریتی خاص رو دنبال نمی‌کنم که بگم الگومه چون همیشه خواهرم می‌گه هرچیزی رو که شنیدی همین‌طوری قبول نکن ببین چقدر این حرف درسته یا غلطه و با ارزش‌های خودت بسنج بعد براساسش برو جلو.
عدم ارضای نیاز به تأیید	من وزنم یک جوریه که خانوادم مدام بهم می‌گه وزنت رو کم کن و خیلی چاق شدی و... یک ورزشکار معروف توی اینستا هست که من خیلی دلم می‌خواد اندامم مثل اون باشه و خانوادم ببینند که من لاغر کردم.

جدول شماره ۳: درون‌مایه‌های فرعی و اصلی تبیین‌کننده نقش سلبریتی‌ها بر ابعاد هویت‌یابی نوجوانان در اجتماع

درون‌مایه اصلی	درون‌مایه فرعی
پوشش نیازهای روان‌شناختی ارضاء نشده	عدم ارضای نیاز به تأیید
	عدم تأمین نیاز به ارتباط با والدین
	عدم درک عواطف از طرف والدین
	عدم عزت نفس
	ایجاد دل‌بستگی
	ضعف در اعتماد به نفس
ایجاد الگوی یادگیری منفعل	تقلیدهای کلامی از طریق یادگیری مشاهده‌ای
	شکل‌گیری رفتارهای نامتعارف از طریق مجاورت
	الگوسازی در تیپ ظاهری
	یادگیری مشاهده‌ای از همسالان (نقش همسالان)
	الگوگیری در جنبه‌های ظاهری
	تعمیم ویژگی‌های اخلاقی
	شکل‌گیری علاقه‌مندی به حیوانات
	شکل‌گیری اعتماد براساس موفقیت‌های ظاهری
	نقش الگوگیری روابط خانوادگی و آینده شغلی غیرواقع‌بینانه

درون‌مایه اصلی	درون‌مایه فرعی
نقش عوامل اجتماعی در هویت‌یابی نوجوانان	نقش گفتمان‌های اجتماعی
	عامل دوست‌یابی
استحاله ذهنی	تضعیف روحیه فردی
	رشد ناامیدی و انفعال
	تضعیف روحیه امید به زندگی
	تأثیرات فکری منفی
	گرایش به جنس مخالف
	شکل‌گیری تصویرسازی غلط
	جهت‌دهی منفی به باورهای فکری
	تمایل به تغییر کامل تیپ شخصیتی
	از بین بردن ارزش‌های دینی و اجتماعی
گسست ارزشی و هنجاری	تغییر نظام ارزشی
	زیر پا گذاشتن هنجارهای اجتماعی
	شکستن هنجارهای مدرسه
	تغییر ارزش‌های دینی
	بی‌هویتی فرهنگی
عدم احساس تعلق ملی	پایه‌ریزی فکری فرهنگ‌های دیگر
	عدم تعلق ملی
	عدم وجود دلبستگی ملی
	کاهش روابط خانوادگی
ساختارشکنی خانوادگی	از بین رفتن کارکرد خانواده
	تغییر اصول اصلی خانواده
	از بین رفتن نظام خانواده

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش به منظور بررسی رابطه بین هویت‌یابی نوجوانان و الگوگیری اجتماعی از سلبریتی‌های فضای مجازی اجرا شد. به همین منظور، با استفاده از روش پژوهش کیفی از نوع تحلیل پدیدارشناسی به بررسی در این زمینه پرداخته شد. براساس نتایج مصاحبه‌های انجام شده هفت درون‌مایه اصلی «پوشش نیازهای روان‌شناختی ارضاء نشده» و «ایجاد الگوی یادگیری منفعل»، «نقش عوامل اجتماعی در هویت‌یابی نوجوانان»، «استحاله ذهنی»، «گسستگی ارزشی و هنجاری» و «ساختار شکنی خانوادگی» به دست آمد. درون‌مایه اصلی اول «پوشش نیازهای روان‌شناختی ارضاء نشده» می‌باشد. یافته‌های این بخش از پژوهش با نتایج حاصل از تحقیق پرز-تورز (۲۰۲۴)، هامبورگر و بن آرتزی^۸ (۲۰۰۰)، هوتی، امین ملازهی و حسین دامنی (۱۴۰۲)، نوری و اصغری (۱۴۰۱)، رضوی‌زاده و عبدالمالکی (۱۳۹۹)، حسینی و الماسی (۱۳۹۴) همسو می‌باشد. شبکه‌های اجتماعی مجازی اکنون به یکی از گسترده‌ترین عرصه‌های ارتباطات اجتماعی تبدیل شده‌اند و گسترش فراگیر آن‌ها، رفتار و عوامل روانی و عاطفی افراد را در عمیقاً متأثر از خودساخته و بخش اعظم لایه‌ها و گروه‌های اجتماعی را درگیر خود نموده‌اند (رضوی‌زاده و عبدالمالکی، ۱۳۹۹). افرادی که احساس خلأ در دل‌بستگی و روابط عاطفی نزدیک و صمیمانه با اعضاء خانواده خود دارند، به دنبال پرکردن این خلأ به شبکه اجتماعی پر از محرک‌های جذابی رو می‌آورند. افرادی که احساس تنهایی عمده آن‌ها از فقدان شبکه و سیستم خانواده است، بیشتر به شبکه اجتماعی فیسبوک رو بیاورند. همچنین افرادی که ارزیابی دیگران را از خودشان مثبت ارزیابی می‌کنند، برای تعاملات اجتماعی خود در دنیای واقعی اهمیت بیشتری قائلند (حسینی و الماسی، ۱۳۹۴).

نیازهای روان‌شناختی نوجوانان در صورت ارضاء نشدن از سمت اطرافیان (خانواده، دوستان و...) آن‌ها را به سمت تقلید در حوزه‌های مختلف مانند باورهای ذهنی، بدنی، رفتاری یا برقراری ارتباط مجازی با سلبریتی‌ها در فضاهای مجازی می‌کشاند. هنگامی که نیازهای روان‌شناختی نوجوان از سمت خانواده و دوستان ارضاء نمی‌شود؛ مانند عدم

8. Hamborger, Y. A., & Artzi, B. E

تأیید ظاهر، عدم ارتباط مناسب و احساس تنهایی و... آن‌ها برای پر کردن زمان تنهایی یا الگوبرداری از الگوهایی که بتوانند با تقلید از آنها در زمینه‌های ذکر شده به بهبود خود پردازند به فضای مجازی و دنبال کردن سلبریتی‌ها روی می‌آورند. اخیراً در یک نگاه جامع در نظریه «خود تعیینی» ریان و دسی، سلامت روان را تابعی از عوامل محیطی و نیازهای پایه دانسته‌اند. در ارتباط با شرایط بافتی، پژوهش‌ها حاکی از این است که خانواده نقش اساسی دارد. والدین می‌توانند با سبک رفتاری خود زمینه رشد سلامت روحی و رفتاری فرزندان‌شان را فراهم کنند (Deci & Ryan, 2008)؛ بنابراین، وقتی تأیید (در ظاهر فرد مثل چاق بودن) و حضور مناسب از سمت خانواده هسته که جایگاه شکل‌گیری سلامت روان فرد است، صورت نمی‌گیرد نوجوان به منابع بیرون از خانه برای دریافت تأیید و تبدیل شدن به آدمی بی‌نقص در جهت پذیرش و همچنین جبران تنهایی وابسته می‌شود. از طرفی، جمع همسالان نیز در سنین نوجوانی در شکل‌گیری این اعتماد به نفس جایگاه ویژه خود را دارد. زمانی که نوجوان در گروه همسالان محبوبیت لازم را ندارد، به‌منظور کسب جایگاه در گروه دوستان به الگوبرداری و دنبال کردن سلبریتی‌ها می‌پردازد. نیاز به شایستگی نیاز به مؤثر بودن در مراوده‌ها، تعاملات با محیط و همچنین بیانگر میل به کار بردن استعدادها و توانایی‌ها و مهارت‌هاست و همچنین دنبال کردن چالش‌های در حد توان و تسلط یافتن بر آنها است (Ryan & Deci, 1985). الگوبرداری از ظاهر سلبریتی‌های فضای مجازی در بین گروه همسالان یک موضوع مشترک بین نوجوانان می‌باشد که با بحث و تقلید از آن‌ها (در خصوص اندام، عمل‌های زیبایی، رفتار و ارزش‌ها) یک فضای علایق مشترک را بین آنان به‌وجود می‌آورد. از این طرق، نوجوانان نیازهای روانی خود را ارضاء کرده و عزت نفس پایین خود را ارتقاء می‌بخشند که خود نقش قابل‌توجهی در شناخت انگیزه نوجوانان در جهت کسب اطمینان از خوب بودن و در نتیجه کسب هویت در بین اطرافیان دارد. در اصل هر زمان که فعالیتی نیازهای روان‌شناختی آدمی را فعال کند، فرد به آن علاقه‌مند می‌شود و زمانی که فعالیتی نیازهای روان‌شناختی او را ارضا کند، احساس خشنودی می‌کند. نیازهای روان‌شناختی برای بررسی رفتار با انگیزه اهمیت دارند، این نیازها شامل: نیاز به استقلال، شایستگی، دل‌بستگی ایمن، نیازهای عاطفی و مواردی از این

دست می‌باشند (Deci & Ryan, 2000; Vansteenkiste, 2004).

درون‌مایه اصلی دوم «ایجاد الگوی یادگیری منفعل» می‌باشد. این مضمون به صورت ضمنی با نتایج حاصل از پژوهش هوفنر و بوند^۹ (۲۰۲۲): و نتایج یولیواتی و مورکاردجونی (۲۰۱۲)، ساسمن و همکاران (۱۹۹۴) و کوچ‌کزایی، فیضیان و شاه‌آبادی (۱۳۹۷). طبق نتایج کوچ‌کزایی و همکاران (۱۳۹۷) وابستگی و پیروی مردم از همین ارزش‌ها و هنجارهای کوتاه‌مدت، که بسته به هر شرایطی از سوی هر سلبریتی تغییر می‌کند، سبب می‌شود مردم پیوسته در حال‌گذار از ارزش‌هایی به ارزش‌های دیگر باشند و هویت مشخص و قابل‌انکایی نداشته باشند. همان‌طور که در مقاله ذکر شد نوجوانان به خاطر شرایط سنی خود بیشتر از دیگران از سلبریتی‌ها تأثیر می‌پذیرند و در نتیجه مهم‌ترین مسئله دوران نوجوانی یعنی هویت‌یابی آن‌ها دچار اختلال می‌شود و الگویی به آن‌ها معرفی می‌شود که برای مصرف و لذت بیشتر مورد توجه است نه کار مفید بیشتر.

در سنین نوجوانی که عوامل مختلفی در هویت‌یابی نوجوانان نقش دارد، آن‌ها در این مسیر از گروه سلبریتی‌ها از طریق فضای مجازی در زمینه پوشش، علایق شغلی، نحوه صحبت و رفتارهای جمعی الگوبرداری می‌کنند. سلبریتی‌ها گروه مرجع نامیده می‌شوند که بر باورها و تصمیمات مخاطبان‌شان اثرگذار هستند (فتاحی و طالبی، ۱۳۹۸). این اثرگذاری می‌تواند به شکل مستقیم و غیرمستقیم صورت گیرد. گاه نوجوانان رفتارهای تقلیدی سلبریتی‌ها را از طریق اعضاء خانواده و گروه همسالان یاد می‌گیرند و گاهی از طریق دنبال کردن مستقیم خود آن‌ها. هنگامی که، محیط اطراف نوجوان به خاطر تقلید زبان گفتمان روزمره، پوشش و رفتارهای سلبریتی‌ها مورد تشویق قرار می‌گیرند، نوجوان نیز آن الگوها را تکرار می‌کند. از طرفی، خود سبک زندگی، رفتار و نحوه گفتار سلبریتی‌های دنبال‌شونده توسط گروه بزرگی از آدم‌ها در فضای مجازی تشویق می‌شود که برای نوجوان جذابیت ایجاد کرده و این امر نیز به نوبه خود تأثیر قابل‌توجهی در میل نوجوان به الگوبرداری از آنان دارد. این تأثیر تا جایی است که نوجوان در مرحله هویت‌یابی ارزش‌های خود در حوزه‌های مختلف و حتی آینده شغلی را بر پایه الگوهای مجازی خود

9. Hoffner, C. A., & Bond, B. J

پایه‌ریزی می‌کند. چرا که، تقلید الگوها، داشتن زبان خاص، پوشش خاص و ارزش‌های ظاهری مخصوص، جایگاه ویژه و در نتیجه پذیرش یا جلب توجه را برای آنان به همراه دارد که می‌تواند تکلیف دستیابی به هویت را برای آنان آسان‌تر سازد. تأثیر رسانه‌های جمعی در زندگی روزانه شهروندان محدود به تقویت یا تغییر نگرش‌ها و رفتارها نیست بلکه می‌تواند منجر به کسب ارزش‌ها و نگرش‌ها و الگوهای رفتاری شود که از آن به آثار اجتماعی رسانه‌ها تعبیر می‌کنند. ما به متون رسانه‌ای که با زندگی، نیازها و منافع شخصیمان ارتباط دارد، توجه می‌کنیم. پس آنچه را که آموختیم به‌خاطر می‌سپاریم و به ذخایر شناخت پیشین اضافه می‌کنیم تا در موقع لزوم آن را به یاد آوریم. کاربرد عملی آموخته‌ها که به پاداش و تنبیه منجر می‌شود؛ بازتولید صحیح نتیجه آزمون و خطاست. در نهایت، انگیزه برای ادامه مسیر بیشتر یا کمتر می‌شود. انگیزه که برای انجام عمل مهم است، بستگی به تگویق دارد (کوچ‌کزایی، فیضیان و شاه‌آبادی، ۱۳۹۷). جذابیت ویژگی‌های الگوها می‌تواند تا جایی در نوجوان نفوذ کند که وی را به خالکوبی گروه مورد علاقه‌اش بر روی بدن متمایل سازد. به‌علاوه، یک نگرش و عادت منفی دیگر در این حیطه مربوط به دیده‌ها و شنیده‌های آنان از موفقیت‌های افراد معروف است که موجب اهمیت یافتن ظواهر یافته‌ها و پیشرفت‌ها به‌صورت جمعی به‌جای معنویت و واقعیت آن که امری فردی است و متناسب با نگرش هر فرد تغییر می‌کند، می‌گردد. نوجوان فکر می‌کند موفقیت امری بیرونی و همراه با خودنمایی، تغییر ظاهر، راحتی و کسب لذت است. نوجوان به‌سوی مسخ‌شدگی پیش می‌رود و از خود بیگانه می‌شود. از آنجایی که شهرت و معروفیت خیل‌عزیمی از سلبریتی‌ها در جامعه امروز وابسته به ویژگی‌های انتسابی و ارزش‌های غالب رسانه‌ای - و نه استعداد و لیاقت آن‌ها - طرفداران و مخاطبان آنان نیز با گره زدن وضعیت خود به آنان این آرزو را در سر می‌پروراندند که بدون کار و تلاش روزی بتوانند به جایگاه آن‌ها دست پیدا کنند (کوچ‌کزایی و دیگران، ۱۳۹۷).

این موارد، نوجوان را به سوی راحت‌طلبی، عدم توان به چالش کشیدن و دور شدن پیروی از اهداف یا خواسته‌های فردی درونی، برآمده از یک خود منسجم برای دستیابی به هویت موفق، می‌کشاند. آنتونوفسکی حس انسجام را به‌عنوان ساختاری حیاتی تعریف

کرد که به درک چگونگی برخورد یک فرد با استرس و چالش‌ها در طول زندگی خود کمک می‌کند و سالم می‌ماند (Konaszewski, 2018). در این زمینه، یکی از مواردی که می‌تواند تأثیر افراطی و بی‌چون و چرای الگوبرداری از سلبریتی‌ها (ورزشکاران، بازیگران، خواننده‌ها و...) را کنترل کند، نقش الگوهای منابع قدرت مانند خانواده و معلم‌ها است. آن‌ها می‌توانند نوجوانان را در انتخاب سلبریتی مورد علاقه، به چالش کشیدن ارزش‌ها قبل از انتخاب و آینده‌نگری راهنمایی کنند.

درون‌مایه اصلی سوم «نقش عوامل اجتماعی در هویت‌یابی نوجوان» است. نتایج این بخش از پژوهش با نتایج حاصل از مطالعه ترنر و هلمز (۱۹۸۷)، هوشمند، آدمیان و شربتیان (۱۴۰۲)، ناظمیان (۱۳۹۸)، آقازاده (۱۳۹۶) و صفری شالی و عبدمولایی (۱۳۹۵) همسو می‌باشد. ترنر و هلمز (۱۹۸۷) در بررسی خود دریافتند که با افزایش نیاز نوجوان به پذیرش و شناخته شدن در نزد دیگری، گروه همسالان به منزله عامل اساسی در فرایند اجتماعی شدن نقش دارد. در سنین نوجوانی طیف وسیعی از استراتژی‌های جمعی از جمله وابستگی به اینترنت هم در رشد روانی و اجتماعی آنان در شرایط حاضر جامعه می‌تواند از جذابیت و ارزش‌های دوره نوجوانی و ارتباط با همسالان برخوردار باشد (هوشمند، آدمیان، شربتیان، ۱۴۰۲).

دوستان یک منبع ارتباطی مهم بعد از خانواده برای نوجوان محسوب می‌شود که می‌تواند تأثیر قابل‌توجهی در رفتار و علایق نوجوان بگذارد. در دوره نوجوانی زمانی که اهمیت پذیرش و هویت‌یابی در محیط بیرون از خانواده نیز اهمیت پیدا می‌کند، نوجوان متوجه می‌شود در ارتباط با گروه همسالان امکان داشتن دوست‌های گسترده‌تر و ابراز هیجانات و علایق را در گروه آنان دارد. از نظر فوکو گفتمان‌ها از منظر نظام‌های اندیشه قلمرو/سلطه-های دانشی و روابط قدرتمند تعریف می‌شود. نظام‌هایی که نه تنها مجموعه‌ای از مناسبات را سبب می‌شوند بلکه به آن‌ها هویت و کارکردی مشخص می‌بخشند (کیا و مبلغی، ۱۳۹۷). از طریق این ارتباطات زبانی و ذهنی نزدیک آنان ارزش‌های مشترکی را در بین خود پیدا می‌کنند که یکی از آن‌ها علایقشان در زمینه فضای مجازی است که به موجب آن نوجوانان

سلبریتی‌هایی که الگوی خود قرار داده‌اند را به همدیگر معرفی می‌کنند. این مسئله منجر به پررنگ‌تر شدن نقش همسالان تحت عنوان عوامل اجتماعی در تأثیر بر هویت‌یابی آنان از طریق زبان، علایق و ارزش‌های مشترک می‌شود. رشد اجتماعی در مرحله نوجوانی - مانند دوران کودکی - دارای خصایص اساسی است یکی از ویژگی‌های بارز روند نوجوانی، اجتماعی شدن است. نوجوان مراحل مختلفی را طی می‌کند تا به اجتماعی شدن دست یابد. روابط با دوستان هم جنس قوی می‌شود که این آغاز شکل‌گیری هویت اجتماعی است. دوست‌یابی و همانندسازی با دوستان موجب شکل‌گیری مناسبات اجتماعی و کشف هویت اجتماعی است. ارتباط و همانندسازی با بزرگسالان تا حدی برای او مشکل است زیرا در این روابط نمی‌توانند استقلال عمل خود را بروز دهند (علائی و فکری خواجه، ۱۴۰۳).

درون‌مایه اصلی چهارم شامل «استحاله ذهنی» می‌باشد. نتایج این بخش از پژوهش با نتایج حاصل از پژوهش وینبرگ و گولد (۱۹۹۹)، سعادتی (۱۴۰۲)، بخش‌هایی از پژوهش عسگری (۱۳۹۸) همسو می‌باشد. فضای مجازی نقش مهمی در آموزش کودکان و نوجوانان دارد؛ اما نباید تمام اطلاعات فضای مجازی در اختیار آن‌ها قرار بگیرد چون جمعیت آسیب‌پذیر جامعه را تشکیل می‌دهند و در مراحل مختلف رشد و تکامل هستند. فضای مجازی پیامدهای مثبتی همچون: خودباوری، خلاقیت، پیشرفت و پیامدهای منفی همچون: افسردگی، اضطراب و اختلال در شکل‌گیری هویت را به همراه دارد (سعادتی، ۱۴۰۲). از جمله پیامدهای منفی فضای سایبری از ابعاد گوناگون، می‌توان به آسیب‌های روانی و شخصیتی، آسیب‌های خانواده، و آسیب‌های اخلاقی و فرهنگی اشاره کرد؛ بنابراین، هدایت و نظارت والدین در کنار شناخت و آگاهی از آسیب‌های پیش‌روی فضای مجازی، می‌تواند از بهترین راهکارها در جهت رفع آسیب‌های فضای مجازی باشد (عسگری، ۱۳۹۸).

الگوگیری از سلبریتی‌ها در فضای مجازی عوامل متعددی از تجربیات، ارزش‌ها و انتخاب‌ها را در مقابل نوجوان قرار می‌دهد و او در میان این عوامل با اثرهایی مواجه می‌شود و عوامل ذهنی و شخصیتی وی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. نوجوانان با قرار گرفتن در معرض ظاهر و حالات درونی سلبریتی‌ها امکان دارد با تأثیراتی مانند درگیری فکری و روحی در زمینه انتخاب‌های مهم زندگی خود، کاهش اعتماد به نفس در مقایسه

میزان موفقیت و شرایط زندگی خود با آنان، میل به تغییر ظاهر، ایجاد یا تغییر روابط مشابه و... مواجه شوند. در این فضا، نوجوان تصویرهایی غلط از واقعیات برای خود ساخته یا نسبت به ارزش‌ها و انتخاب‌های خود دچار شک شود که بر امید به زندگی و فاعلیت فرد لطمه وارد می‌سازد. برخی از سلبریتی‌ها که فاقد هنر و تخصص هستند و صرفاً به خاطر هنجارشکنی‌ها و یا نمایش زندگی لوکس خود معروف شده‌اند را می‌توان از دسته افرادی دانست که تأثیر منفی و مخربشان امروزه مشکلات زیادی را گریبان‌گیر زندگی ساده و واقعی دنبال‌کنندگان آن‌ها کرده است. دنبال‌کنندگان جوان و بی‌تجربه‌ای که تنها به ظاهر زندگی این سلبریتی‌ها توجه می‌کنند و بی‌خبر از فضای واقعی، زمانی که دست به مقایسه زندگی واقعی خود با زندگی تزئین شده و مجازی آنان می‌زنند، نتیجه‌ای جز عقب‌ماندگی خود پیدا نمی‌کنند و مدام خودشان را سرزنش می‌کنند (حیدری صومعه و قنبری، ۱۴۰۲). همچنین، موارد ذکر شده تا حد زیادی نوجوان را از لحاظ ذهنی درگیر خود می‌سازند؛ چرا که نوجوان در پی انتخاب‌های مهم زندگی خود در پایه‌ریزی یک «خود» منسجم است. در فضای سایبر بیش از آنکه هویت ظاهر فرد مطرح شود، درون‌مایه‌های افراد بروز می‌کند و هر کس درصدد بیان اندیشه‌ها و علاقه‌مندی‌های خویش است. مطرح نشدن هویت شخصی و مشخصات فردی در اینترنت، موجب تقویت شخصیت‌های چندگانه و رشد و استحکام آن می‌شود. جوانان در این محیط، از آسیب‌پذیری بیشتری برخوردارند و به‌ویژه در دورانی که هویت آنان شکل می‌گیرد، این خطر پررنگ‌تر می‌شود. با امکانات و گزینه‌های فراوانی که رسانه‌های عمومی از جمله اینترنت در اختیار جوانان می‌گذارد، آنان همواره با محرک‌های جدید و انواع مختلف رفتار آشنا می‌شوند. چنین فضایی، هویت نامشخص و پیوسته متحولی را می‌آفریند (کبری، ۱۳۹۰، ص. ۱۶).

درون‌مایه اصلی پنجم «گسستگی ارزشی و هنجاری» می‌باشد. نتایج این بخش از پژوهش با بخشی از یافته‌های مطالعه محمدی جلالی فراهانی؛ میرمحمدتبار و علی‌پور (۱۴۰۲)؛ غلامی (۱۴۰۰)؛ ربیعی و محمدزاده (۱۳۹۲) همسو می‌باشد. نتایج مصاحبه‌های با نوجوانان حکایت از این داشت که حدود ۶ مشکل اساسی حوزه مذهبی وجود دارد که در قالب مفاهیم قرار گرفتند. تردیدهای دینی و مذهبی، کم‌رنگ شدن عقاید دینی، کم‌حجابی،

بی‌حجابی، نماز نخواندن، روزه نگرفتن از جمله آسیب‌های مورد اشاره بوده است که در قالب دو مضمون پایه مشکلات اعتقادی و مناسکی دسته‌بندی شدند (محمدی جلالی فراهانی؛ میرمحمدتبار و علی‌پور، ۱۴۰۲). وسعت عمل و انعطاف‌پذیری بی‌حد فضای مجازی گاهی منجر به تغییرات اساسی در ارکان جامعه شده است چراکه آشنایی با دیگر جوامع خواسته یا ناخواسته هنجارهای جدید به ارمغان می‌آورد تا آنجا که هنجارها و ارزش‌های جامعه خودی در آن محدوده کمرنگ می‌گردد، افرادی که مدام در این شبکه‌ها سرگردان است، دیگر وقتی برای انجام مسئولیت‌های اجتماعی خود باقی نمی‌گذارد (غلامی، ۱۴۰۰).

در صورت شکل‌گیری هویت ناپایدار در نوجوان و عدم وجود لایه‌های عمیق و بنیادین در اندوخته‌های فکری و ارزش‌های فردی و اجتماعی آنان، در برخورد با افراد هنجارشکن و یا مخالف ارزش‌های دینی و فرهنگی کشور، با او همسو و هم‌جهت شده و دچار تزلزل هویتی و تغییر شخصیتی می‌شود. الگوگیری اجتماعی از سلبریتی‌ها می‌تواند ارزش‌های مذهبی فرد را دچار تحول سازد. این تحول برای نوجوانان هم شامل گرایش به عقاید جدید و هم متزلزل شدن باورهاست. دین از مؤلفه‌های مهم در شکل‌گیری هویت نوجوان در این سنین حساس می‌باشد که او می‌خواهد گرایش‌های خود را شفاف سازد و به پیروی از آن‌ها بپردازد. از طرفی، هنجارهای اجتماعی نیز از نقش پررنگی در هویت‌یابی نوجوان محسوب می‌شوند. ارزش‌های اجتماعی توسط خانواده، گروه همسالان و غیره در زمینه‌های متعددی مانند الگوهای رفتاری، ارزش‌ها، عقاید و رسومات به نوجوان منتقل می‌شود. از آنجایی که در عصر اینترنت هنجار جوامع و افراد دیگر می‌توانند به دست نوجوانان برسند، امکان تغییر، عدول یا انحراف از ارزش‌ها و عقاید از پیش تعیین‌شده در سطح اجتماع برای آنان آسان‌تر می‌نماید؛ مثلاً امکان دارد سلبریتی‌ها ارزش‌ها و قواعد حاکم بر مدرسه یا جامعه را برای نوجوان کمرنگ ساخته و شکست آن‌ها آسان می‌شود. گاه ارزش‌های دینی و اجتماعی جدید با محیط واقعی یا شرایط حاکم بر نوجوان منطبق نیست یا ممکن است طبعاتی برای وی به همراه داشته باشد و او را به سمت نابهنجاری بکشاند. یادگیری از راه مشاهده یکی از نظریه‌هایی است که رفتار الگوهای بینندگان را در بروز رفتارهای نابهنجارانه تبیین می‌کند. الگوهایی که امروزه افراد برای خود برمی‌گزینند

و از رفتارهای آن‌ها پیروی می‌کنند الگوهایی هستند که رفتار آن‌ها با ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی انطباق ندارد (مشایخ و حاجی‌زاده، ۱۴۰۲)؛ بنابراین، یکی از کارکردهای منفی فضای مجازی عادی‌سازی هنجارشکنی می‌باشد. انعکاس کجروی‌های اجتماعی در رسانه‌ها در کاهش نفرت از انحرافات و عادی شدن نابهنجاری در جامعه تأثیر بسزایی دارد؛ زیرا فرد ضمن اطلاع از نقض هنجارها توسط رسانه‌ها، درمی‌یابد که هنجارهای اجتماعی که به نظر وی غیرقابل تخطی بودند، قابل شکستن و تخلف هستند؛ بنابراین انگیزه ارتکاب جرم در فرد تقویت می‌شود (حبیب‌زاده و دیگران، ۱۳۸۸).

درون‌مایه اصلی ششم شامل «عدم احساس تعلق ملی» است. نتایج این پژوهش تا حدودی با یافته‌های پژوهش زادق‌آبادی؛ عبدالمهی و شکیبایبار (۱۳۹۹)؛ فیلی؛ سلیمی و شریف (۱۳۹۸)؛ قربانی؛ علیرمضانی و دارابی (۱۳۹۸) همسو می‌باشد. شکل‌گیری هویت نوجوانان و جوانان بر مبنای تعاملات انسانی است که با وجود این شبکه‌ها تحت تأثیر قرار گرفته و باعث به‌وجود آمدن هویت جدیدی در آنان شده است که ویژگی بارز آن ناپایداری، چند لایه بودن و پراکندگی است؛ مهم‌ترین نتیجه آن تهی شدن از هویت واقعی انسان بر پایه نژاد و قومیت و زبان و... و جایگزین کردن آن با عناصر غیرواقعی است که همین باعث بحران هویتی در نوجوانان و جوانان خواهد شد (فیلی؛ سلیمی و شریف، ۱۳۹۸).

در زمینه هویت‌یابی در سنین نوجوانانی که غالباً از طریق الگوگیری انجام می‌گیرد نوجوانان از طریق تصاویری که سلبریتی‌ها در فضای مجازی به نمایش می‌گذارند، نوجوان را به سمت‌وسوی دور شدن از ملیت و فرهنگ‌های غالب آن (عدم حس تعلق ملی، زبان، نژاد و...) می‌کشانند. هنگامی که نوجوانان از سلبریتی‌ها در فضای مجازی الگوبرداری می‌کنند، مرزهای همسانی افراد جامعه باز شده و امکان آشنایی با دیگر ملیت‌ها و بالطبع فرهنگ‌ها باز می‌شود. پررنگ شدن این الگوبرداری موجب می‌شود که دیگر ملیت‌ها برای فرد در رأس توجه قرار گیرند و نوجوان با خیال‌پردازی به تعلق داشتن به ملیت‌های دیگر مشغول شود. رد شدن از مرزها در فضای مجازی، با وجود فرصت‌هایی که در اختیار فعالان اقتصادی و دانشجویان و دیگر مشاغل و صنوف قرار داده؛ اما یکی از آسیب‌های جدی آن، تحت‌الشعاع قرارگرفتن هویت‌های ملی کشورها است (قربانی؛ رمضان

و دارایی، ۱۳۹۸). از این طریق آسیب وارد شده به فرد و هویت او از ناحیه عدم تعلق ملی به جامعه هسته‌ای خود صورت می‌گیرد. در نتیجه این امر، نوجوان از فرهنگ خود نیز دور می‌شود و با یک بیگانی و سپس بی‌هویتی فرهنگی مواجه خواهد بود. هویت فرهنگی، حول محورهایی مانند مرز جغرافیایی (سرزمین)، دین و مذهب، باورها و سنن فرهنگی و زبان مشترک تعریف می‌شود (وکیل‌ها، ۱۳۹۲). استفاده نوجوانان به صورت افراطی از فضای و حضور طولانی در فضای مجازی، به فرهنگ‌پذیری اشتباه و جامعه‌پذیری ناقص منجر می‌شود (زادق‌آبادی، عبدالمهی و شکیبایبار، ۱۳۹۹).

درون‌مایه اصلی هفتم «ساختار شکنی خانوادگی» می‌باشد. نتایج این بخش از پژوهش تا حدودی همسو با نتایج حاصل از پژوهش رای و جات^{۱۱} (۲۰۱۰)، تکروستا و همکاران (۱۴۰۳)، محربی؛ هاشمیان‌فر و حجازی (۱۴۰۲)، حسنی و مؤمنی (۱۳۹۵) می‌باشد. میزان استفاده از فضای مجازی بر هویت و ارزش‌های خانوادگی تأثیرگذار است به طوری که می‌تواند به میزان ۰/۳۱۳- کاهش هویت و ارزش‌های خانواده را در برداشته باشد (محرابی؛ هاشمیان و حجازی‌فر، ۱۴۰۲). شبکه‌های اجتماعی دسترسی‌پذیری بالایی دارد و موجب کاهش ارتباط رودررویی و فیزیکی انسان‌ها شده است. کاربران شبکه‌های اجتماعی کمتر با اعضاء خانواده خود صحبت می‌کنند و هنگامی که کنار خانواده خود هستند، کارها و فعالیت‌های شخصی خود را از طریق فضای مجازی پیگیری می‌کنند (حسنی و مؤمنی، ۱۳۹۵). خانواده و نقش‌های آن تحت تأثیر الگوبرداری اجتماعی از سلبریتی‌ها منجر به دگرگونی‌هایی شده که ممکن است منجر به تغییراتی در ساختار بنیادین آن در نزد نوجوانان شود و آنان هویت خانوادگی خود را بر مبنایی متفاوت‌تر از گذشته پایه‌ریزی کنند. نوجوانان در اثر الگوبرداری از مشاهده‌های خود در فضای مجازی از طریق سلبریتی‌ها تعریف خود را از ساختار و نقش‌های خانواده دستخوش تغییر ساخته‌اند. در زمان حاضر، نوجوانان هویت خود را بر اساس کارکردهای سنتی‌تر خانواده‌ها پایه‌ریزی نمی‌کنند بلکه با فاصله گرفتن از آن‌ها در حال تکوین ارتباطات جدیدتری با آن‌ها هستند. این امر، منجر به تضعیف شدن ارتباطات بین‌فردی و دور هم بودن‌های افراد خانواده

به دلیل استفاده مداوم از اینترنت شده است و همچنین میزان عاطفه، همدلی و مراقبت در نوجوانان نسبت به خانواده کاهش یافت است. گیدنز توجه شایانی به رابطه میان امر بیرونی و امر درونی می‌کند، به خصوص از جهت تأثیری که این رابطه بر روابط شخصی و ماهیت هویت شخصی می‌گذارد. «وی معتقد است که روابط انسانی - از جمله روابط صمیمانه میان انسان‌ها که نقش مهمی در تکوین هویت انسانی ایفا می‌کنند - در دنیای نوین دچار دگرگونی شده‌اند». دیدگاه گیدنز این است که روابط شخصی به طور فزاینده‌ای از قیدوبندهایی که بیرون از خود این روابط هستند آزاد می‌شوند؛ برای مثال، هر قدر اقتصاد سرمایه‌داری، رسانه‌ها، نهادهای رسمی آموزشی و سایر نظام‌های انتزاعی، تعهد افراد را بیشتر به سوی خود جلب می‌کنند، ماهیت اجباری حقوق و وظایفی که اعضاء خانواده سنتی را به هم می‌پیوست بیشتر تضعیف می‌شود (کسل، ۱۳۸۳). می‌توان گفت، توجه و ذهنیت نوجوان به سمت ارتباطات در دنیای مجازی بر اساس الگوهای ارائه‌دهنده توسط سلبریتی کشانده شده است. یکی دیگر از این الگوهای ارتباطی به جز دوستان مجازی یا گروه مورد علاقه از افراد معروف جایگزین کردن ارتباط با حیوانات خانگی در مقابل ارتباط انسانی خانواده می‌باشد. که تا حدودی زیادی معنای ارتباطات والد-فرزندی و ارتباط با خواهر و برادرها را تحت لوای خود در آورده است و ارزش‌های خانوادگی را به سمت سست شدن کشانده است. اینترنت موجب شده ساختار جدیدی در خانواده‌های ایرانی در حال تکوین باشد. در این خصوص، آنچه در خانواده‌های ایرانی مشاهده می‌گردد، این است که حضور این رسانه ارتباطات خانوادگی را دستخوش تغییر کرده است. همچنین، امکاناتی و ارتباطات متنوع موجب شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌هایی در بین جامعه جوانان شده است (برون، ۱۳۹۶).

عوامل محوری یادشده در پژوهش دارای ارتباطی حلقوی می‌باشند که هر یک عامل دیگری یا پیامدی نشئت گرفته از آن می‌باشد. به گونه‌ای که ایفای نقش خانواده در جایگاه درست خود و به‌کارگیری شیوه مناسب یعنی سبک فرزندپروری مقتدرانه در ارتباط با نوجوانان در برطرف‌سازی نیازهای روان‌شناختی فرد تأثیرگذار است که این نیازها شامل (ارضا نیاز به تأیید، دلبستگی ایمن، ایجاد حس مقبولیت از طرف دیگران، پیوند عاطفی با والدین و... می‌باشد. ادامه این مسیر در شکل‌گیری حالات روحی و خلقی پایدار

در نوجوانان و تفکر استدلالی در آنان مؤثر بوده و سبب شکل‌گیری عادات رشددهنده و مثبت می‌شود. نوجوانی که این سیر دنباله‌دار را با نقش‌آفرینی خانواده به‌درستی طی کند در الگوگیری‌های مشاهده و تقلید و آزمایش دچار خطا در انتخاب نمی‌شود هر چند عوامل محیطی دیگری هستند که در شکل‌گیری هویت فردی و اجتماعی مؤثر بوده و مسیر شایستگی‌های انسان را متمایز می‌کند که حائز توجه هستند.

پژوهش حاضر نیز مانند سایر پژوهش‌ها از محدودیت‌هایی برخوردار است. یکی از محدودیت‌های این پژوهش دسترسی محدود به مدارس پسرانه و عدم جامعیت نمونه پژوهشی از نظر جنسیت می‌باشد؛ بنابراین توصیه می‌شود برای ارائه نتایج بهتر و بالا بردن پایایی پژوهش از هر دو جنسیت استفاده شده و جامعه هدف وسیع‌تر باشد. پژوهش حاضر نشان داد، الگوبرداری اجتماعی از سلبریتی‌ها تأثیرات مثبت و منفی قابل‌توجهی را در هویت‌یابی نوجوانان ایفا می‌کند؛ بنابراین توصیه می‌شود خدمات آگاهی‌رسانی به نوجوانان در خصوص اهمیت به چالش‌کشاندن دلیل انتخاب برخی الگوهای ارائه شده به‌صورت جدی‌تر مورد توجه واقع شود. به این منظور، در این زمینه براساس یافته‌های پژوهش حاضر، برنامه‌های مداخله‌ای آموزشی و درمانی در مراکز مشاوره، مدارس و مؤسسه‌های مرتبط برای خانواده‌ها، معلمان، مدیران و معاونان در آموزش نحوه رفتار خود با نوجوان و آگاهی‌بخشی نوجوانان و همچنین برای خود نوجوانان به شکل مستقیم تدوین گردد.

منابع

- اجتهادی، مصطفی و کاشفی‌نیا، وحید (۱۳۹۸). بررسی جامعه‌شناختی مخاطبان فرهنگ سلبریتی در اینستاگرام فارسی. *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، ۵(۲۰)، ۱۴۸-۱۱۳.
- احمدی، سیداحمد (۱۳۸۵). تأثیر آموزش گروهی به روش واقعیت‌درمانی بر بحران هویت دانشجویان. *مجله تازه‌ها و پژوهش‌های مشاوره*، شماره ۳ و ۴، صص ۲۷-۴۱.
- اکبری، ابوالقاسم و اکبری، مینا (۱۳۹۰). *آسیب‌شناسی اجتماعی*. تهران: انتشارات رشد و توسعه.
- برک، لورا، ای (۱۳۸۳). *روان‌شناسی رشد: از نوجوانی تا پایان زندگی*. ترجمه یحیی

سیدمحمدی. تهران: ارسباران.

برون، مهرداد (۱۳۹۸). فضای مجازی و آسیب آن در نظام خانواده. *نشریه بین‌المللی میان‌رشته‌ای*. Pure Life، ۶(۲۰)، ۷۹-۱۰۷.

ترابی، محمد و میرسالاری، سیدایمان (۱۴۰۱). بررسی تأثیرگذاری سلبریتی‌ها بر مسائل سیاسی و اجتماعی. *فصلنامه دانشنامه علوم سیاسی*، ۳(۹)، ۱-۱۷.

تکروستا، امیرحسین؛ ربانی، مهدی؛ روشناس، علیرضا و حیدری، امیرمهدی (۱۴۰۳). نقش شبکه‌های اجتماعی در هویت کودکان. *نوجوانان و جوانان، اولین کنفرانس بین‌المللی روان‌شناسی، علوم تربیتی، مدیریت و علوم اجتماعی*، تبریز.

<https://civilica.com/doc/2054195>

حبیب‌زاده ملکی، اصحاب و قاسمی، محمد (۱۳۸۸). رابطه بین استفاده از رسانه‌های صوتی-

تصویری و بزهکاری نوجوانان. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۱۶(۲)، پیاپی ۵۸، ۹۵-۱۲۸.

حسینی، فاطمه‌سادات و مؤمنی، فرشته (۱۳۹۵). بررسی رابطه عملکرد خانواده با استفاده از شبکه‌های اجتماعی در دانش‌آموزان دبیرستانی. *پژوهش‌های کاربردی روان‌شناختی*، ۷(۲)، ۱۶۵-۱۵۳.

حسینی، فریده‌سادات و الماسی، آمنه (۱۳۹۴). بررسی نقش عزت نفس و احساس تنهایی در اعتیاد به فیسبوک در دانشجویان. *فرهنگ در دانشگاه اسلامی*، ۵(۳)، پیاپی ۱۳، ۴۰۶-۳۸۶. حقانی زمیدانی، مجتبی؛ حق‌پرست، سیده‌لیلا؛ اسمعیلی، معصومه و عظیمی، علی (۱۴۰۲). شکل‌گیری هویت و الگوبرداری از افراد شاخص در نوجوانان دختر: یک مطالعه پدیدارشناختی. *فصلنامه فرهنگی- تربیتی زنان و خانواده*، ۱۹(۶۶)، ۲۲۵-۲۰۷.

حیدری صومعه، آرین و قنبری، عباس (۱۴۰۲). نقش تأثیرگذار سلبریتی در هدایت افکار عمومی جامعه در فضای مجازی. *ششمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، علوم انسانی و رفتاری در ایران و جهان اسلام*، تهران. <https://civilica.com/doc/1696257>.

ربیعی، علی و محمدزاده، فرشته (۱۳۹۲). آسیب‌شناسی فضای مجازی؛ بررسی تأثیر استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی دانشجویان، <https://civilica.com/doc/1801058>.

رضوی‌زاده، سیدنورالدین و عبدالملکی، پروانه (۱۳۹۹). نقش عوامل روان‌شناختی در گرایش دانشجویان به فضای مجازی. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۶(۲۳)، ۹۱-۱۱۴.

زادق‌آبادی، طاهره؛ عبد‌الهی، داود و شکیباتبار، لایلا (۱۳۹۹). نقش منفی اینترنت و فضای مجازی در آسیب‌هایی مسائل فرهنگی و اعتقادی و اجتماعی، سومین کنفرانس بین‌المللی روان‌شناسی، علوم تربیتی، علوم اجتماعی و علوم انسانی.

<https://civilica.com/doc/1163146>

سعادت، آرزو (۱۴۰۲). تأثیر فضای مجازی بر سلامت روان کودکان و نوجوانان. سومین همایش ملی روان‌شناسی بالینی کودک و نوجوان، اردبیل.

<https://civilica.com/doc/1988926>

سعیدی‌پور، اسماعیل (۱۳۹۵). اثرات رسانه‌ها با تأکید بر اینترنت بر هویت نوجوانان. فصلنامه جامعه، فرهنگ، رسانه، ۴(۱۶)، ۸۱-۹۸.

صفری شالی رضا و عبدمولایی، آتیه (۱۳۹۵). تأثیر عوامل اجتماعی شدن بر هویت نوجوانان (همسالان، مدرسه و رسانه). فصلنامه علمی- پژوهشی خانواده و پژوهش، ۱۲(۲)، ۱۱۷-۱۳۶.

عسگری، عشرت (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی فضای مجازی در تعلیم و تربیت کودکان و نوجوانان. همایش ملی روان‌شناسی، تعلیم و تربیت و سبک زندگی.

<https://civilica.com/doc/1020777/certificate/print>

علائی، رقیه و فکری خواهی، فهیمه (۱۴۰۲). رشد اجتماعی جوانان و نوجوانان و نقش رسانه‌ها بر آن با تأکید بر برنامه‌های ماهواره. مطالعات روان‌شناسی و علوم تربیتی، ۱۹(۱)، ۲۴۶-۲۵۷.

غلامی، مریم (۱۴۰۰). آسیب‌های اجتماعی فضای مجازی و راهکارهای تربیت دینی از منظر اخلاق اسلامی، همایش ملی تربیت در زیست بوم جدید، تهران.

<https://civilica.com/doc/1435770>

فتاحی، مجید و طالبی، فرزاد (۱۳۹۷). تأثیر سلبریتی‌ها بر رفتار خرید مصرف‌کننده (مطالعه مروری). کنفرانس ملی اندیشه‌های نوین و خلاق در مدیریت، حسابداری، مطالعات

<https://www.sid.ir/paper/898384/fa>. حقوقی و اجتماعی.

فیلی، علیرضا؛ سلیمی، سعید و شریف، سیدایمان (۱۳۹۸). بررسی اثرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی نوجوانان و جوانان. سومین همایش ملی

<https://civilica.com/doc/1020822> روان‌شناسی، تعلیم و تربیت و سبک زندگی، قزوین.

- قربانی، محمدمهدی؛ علی‌رضانی، احمد و دارابی، معصومه (۱۳۹۸). شناسایی و تبیین آسیب‌های فرهنگی فضای مجازی، *دوفصلنامه مطالعات اسلامی آسیب‌های اجتماعی*، ۲(۲)، ۱۱۰-۸۳.
- کری، اُ، فریس؛ درینس، الیویر و روجک، کریس (۱۴۰۱). *جامعه‌شناسی سلبریتی (دیدگاه‌ها و نقدها)*. ترجمه فردین علیخواه. تهران: گل آذین.
- کسل. فیلیپ (۱۳۸۳)، *چکیده آثار آنتونی گیدنز*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: ققنوس.
- کشاوری، مصطفی و میرزائی، فاطمه. (۱۳۹۹). بلوغ و بحران هویت در دوران نوجوانی و نقش آن در دوست‌یابی. *فصلنامه روان‌شناسی و علوم رفتاری ایران*، ۵(۲۲)، ۱۴۲-۱۳۲.
- کوچ‌کزایی، مصطفی؛ فیضیان، مجیدرضا و شاه‌آبادی، محمدحسین (۱۳۹۷). بررسی سلبریتی‌سازی در رسانه و بحران هویت نوجوان در جامعه. *جامعه، فرهنگ، رسانه*، ۷(۲۹)، ۱۲۱-۱۰۳.
- لطف‌آبادی، حسین (۱۳۸۵). *روان‌شناسی رشد: نوجوانی، جوانی و بزرگسالی*. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- محرابی، زهرا؛ هاشمیان‌فر، سیدعلی و حجازی، سیدناصر (۱۴۰۲). فراتحلیل تأثیر میزان و نوع استفاده از فضای مجازی بر هویت و ارزش‌های خانواده. *پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی*، ۱۳(۵۱)، ۶۰-۴۷.
- محمدی‌کیا، طیبه و مبلغی، عبدالمجید (۱۳۹۷). *گفتمان به‌مثابه روش‌شناسی کارآمد در مطالعات روابط بین‌الملل*. *فصلنامه تخصصی علوم سیاسی*، ۴۳، ۵۳-۳۱.
- محمدی، سهیلا (۱۴۰۱). بررسی تأثیر اخلاق در کنترل بحران‌های دوره نوجوانی و آسیب‌های احتمالی ناشی از آن. *پنجمین همایش بین‌المللی روان‌شناسی، علوم تربیتی و مطالعات اجتماعی*، همدان، <https://civilica.com/doc/1647192>.
- مشایخ، فرحناز و حاجی‌زاده، هانیه (۱۴۰۲). فرصت‌ها و آسیب‌های فضای مجازی. *فصلنامه انگاره‌های نو در تحقیقات آموزشی*، ۲(۲)، ۱۱۳-۹۱.
- میرمحمدتبار، سیداحمد؛ محمدی جلالی فراهانی، مجتبی و عدلی‌پور، صمد (۱۴۰۲). مطالعه کیفی آسیب‌های فضای مجازی در دانش‌آموزان شهر اراک. *دوفصلنامه علوم اجتماعی*

- دانشگاه فردوسی مشهد، ۹(۲)، <https://doi.org/10.22067/social.2024.86823.1480>.
- نوری، هما و اصغری، ملیحه (۱۴۰۲). رابطه بین تأثیر فضای مجازی و عزت نفس در بین جوانان شهرستان بیرجند. *اولین کنفرانس بین‌المللی روان‌شناسی، علوم اجتماعی، علوم تربیتی و فلسفه*، بابل، <https://civilica.com/doc/1698234>.
- نوری‌راد، فاطمه و خانیکی، هادی (۱۴۰۰). مطالعه رابطه نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک‌های هویتی نوجوانان. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۷(۲۷)، ۳۹-۷۶.
- وکیلها، سمیرا (۱۳۹۲). تأثیر فضای مجازی بر عرصه هویت فرهنگی. *مطالعات جامعه‌شناختی ایران*، ۳(۹)، ۶۳-۷۵.
- هوتی، زهرا؛ ملازهی، امین و دامنی، حسین (۱۴۰۲). تأثیر فضای مجازی بر یادگیری و عزت نفس بر دانش‌آموزان. *دومین کنگره علمی دانشجویان روان‌شناسی، علوم تربیتی و مشاوره*، تهران، <https://civilica.com/doc/1939769>.
- هوشمند، محسن؛ آدمیان، مرضیه و شربتیان، محمدحسن (۱۴۰۲). مطالعه جامعه‌شناختی میزان وابستگی به اینترنت ناشی از ارتباط با همسالان (مورد مطالعه دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوم نواحی ۲ و ۳ آموزش و پرورش شهر مشهد). *سامانه مدیریت نشریات علمی*، ۱۶(۵۹)، ۱۰۷-۱۷۲.
- Bandura, Albert (1963). *Social learning and personality development*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Branje, S., De Moor, E. L., Spitzer, J., & Becht, A. I. (2021). Dynamics of identity development in adolescence: A decade in review. *Journal of Research on Adolescence*, 31(4), 908-927.
- Brassai, L. Piko, B. F. & Steger, M. F. (2012). Existential attitudes and Eastern European adolescents' problem and health behaviors: Highlighting the role of the search for meaning in life. *The Psychological Record*, 62(4), 719-734.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. Berlin: Springer Science & Business Media. <https://doi.org/10.1007/978-1-4899-2271-7>.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2014). Autonomy and need satisfaction in close relationships: Relationships motivation theory, 53-73. In: Weinstein, N. (Eds) *Human motivation and interpersonal relationships*. Springer, Dordrecht.
- Deci, E. L., & Vansteenkiste, M. (2004). Self-determination theory and basic need satisfaction: Understanding human development in positive psychology. *Ricerche di Psicologia*, 27(1), 23-40.
- Hamborger, Y. A., & Artzi, B. E. (2000). The relationship between extraversion and

- neuroticism and different uses of the internet. *Computer in human behavior*, 16, 441-449
- Hoffner, C. A., & Bond, B. J. (2022). Parasocial relationships, social media, & well-being. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101306.
- Kim, M. S. (2022). The Effects of Social Media On Identity Construction In Adolescents.
- Kim, S. S. Choe, J. Y. J. & Petrick, J. F. (2018). The effect of celebrity on brand awareness, perceived quality, brand image, brand loyalty, and destination attachment to a literary festival. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 320-329.
- Konaszewski, K., Kolemba, M. & Niesiołędzka, M. Resilience. (2021). sense of coherence and self-efficacy as predictors of stress coping style among university students. *Curr Psychol* 40, 4052–4062.
- Lee, B. W. (2019). *Development of The Existential and Humanistic Life and Death Education Program*
- Nayar Pramod k (2009) seeing stars: spectacle, society and celebrity culture. SAGE publications india.
- Pérez-Torres, V. (2024). Social media: a digital social mirror for identity development during adolescence. *Current Psychology*, 1-11.
- Ray, M., & Jat, K,R. (2010). Effect of electronic media on children. 47(7), 8-561.
- Seo Kim, M. (2022). The effects of social media on identity construction in adolescents. *International Journal of social relevance & concern*. 10(9), 11-15.
- Saaida, M. B. (2023). The role of culture and identity in international relations. *East African Journal of Education and Social Sciences*, 4(1), 49-57.
- Sternheimer, Karen. (2011). *Celebrity Culture and the American Dream: Stardom and Social Mobility*. New York, Routledge
- Subrahmanyam, K. (2010). *Technology and phsycal and social health*. Oxford: Elsvier
- Sussman, S., Dent, C. W., McAdams, L. A., Stacy, A. W., Burton, D., & Flay, B. R. (1994). Group self-identification and adolescent cigarette smoking: a 1-year prospective study. *Journal of Abnormal Psychology*, 103(3), 576.
- Turner, J. , & Helms, D. (1987). *Life Span Developmental Psychology*. New York: Holt Rinehart & Winston.