

بررسی تأثیر شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری و تغییر هویت اجتماعی نوجوانان (مطالعه موردی: نوجوانان ۱۵-۱۹ ساله شهرستان اسلام‌آبادغرب)

میلاذ محمدی ۱* و مریم جلیلیان ۲

۱- کارشناسی ارشد، گروه جامعه‌شناسی، واحد اسلام‌آبادغرب، دانشگاه آزاد اسلامی، اسلام‌آبادغرب، ایران، ایمیل:

miladmohamadi616@gmail.com

۲- کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی، دانشگاه رازی کرمانشاه، کرمانشاه، ایران، ایمیل: mjalilian6872.mj@gmail.com

چکیده

با توجه به نقش و اهمیت روزافزون اینترنت در زندگی اجتماعی افراد و گسترش استفاده از شبکه‌های اجتماعی بین نوجوانان، پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری و بازتعریف هویت اجتماعی نوجوانان شهرستان اسلام‌آبادغرب بر اساس متغیرهای جنسیت، محل سکونت، پیوند اجتماعی و تعلق اجتماعی انجام گرفت. در این پژوهش از روش تحقیق پیمایشی استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر، تمامی نوجوانان ۱۵-۱۹ ساله شهرستان اسلام‌آبادغرب به تعداد ۵۹۴۶ نفر بود که با استفاده از فرمول کوکران، تعداد نمونه ۳۶۱ نفر تعیین شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد و روش انتخاب نمونه به صورت انتخاب نمونه در دسترس (توزیع پرسشنامه بین دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوم شهرستان) انجام گرفت. نتایج حاصل از پژوهش نشان‌دهنده وجود رابطه معنادار بین میزان استفاده نوجوانان از اینستاگرام و هویت اجتماعی آنها است.

واژه‌های کلیدی: شبکه اجتماعی، اینستاگرام، هویت اجتماعی، دانش‌آموزان، اسلام‌آبادغرب

مقدمه و بیان مسئله

اینترنت یکی از ابزارهای ارتباطی مهمی است که توانسته زندگی روزمره افراد را متحول کند و در خلق هویت و فرهنگ نوین نقش بسزایی ایفا کند. اینترنت، مردم سراسر جهان را با فرهنگها، هویتها و سبکهای گوناگون زندگی، به یک جامعه عظیم جهانی که در آن دیواری وجود ندارد پیوند می‌دهد. اینترنت یک ابزار ارتباطی و اطلاعاتی است که به واسطه آن افراد متخصص و غیرمتخصص در حوزه‌های گوناگون حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای به مبادله با یکدیگر می‌پردازند. تمایل بشر به اجتماعی بودن و اجتماعی زندگی کردن، او را بر آن داشته است تا محیط اینترنت را به یک جامعه مجازی تبدیل کند. این مهم اکنون با توسعه محیط مجازی در قالب وب معناگرا و ایجاد رابطه تعاملی در ساختار شبکه‌های اجتماعی مجازی ظهور کرده است (بینام، ۱۳۹۱: ۴۹۱).

شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر جایگاه قابل توجهی در اینترنت پیدا کرده‌اند و به رده پربیننده‌ترین‌های فضای مجازی راه یافته‌اند. گرایش به شبکه‌های اجتماعی در سراسر دنیا هم‌چنان روبه‌رشد است. شبکه‌های اجتماعی با اینکه عمر خیلی زیادی ندارند اما در زندگی روزمره افراد نقش بسیار پررنگی دارند و بسیاری از کاربران روزانه حداقل یک‌بار به صفحه شخصی خود در شبکه‌ای که در آن عضو هستند سر می‌زنند. شبکه‌های اجتماعی کاربری‌های متفاوتی دارند؛ شبکه‌های اجتماعی خاص، کاربران محدودی دارند ولی شبکه‌های اجتماعی عمومی کاربران بسیاری زیادی دارند و کاربری‌های متنوعی را نیز در اختیار کاربران قرار می‌دهند که این امر موجب جذب مخاطب و استفاده زیاد او از سایت می‌شود. استقبال از شبکه‌های اجتماعی از آن رو است که کاربران اینترنتی می‌توانند برای بیشتر نیازهای آنلاین خود در این وبسایتها پاسخ مناسب بیابند. در شبکه‌های اجتماعی کاربران می‌توانند پروفایل‌های شخصی برای خودشان بسازند که شامل مشخصات، تصاویر، علاقه‌مندی‌ها و سایر موارد این چنینی است. همچنین کاربران می‌توانند با جستجو در پروفایل‌های کاربران و مشاهده مشخصات آنها با افراد جدید آشنا شوند و فهرست دوستان خود را گسترده‌تر کنند. این‌ها از ابتدایی‌ترین امکانات شبکه‌های اجتماعی هستند؛ این وبسایتها در سال‌های اخیر تلاش کرده‌اند تا گزینه‌های بیشتری در اختیار کاربران خود قرار دهند. امکاناتی شبیه به وبلاگها و میکروبلگها برای نوشتن مطالب کوتاه و یادداشت‌های روزانه و فضایی شبیه به سایت‌های عکس برای قرار دادن تصاویر شخصی، ایجاد فضایی شبیه به چت برای گفتگوهای فوری میان کاربران، قابلیت ساختن اتاق‌های گفتگو و صفحات هواداری شبیه به فروم‌های اینترنتی، از جمله ساده‌ترین این امکانات است (کوهی، ۱۳۹۱: ۵۲).

هویت اجتماعی، سطحی از حیات اجتماعی است که افراد خود را با ضمیر ما متعلق و منتسب می‌دانند و نسبت به آن احساس تعلق، تکلیف و تعهد می‌کنند (سراوان، ۲۰۱۴: ۲۵). هویت اجتماعی عبارت است از اطلاعات فرد از تعلق به گروه اجتماعی خاص و ارزش منتج از این عضویت؛ این هویت در صورتی که ویژگی‌های گروه یا طبقه‌ای که فرد خود را عضوی از آن می‌داند با ویژگی‌های سایر گروه‌ها امکان رقابت داشته باشد شکل مثبت دارد.

هویت اجتماعی نقش بسزایی در رشد نوجوانان دارد و اگر فردی در پشت سرگذشتن این مرحله به ناکامی دچار شود، سلامت روانی و آینده‌اش به خطر می‌افتد. هویت اجتماعی از عوامل فردی و مسائل روانی اثر می‌پذیرد (آلیس و همکاران، ۲۰۱۱: ۱۵). شبکه‌های اجتماعی متناسب با نوع یا موضوع فعالیتشان، امکانات دیگری از قبیل خبرخوان‌های اینترنتی، بازی‌های آنلاین، قابلیت بارگذاری ویدئو و فایل‌های رایانه‌ای و برقراری ارتباط با سایر رسانه‌های شخصی را نیز دارند. به این ترتیب هویت یکی از جنبه‌های مهمی است که از فناوری‌های اطلاعاتی-ارتباطی تأثیر می‌پذیرد. منابع شکل‌دهنده هویت در گذشته از قبل مشخص بود و هویت افراد بیشتر جنبه انتسابی داشت که این امر باعث می‌شد افراد یک جامعه در فرایند هویت‌یابی چندان دستخوش تغییر و دگرگونی نشوند. در گذشته مکان نقش کلیدی‌ای در خلق هویت اجتماعی افراد داشت، چون افراد در محیط‌های کوچک و بسته زندگی می‌کردند و هویت اجتماعی آنها با ارتباط رودررو با اطرافیان در یک محیط ثابت شکل می‌گرفت. افراد کمتر با دنیای خارج ارتباط داشتند و سنت‌های بومی و محلی بخش بزرگی از هویت آنها را شکل می‌داد؛ اما به دنبال مدرنیته و ظهور

فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، نقش مکان در شکل‌دهی به هویت بسیار کمرنگ شد؛ زیرا رسانه‌ها و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی می‌توانند فرد را از مکان خود جدا کنند و به جهان پیوند بزنند. در نتیجه افراد با منابع هویت‌یابی متکثری روبه‌رو هستند و هویت‌یابی شکلی غیرمحملی و جهانی پیدا کرده است. با این حال امروزه، ظهور شکل‌های جدید ارتباط این امکان را فراهم آورده است که ارائه اطلاعات به شیوه انتخابی تری صورت گیرد.

اینستاگرام به‌عنوان شبکه اجتماعی عکس‌محور با اقبال گسترده‌ای در جامعه ایران مواجه شده است. کنش در این فضا تفاوت‌هایی با کنش در زندگی روزمره دارد. این تفاوت‌ها شامل تفاوت در فرهنگ و شکل اشاعه فرهنگی است. در این زمینه مشخص نیست که یک هنجار چگونه به دسته‌ای از خرده‌فرهنگ‌ها تبدیل می‌شود. این موارد به علت نو بودن برای جامعه شناسان ناشناخته و یا حداقل کمتر شناخته شده است (غنی‌زاده، ۱۳۹۸). بنابراین استفاده از اینترنت و به‌طور ویژه شبکه‌های اجتماعی در میان ایرانیان به‌طور قابل‌توجهی افزایش یافته و بررسی‌ها نشان می‌دهد، این روند کماکان ادامه دارد. لازم به ذکر است که ماهیت مکان و فضا در دنیای دیجیتال کاملاً دگرگون شده است و زمان مفهوم مکان‌مند گذشته را ندارد. فرهنگ‌ها در هم ادغام شده‌اند و خلوص مکانی و زمانی دیروز خود را تا حدی از دست داده‌اند؛ بنابراین طبیعی است که هویت در فضای جدید دچار تغییرات شود (کفاشی و فلاحی، ۱۳۹۳).

اینستاگرام به‌عنوان یک شبکه اجتماعی هم‌آگاهی‌دهنده است و هم‌واسطه، که به‌مثابه یک امکان ارتباطی جذاب و فراگیر به‌سرعت جای خود را در عرصه تعاملات اجتماعی باز کرده است و زمینه بروز تغییر در هویت کاربران خود را از طریق آگاهی دادن به افراد و فراهم کردن فضای تعاملی برای کاربران به وجود آورده است. لذا با توجه به اینکه مسئله هویت دچار گسیختگی و دگرگونی عمیقی شده است، در پژوهش پیش رو به بررسی دقیق تأثیر شبکه اجتماعی اینستاگرام بر بازتعریف هویت اجتماعی نوجوانان (۱۵ تا ۱۹ ساله) در شهرستان اسلام‌آباد غرب پرداخته می‌شود.

پیشینه پژوهش

آلکان و مینک (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «رابطه بین استفاده دانش‌آموزان از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای ارتباطات اجتماعی با سواد اطلاعاتی و کامپیوتری آن‌ها» به این نتیجه رسیدند که دانش‌آموزانی که حداقل یک‌بار در هفته از اینترنت برای پیام‌رسانی و مشارکت در شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند نسبت به کسانی که هرگز یا کمتر از یک‌بار در هفته از اینترنت استفاده می‌کردند سواد کامپیوتری بیشتری داشتند و همچنین دختران بیشتر از پسران از فناوری ارتباطات استفاده می‌کردند.

ویگومو (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «اثر شبکه‌های اجتماعی بر روابط بین‌فردی میان نوجوانان: مطالعه موردی منطقه شرق مورنگ» به این نتیجه رسیدند که شبکه‌های اجتماعی بر روابط میان فردی نوجوانان اثر مستقیم گذاشته است. لانگ و همکارانش (۲۰۰۷) در مطالعه خود با عنوان «تأثیر اینترنت بر رشد خود هویتی جوانان»، به تأثیرات اینترنت در شکل‌گیری هویت فردی نوجوانان چینی پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که کاربرد اینترنت نه تنها بر چهار بعد از رشد هویت تأثیر گذاشته است، بلکه شیوه‌های جدیدی از درک صورت‌بندی هویت نیز در میان آنان مشاهده شده است. در این بررسی نشان داده شد که استفاده از اینترنت به‌مثابه روشی برای دریافت تجربیات در محیط سایبرنتیک، فهم‌شده و رشد هویت نیز به‌عنوان میزان تعهد به یک مفهوم معین از خود، درک می‌شود.

یافته‌های پژوهش تیلور (۲۰۱۲) نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترکیب با نفوذ قدرت‌های غربی، حرکتی را به سوی همگن‌سازی جهان آغاز کرده‌اند که این حرکت سبب ایجاد تضاد و ستیز در جهان و حرکت برخی ملت‌ها به سوی شکست و تضعیف هویت ملی و سنت‌هایشان شده است. همچنین وی معتقد است به‌واسطه شبکه‌های اجتماعی مجازی افراد زیادی در سراسر دنیا در تعامل با یکدیگر قرار گرفته‌اند که با فرهنگ و عقاید یکدیگر بیگانه‌اند.

^۲ . cybernetics: نظریه‌ای که مناسبات انسان و ماشین و مناسبات ماشین‌ها با یکدیگر را تبیین می‌کند.

مطالعات بریولمن و همکارانش (۱۹۹۸)، کلایر (۲۰۰۹) و نیز پژوهش لی و دیگران (۲۰۱۰) در خصوص اثرگذاری رسانه بر شکل‌گیری هویت نشان داد که تأثیر رسانه در رفتار و ایدئولوژی منعکس می‌شود و این به‌نوبه خود هویت اجتماعی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین در این پژوهش هویت به‌عنوان یک فرآیند پویا در نظر گرفته شد که تحت تأثیر رسانه‌ها شکل خاصی به خود می‌گیرد.

لیم و چو (۲۰۱۰) بیان می‌کنند که دانشجویان از جمله بیشترین استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی هستند. موضوع هویت در میان دانشجویان به‌مثابه نقطه کانونی مسئله هویت از اهمیت شایانی برخوردار است؛ و به علت گستره شبکه روابط دانشجویان و ارتباط وسیعشان با وسایل ارتباط جمعی و افراد با هویت‌های گوناگون، بیشتر با مسائل و تنش‌های ناشی از هویت سنتی و مدرن و چالش‌های ناشی از جامعه اطلاعاتی درگیر هستند؛ بنابراین دانشجویان در مرکز فرایند تمایز و تشابه هویتی قرار دارند. علاوه بر جوانی، از یک‌سو فضای دانشگاه که عمدتاً موافق تغییر و تحول ویژگی‌های هویتی است، دانشجویان را با ویژگی‌های هویتی جدید آشنا می‌کند و از سوی دیگر بدنه فرهنگی جامعه بزرگ‌تر معمولاً انتظار این‌همانی با فرهنگ سنتی و عناصر هویتی موجود را از آن‌ها می‌طلبد. این وضعیت نامتعادل نه‌تنها منازعاتی هویتی می‌آفریند؛ بلکه در بیشتر اوقات به هویت‌هایی ترکیبی و دورگه منتهی می‌شود که با هویت مورد انتظار جامعه و حتی نظام آموزش عالی نیز متفاوت است. به عبارت بهتر، جوان بودن دانشجویان به‌اضافه چندگانه شدن زیست‌جهان‌های آن‌ها (برگر)، تأثیرات رسانه‌ای مدرنیته (گیدنز) و از دست رفتن ایمان به قطعیت و جاودانگی امور (نظریه‌های گفتمانی یا پست‌مدرنیستی) موجبات ترکیب‌های خاص هویتی دانشجویان را فراهم می‌آورد. در این موقعیت هویتی پیوندی، عناصر مختلفی از گفتمان‌های مختلف سنت (مذهب) و مدرنیته (ملی‌گرایی) دیده می‌شود؛ که موجب تفاوت هویتی قابل‌توجه دانشجویان با بدنه جامعه می‌شود. نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که: شبکه‌های اجتماعی پایبندی افراد و نهادهای جامعه به ارزش‌ها و هنجارهای پذیرفته‌شده در فرهنگ و در نتیجه امنیت اجتماعی را متزلزل می‌سازند.

درشتی و همکاران (۱۳۹۹) تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت نهاد خانواده را با هدف بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی در نهاد خانواده و تأثیر آن بر هویت خانواده مورد بررسی قرار دادند. در ایران، اینترنت و فضای مجازی با افزایش ضریب نفوذ، اغلب به‌عنوان عاملی برای تغییر اجتماعی، شهرت دارد. به باور محققان، این مقوله توانسته است یک حوزه عمومی جدید ایجاد کند. در این چارچوب، اینترنت را می‌توان نخستین حوزه عمومی برای جامعه ایران دانست؛ یعنی عرصه‌ای برای شکل‌گیری، گسترش و تقویت روابط و مناسبات افراد با یکدیگر و تقویت و شفاف شدن هنجارها و قواعد رفتاری که البته کارکردهای مثبت و منفی خاص خود را دارد.

نواح و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان (مورد مطالعه: جوانان ۱۸ تا ۳۰ ساله شهر اهواز) پرداختند. یافته‌های این پژوهش بر اساس داده‌های حاصل از نتایج آزمون‌های همبستگی، نشان می‌دهد که میان متغیرهای مستقل میزان حضور در فضای مجازی، انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با متغیرهای وابسته هویت اجتماعی، هویت ملی و هویت دینی جوانان ارتباط معناداری وجود دارد. رهبرقازی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان «رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت‌های جمعی با تأکید بر هویت دینی، ملی و مدرن» به بررسی تأثیر حضور در شبکه‌های اجتماعی بر دگرگونی هویت‌های جمعی پرداختند. در این راستا، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی تأثیر نسبتاً ضعیفی بر انواع مختلف هویت داشتند. به طوری که شبکه‌های اجتماعی با ضریب تعیین ۴/۱۱ درصد بیشترین تأثیر را بر هویت مدرن و با ضریب تعیین ۵/۱ درصد کمترین تأثیر را بر هویت ملی داشتند. از سوی دیگر یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد درحالی‌که برخی مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی تأثیر منفی و معناداری بر هویت دینی و ملی داشتند، اما مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های مجازی و واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی تأثیر مثبتی بر میزان هویت مدرن افراد داشته است.

مکی‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی عوامل مؤثر بر قصد استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین کاربران دانشگاهی پرداختند. برای رسیدن به این هدف، چهار مفهوم جریان‌ارتباطی را که شامل تمرکز، فرار از واقعیت‌ها یا رهایی، تعامل اجتماعی و درک

لذت است، بر قصد استفاده کاربران شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار داد. یافته‌های به‌دست‌آمده از آزمون فرضیه‌ها نشان داده که درک لذت، فرار از واقعیت‌ها و تعامل اجتماعی از عوامل تأثیرگذار بر قصد استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی است. فرزانه و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته‌اند. نتایج آزمون‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بین گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی، برحسب پایگاه اقتصادی - اجتماعی تفاوت معناداری وجود دارد؛ به این معنی که میانگین گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانش‌آموزان با پایگاه اقتصادی اجتماعی پایین، کمتر از دانش‌آموزان با پایگاه اقتصادی-اجتماعی بالا است. همچنین بین متغیرهای میزان اعتماد اجتماعی و دیدگاه‌های خانواده با میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد، به طوری که هرچه دیدگاه خانواده منفی‌تر باشد، میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی کمتر می‌شود؛ و همچنین بین میزان اعتقادات با گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه منفی وجود دارد. درنهایت، نتایج تحلیل رگرسیونی نشان داد که $9/35$ درصد از تغییرات میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی به متغیرهای مستقل مربوط می‌شود و متغیرهای میزان اعتماد اجتماعی، دیدگاه خانواده نسبت به شبکه‌های اجتماعی مجازی و پایگاه اقتصادی-اجتماعی تأثیر بیشتری دارند.

محمدی و نعمتی (۱۳۹۵) تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی اسلامی را مورد بررسی و ارزیابی قرار دادند. یکی از مسائلی که بشر همواره در پی آن بوده است، چگونه زندگی کردن است تا بتواند با چهارچوبی که با استفاده از عقاید، افکار و باورها به سیر تکاملی خود می‌دهد بهترین مسیر را برگزیند. در این بین فرهنگ جامعه و ادیان مختلف از چارچوب‌های مهم انتخاب نحوه زندگی است. در کشور ما نیز دین اسلام حاکم است و فرهنگ ایرانی که متناسب با اسلام باشد تعیین‌کننده نوع زندگی خواهد بود. با توجه به گسترش ارتباطات در فضای مجازی و به‌ویژه در شبکه‌ها و گروه‌های مجازی، شاهد تأثیرپذیری اعضا و عقاید آن‌ها و گسترش روزافزون علاقه‌مندی مردم به این شبکه‌ها هستیم.

خدایاری و همکاران (۱۳۹۳) به بررسی میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته‌اند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که $3/55$ درصد از دانشجویان دانشگاه مشهد، کمی از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. بین متغیرهایی چون تنوع و گستردگی، میزان اعتماد، اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان، جنسیت و رشته تحصیلی دانشجویان و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی رابطه وجود دارد.

نوابخش و همکاران (۱۳۹۲) اینترنت و هویت اجتماعی را مورد بررسی قرار دادند. هویت اجتماعی بیش از هر گروهی برای جوانان مسئله‌ساز است؛ چون این مرحله از زندگی، مرحله تکوین هویت مستقل و استقلال‌یابی است. در این زمینه، یکی از پدیده‌های غیر قابل‌انکار در جهان و از جمله کشور ما، گسترش روزافزون کاربرد کامپیوتر بین جوانان است. به نظر می‌رسد گسترش فناوری‌های اطلاعاتی-ارتباطی و شبکه‌های ماهواره‌ای، گسترش راه‌های ارتباطی، رشد کافی‌نت‌ها و کلپ‌های مختلف و رشد شهرنشینی از پدیده‌هایی هستند که به تغییرات عمده‌ای در ارزش‌ها، نگرش‌ها و شیوه‌های زندگی افراد منجر شده؛ و تغییرات هویتی، به‌ویژه برای جوانان شهرنشین ایجاد کرده است. یافته‌های این پژوهش نشان داد میزان استفاده از اینترنت بر ابعاد هویتی (هویت فردی، هویت گروهی، هویت ملی و هویت خانوادگی) اثرگذار بوده و فقط بر هویت دینی اثر معنی‌داری ندارد. همچنین پایگاه اجتماعی و اقتصادی استفاده‌کنندگان از اینترنت بر هویت فردی و خانوادگی تأثیرگذار است. بالا رفتن پایگاه اجتماعی و اقتصادی موجب افزایش تعلقات فردی خانوادگی و کاهش تعلقات دینی و جنسیتی می‌شود. نتایج کلی این تحقیق نشان داد استفاده از اینترنت تعلقات فردی (هویت فردی) جوانان را تقویت می‌کند و در مقابل تعلقات جمعی (هویت خانوادگی، گروهی و ملی) را تضعیف می‌کند و این امر به‌منزله یک مسئله اجتماعی می‌تواند زمینه‌ساز بحران هویت در جوانان باشد.

کفاشی و فلاحی (۱۳۹۳) تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان شهر تهران را مورد بررسی قرار دادند. این پژوهش به‌منظور شناخت رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت اجتماعی جوانان منطقه ۴ شهر تهران صورت گرفت. این تحقیق بر اساس چارچوب نظری دیدگاه جامعه شبکه‌ای کاستلز و نظریه هویت انجام شد. براساس یافته‌های این پژوهش رابطه‌ای بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت اجتماعی پاسخگویان

مشاهده نشد. یافته‌های این تحقیق با توجه به دیدگاه کاستلز مبنی بر تحت‌تأثیر قرارگرفتن فرهنگ و نظام باورها از دریچه ارتباطات شبکه‌ای، نشان‌دهنده رابطه معکوس میان میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی آنان و همچنین رابطه مستقیم بین هویت مذهبی پاسخگویان و هویت اجتماعی آنان بود.

نفیسه صدر ارحامی و همکاران در تحقیقی با عنوان «نقش شبکه اجتماعی اینستاگرام بر شکل‌گیری هویت شهروندی (مورد مطالعه شهروندان شهر اصفهان)» دریافتند که بین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام و برخورداری از حقوق شهروندی رابطه معنادار وجود دارد؛ همچنین استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام به طرز معناداری بر هویت‌یابی تأثیرگذار است. استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر تعهد مدنی با سطح اطمینان ۹۵ درصد دارای اثر مثبت است؛ بنابراین بین استفاده از اینستاگرام و هویت شهروندی با سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری وجود دارد.

اکبرزاده و احمدی (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «هویت مجازی زنان کرد ایرانی در اینستاگرام» دریافتند که کاربران زن گرچه در بازنمایی هویت خود عاملیت بیشتری یافته‌اند، اما کنشگری آن‌ها از ساختارهای ازپیش‌تعیین‌شده شبکه‌های اجتماعی نظیر لایک، کامنت و بازنشر تصاویر تأثیر گرفته است. همچنین یافته‌ها نشان از وجود سه تیپ هویتی جهان‌وطنی، ملی-ایرانی و قومی در این شبکه دارد. هویت‌های بازنمایی شده زنان در اینستاگرام در مقایسه با رسانه‌های جمعی از تنوع و تکثر بیشتری برخوردار است. همچنین این هویت‌ها سیال و چندرگه بوده و در برهه‌هایی خاص نظیر بحران‌های اجتماعی، رادیکال‌تر بروز می‌کنند.

بوربور و اسماعیلی (۱۴۰۱) در تحقیقی با عنوان «چشم‌انداز هویت اجتماعی زنان براساس استفاده از اینستاگرام» به این نتیجه رسیدند که تعداد دفعات چک کردن اینستاگرام در طول هفته و سابقه حضور در اینستاگرام، بر هویت اجتماعی زنان شهر تهران اثر پیش‌بینی‌کننده داشته است. آن‌ها دریافتند که تکرار استفاده از اینستاگرام (تعداد دفعات چک کردن در طول هفته) اثر مثبت و طول مدت عضویت در اینستاگرام، اثر منفی بر هویت اجتماعی زنان مورد مطالعه داشته است.

باقری و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهش «مطالعه فرایند هویت‌یابی زنان در شبکه‌های اجتماعی (مورد مطالعه: زنان کاربر اینستاگرام)» دریافتند که در اینستاگرام به واسطه شکل کارکردی و ساختاری آن و تغییر نوع و موضوع علقه‌های اجتماعی، زنان ایرانی با بازنمایی خودی خلق‌شده و فرامردن در قالب تلفیقی از نقش‌های زنانه سنتی-مدرن، هویتی خودانتخابی را تعریف کرده‌اند؛ که نه افسارگسیخته و آزاد و نه دست‌وپا بسته محدودیت‌های دنیای واقعی و از پیش تعیین‌شده است.

مرور پژوهش‌ها گویای این موضوع است که تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هویت افراد تأثیرات سوء دارد بنابراین بررسی این موضوع در جامعه مورد مطالعه ضروری به نظر می‌رسد.

چهارچوب نظری

استوارت هال سه مرحله تاریخی متفاوت برای سوژه (هویت) ارائه می‌کند: الف) سوژه روشننگری ب) سوژه جامعه شناختی و ج) سوژه پست مدرن (هال و دیگران، ۱۳۸۴: ۹۱)

سوژه روشننگری: طبق نظریه هال سوژه روشننگری بر مفهومی از انسان به عنوان فردی تمام وکمال و یکپارچه، استوار بود که ظرفیت‌های تعقل، آگاهی و عمل داشت، مرکز سوژه روشننگری شامل یک هسته درونی بود که با تولد فرد برای اولین بار ظاهر و همراه آن شکوفا می‌شد، گو اینکه در سراسر زندگی فرد ذاتاً همان (همواره یا عیناً مانند خودش) باقی می‌ماند. و مرکز ذاتی خود، هویت فرد بود (تاجیک، ۱۳۸۴: ۹۳).

سوژه جامعه شناختی: همانطور که جوامع مدرن پیچیده‌تر شدند اشکال اجتماعی‌تر و جمعی‌تری به دست آوردند و مفهوم اجتماعی‌تری از سوژه ظهور کرد، که طبق آن فرد باید در درون صورت‌بندی‌ها و ساختارهای بزرگ حمایت‌کننده جامعه مدرن مکان یافته‌تر دیده می‌شد. بر طبق این رویکرد، هویت، در کنش متقابل بین خود و جامعه شکل می‌گیرد؛ سوژه هنوز یک هسته و یا ماهیت درونی دارد که من واقعی است، اما من واقعی در گفتگوهای مستمر با جهان‌های فرهنگی بیرون و هویت‌هایی که ارائه می‌دهد شکل می‌گیرد و تعدیل می‌شود (تاجیک، ۱۳۸۴: ۹۳)

سوژه پست مدرن: مدل جامعه‌شناختی تعاملی مذکور با رابطه پایدارش میان درون و بیرون دستاورد مهمی برای نیمه اول قرن بیستم بود. با این همه، در همین دوره تصویر آشفته‌کننده و آشفته‌شده‌ای از سوژه و هویت در جنبش‌های زیبایی‌شناختی و روشنفکری شروع به نمایان شدن می‌کرد. این بینش‌ها چیزهایی را که باید برای سوژه‌های دکارتی جامعه‌شناختی در مدرنیته متأخر روی می‌داد پیش‌بینی کردند. سوژه پست مدرن، هویت برجسته، ذاتی و ثابت ندارد. هویت به یک جشن موج تبدیل می‌شود که در ارتباط باشیوهایی از نظام فرهنگی شکل می‌گیرد و متحول می‌گردد که ما را احاطه کرده‌اند و دائماً به وسیله آن‌ها بازنمایی می‌شویم و مورد خطاب قرار می‌گیریم (هال، ۱۹۸۷: ۲۷).

به اعتقاد گیدنز، ساخت خود، طرح بازاندیشانه‌ای است که بخش اساسی مدرنیته را می‌سازد. او بر نقش رسانه‌ها تأکید می‌کند و می‌گوید اگر در گذشته فرایندهای انتشار فرهنگی، طولانی، کند و ناپیوسته بود؛ امروزه این فرایند برعکس شده و انتشار فرهنگی سریع و پیوسته صورت می‌گیرد. وی وسایل ارتباط جمعی فراملی را ابزار بسط و گسترش مدرنیته به تمام دنیا در نظر می‌گیرد و شکسته شدن حصارهای زمانی و مکانی هویت را در ابعاد فردی و جمعی به چالش می‌کشد، امری که می‌تواند باعث بازاندیشی در آن شود. او هویت را در جامعه مدرن مورد بررسی قرار می‌دهد و معتقد است که انسان هویت خود را در لابه‌لای قرارگاه‌های نمادین تجدد شکل می‌دهد (بوربور و اسماعیلی، ۱۴۰۱: ۱۷۰).

گافمن در مدل دوخویشی «خود» را به عنوان ترکیبی که از دو موجودیت قابل تفکیک شخصیت و بازیگر تشکیل شده و نیز به عنوان موجودیت یکپارچه خود در حکم بازیگر شخصیت، توصیف می‌کند. اصلی‌ترین مسئله مورد توجه گافمن سازماندهی و مدیریت نقش‌ها است که بر عهده خود به عنوان بازیگر قرار دارد (استونز، ۱۳۹۶: ۲۳۹).

به عقیده گافمن میان اجراهای تئاتری و انواع کنش‌هایی که همه ما در اعمال روزمره و کنش‌های متقابل‌مان انجام می‌دهیم، وجوه مشترک بسیاری وجود دارد. به نظر او، کنش متقابل که بسیار شکننده است با اجراهای اجتماعی حفظ می‌شود. اجراهای ضعیف یا اختلال‌ها، به کنش متقابل نیز به همان اندازه اجراهای تئاتری آسیب می‌رساند. نظریه نمایشی با ریشه‌های کنش متقابل نمادین خود، آشکارا سازگاری دارد (ریتزر، ۱۳۷۴: ۹۴).

ماهیت غیررودروری ارتباطات الکترونیکی اینترنتی می‌تواند انگیزه بیشتری را برای کاربران آن در بازی با هویت، رفتارهای آزمایشی و ارائه تصویری غیرواقعی فراهم سازد که ریسک شرمندگی در آن کم است. در مجموع کاربست مفاهیم گافمن در ارتباطات اینترنتی می‌تواند به تشریح مکانیسم‌ها و استراتژی مورد استفاده در تعامل‌های بین فردی به کار رود. از طرفی پیشرفت روزافزون تکنولوژی و دسترسی به تسهیلات بیشتر در این گونه ارتباطات می‌تواند این ارتباطات را به روابط حقیقی نزدیک‌تر کند و جنبه انسانی‌تری به آن ببخشد (ذکایی، ۱۳۸۷: ۲۸۱).

عادت‌واره مفهوم مرکزی تفکر بوردیو است. عادت‌واره‌ها ساختارهای ذهنی یا شناختی هستند که مردم به وسیله آن با دنیای اجتماعی برخورد می‌کنند. انسان‌ها یک دسته طرح کلی درونی شده دارند که با آن دنیای اجتماعی را ادراک، فهم و ارزیابی می‌کنند. به بیان دیگر عادت‌واره مشخص‌کننده نظام و مجموعه‌ای از خوی و خصلت‌های ماندگار و قابل جابجایی است که از طریق آن ادراک و داوری کرده و در جهان پیرامون خود عمل می‌کنیم. این قالب‌های ناخودآگاه به واسطه قرارگرفتن پیوسته در معرض شرایط و شرطی‌سازهای اجتماعی از طریق درونی‌ساختن محدودیت‌ها و امکانات بیرونی صورت می‌گیرد. (گلابی و دیگران، ۱۳۹۴: ۱۲۷)

برای بوردیو عادت‌واره‌ها شیوه‌های عمل و زیستی هستند که فاعلان اجتماعی در جریان اجتماعی شدن کسب می‌کنند و از طریق تجربه عملی آموخته می‌شوند. ارتباطات مجازی می‌توانند زمینه شکل‌گیری عادت‌واره‌های جدیدی را فراهم سازند که خود به کنش و انتخاب‌های متفاوتی منتهی می‌گردد. ظهور عادت‌واره‌های جدید، عادت‌واره‌های قبلی را به چالش می‌کشد و در نتیجه آن جابجایی‌هایی صورت می‌گیرد. بدین ترتیب اگرچه اساس فرایند بازآفرینی باقی می‌ماند، با این حال شیوه‌های متنوعی، مبنای مبارزه برای تعریف میدان و امکان عمل فرد را فراهم می‌آورد (ذکایی، ۱۳۸۷: ۲۸۱).

آدورنو و هورکهایمر در نظریه انزوا از طریق ارتباط، اذعان می‌کنند: این موضوع که رسانه‌های ارتباطی باعث انزوا می‌شوند فقط در حوزه فکری صادق نیست. پیشرفت به معنای واقعی کلمه، آدمیان را از هم جدا نگه می‌دارد و وسایل ارتباطی، مردمان را به

لحاظ فیزیکی نیز منزوی می‌سازند. مردمان هنگامی که در گردش‌های آخر هفته یا در رستوران‌ها، که صورت غذا و دکور آن‌ها کاملاً مشابه سایر رستوران‌های هم‌ارز خویش است، با یکدیگر ملاقات می‌کنند؛ در می‌یابند که به رغم انزوای روزافزون، بیش از پیش شبیه هم شده‌اند. ارتباطات آن‌ها را با منفرد و مجزا ساختن وادار به سازش می‌کند (آدورنو و هورکهایمر، ۱۳۹۶: ۳۰۲). نظریه کاشت یا پرورش گربنر، بر کنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می‌کنند و نیز بر چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان تأکید دارد. فرض اساسی نظریه کاشت این است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد. به این صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌های خاص باعث ایجاد تغییر نگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود. در واقع نظریه پرورش با تعیین میزان و نوع برنامه‌های مورد استفاده از رسانه‌ها، میزان تأثیر را مطالعه می‌کند تا به سازوکار و نحوه تأثیر دست پیدا کند. (جوادی و دیگران، ۱۳۹۷: ۴)

فرضیه‌های پژوهش

بین میزان استفاده از اینستاگرام و هویت اجتماعی نوجوانان رابطه معناداری وجود دارد.
 بین میزان استفاده از اینستاگرام و تعلق اجتماعی نوجوانان رابطه معناداری وجود دارد.
 بین میزان استفاده از اینستاگرام و پیوند اجتماعی نوجوانان رابطه معناداری وجود دارد.
 بین میزان استفاده از اینستاگرام و محل زندگی نوجوانان (شهر یا روستا) اختلاف معناداری وجود دارد.
 بین میزان استفاده از اینستاگرام و جنسیت نوجوانان اختلاف معناداری وجود دارد.

روش تحقیق

با توجه به هدف تحقیق حاضر که بررسی تأثیر اینستاگرام بر شکل‌گیری و تغییر هویت اجتماعی نوجوانان است. نوع پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر اجرا، پیمایشی است؛ که با ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه محقق ساخته انجام شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر تمامی نوجوانان ۱۵ تا ۱۹ ساله شهرستان اسلام‌آباد غرب براساس آمار مندرج در درگاه مرکز ملی آمار ایران ۵۹۴۶ نفر است و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۶۱ نفر تعیین شده است. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی به صورت انتخاب نمونه در دسترس (دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوم شهرستان اسلام‌آباد غرب) استفاده شده است. به منظور بررسی روایی ابزار اندازه‌گیری، از روایی صوری استفاده شد؛ به این صورت که پرسشنامه همراه با عنوان، اهداف و فرضیه‌های پژوهش برای جمعی از استادان صاحب‌نظر ارسال و پس از تأیید نهایی آن‌ها، اجرا شد. همچنین برای سنجش پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شد؛ به این منظور با استفاده از داده‌های به‌دست‌آمده از ۳۰ پرسشنامه و به کمک نرم‌افزار آماری SPSS ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. ضریب پایایی برای پرسشنامه بیشتر از ۰/۷ بود که نشان‌دهنده دقت بالای ابزار اندازه‌گیری مورد استفاده در این پژوهش است.

یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای

جنسیت

جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخگویان براساس جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
پسر	۱۶۰	۴۴,۳
دختر	۲۰۱	۵۵,۷
جمع	۳۶۱	۱۰۰

طبق (جدول ۱)، یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد که از ۳۶۱ نفر نمونه آماری نوجوان، ۱۶۰ نفر (۴۴,۳ درصد) پسر و ۲۰۱ نفر (۵۵,۷ درصد) دختر بودند.

جدول ۲. توزیع فراوانی پاسخگویان براساس محل زندگی

محل زندگی	فراوانی	درصد
شهر	۱۷۶	۴۸,۸
روستا	۱۸۵	۵۱,۲
جمع	۳۶۱	۱۰۰

طبق (جدول ۲)، یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد که از ۳۶۱ نفر نمونه آماری نوجوان، ۱۷۶ نفر (۴۸,۸ درصد) در شهر و ۱۸۵ نفر (۵۱,۲ درصد) در روستا زندگی می‌کردند.

سن

جدول ۳. توزیع فراوانی پاسخگویان براساس سن

سن	فراوانی	درصد
۱۴-۱۵ سال	۶۲	۱۷,۲
۱۶-۱۷ سال	۲۴۱	۶۶,۸
۱۸-۱۹ سال	۵۸	۱۶,۱
جمع	۳۶۱	۱۰۰

طبق (جدول ۳)، یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد که بیشترین سن نوجوانان مربوط به مقطع سنی ۱۶-۱۷ سال به تعداد ۲۴۱ نفر (۶۶,۸ درصد) و کمترین ۱۸-۱۹ سال به تعداد ۵۸ نفر (۱۶,۱ درصد) بودند. میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای پژوهش

جدول ۴. میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	مد	انحراف استاندارد	کمینه	بیشینه
هویت اجتماعی	۲,۱۶	۲	۰,۵۹	۱	۴,۸۵
تعلق اجتماعی	۲,۶۵	۲,۶۰	۰,۷۲	۱	۵
پیوند اجتماعی	۲,۱۸	۱	۰,۷۸	۱	۵
اینستاگرام	۱,۹۶	۱,۰۹	۰,۶۸	۱,۰۹	۳,۹۱

با توجه به نتایج (جدول ۴) میانگین متغیرهای هویت اجتماعی، تعلق اجتماعی، پیوند اجتماعی و اینستاگرام به ترتیب برابر با ۲,۱۶، ۲,۶۵، ۲,۱۸ و ۱,۹۶ بوده که بیشترین میانگین مربوط به تعلق اجتماعی با انحراف استاندارد ۲,۶۰ و کمترین متعلق به اینستاگرام با انحراف استاندارد ۰,۶۸ بود.

بین میزان استفاده از اینستاگرام و هویت اجتماعی نوجوانان رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۵. رابطه بین اینستاگرام و هویت اجتماعی نوجوانان

هویت اجتماعی		متغیر
Sig	ضریب همبستگی	
۰,۰۰۰	۰,۵۶۴**	اینستاگرام

نتایج (جدول ۵)، حاکی از رابطه استفاده از اینستاگرام و هویت اجتماعی نوجوانان بوده، که برای رد یا تایید این فرضیه، از آزمون پیرسون استفاده گردید، که با توجه به مقدار همبستگی $0,564^{**}$ در سطح معناداری ($R=0,000$)، نتیجه چنین حاصل شد که بین میزان استفاده از اینستاگرام و هویت اجتماعی نوجوانان، رابطه معنی داری وجود دارد، لذا فرضیه صفر رد و فرضیه مذکور تأیید گردید.

بین میزان استفاده از اینستاگرام و تعلق اجتماعی نوجوانان رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۶. رابطه بین اینستاگرام و تعلق اجتماعی نوجوانان

تعلق اجتماعی		متغیر
Sig	ضریب همبستگی	
0,000	0,421 ^{**}	اینستاگرام

نتایج (جدول ۶)، حاکی از رابطه استفاده از اینستاگرام و تعلق اجتماعی نوجوانان بوده، که برای رد یا تایید این فرضیه نیز از آزمون پیرسون استفاده شد، که با توجه به مقدار همبستگی $0,421^{**}$ در سطح معناداری ($R=0,000$)، نتیجه چنین حاصل شد که بین میزان استفاده از اینستاگرام و تعلق اجتماعی نوجوانان، رابطه معنی داری وجود دارد، لذا فرضیه صفر رد و فرضیه مذکور تأیید گردید.

بین میزان استفاده از اینستاگرام و پیوند اجتماعی نوجوانان رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۷. رابطه بین اینستاگرام و پیوند اجتماعی نوجوانان

پیوند اجتماعی		متغیر
Sig	ضریب همبستگی	
0,000	0,311 ^{**}	اینستاگرام

نتایج (جدول ۷)، حاکی از رابطه استفاده از اینستاگرام و پیوند اجتماعی نوجوانان بوده، که برای رد یا تایید این فرضیه نیز از آزمون پیرسون استفاده گردید، که با توجه به مقدار همبستگی $0,311^{**}$ در سطح معناداری ($R=0,000$)، نتیجه چنین حاصل شد که بین میزان استفاده از اینستاگرام و پیوند اجتماعی نوجوانان، رابطه معنی داری وجود دارد، لذا فرضیه صفر رد و فرضیه مذکور تأیید گردید.

بین میزان استفاده از اینستاگرام و محل زندگی نوجوانان (شهر یا روستا) اختلاف معناداری وجود دارد.

جدول ۸. آزمون لوین برای برابری واریانس‌ها

آزمون تست لوین		محل زندگی	متغیر
Sig	F		
0,086	2,971	شهر	اینستاگرام
		روستا	

با توجه به نتایج (جدول ۸)، تست لوین مشخص گردید، که برابری واریانس‌های متغیر محل سکونت (شهر و روستا) نوجوانان در سطح معناداری بیشتر از $0,05$ یکسان می‌باشد.

جدول ۹. نتایج آزمون تی مستقل

متغیر	محل زندگی	T	Df	Sig
اینستاگرام	شهر	۳,۲۹۸	۳۵۹	۰,۰۰۱
	روستا	۳,۲۸۵	۳۴۸,۸۵	

با توجه به نتایج (جدول ۹)، و حاصل از آزمون تی مستقل مشخص گردید که بین میزان استفاده از اینستاگرام و محل سکونت نوجوانان در شهر با مقدار $t = ۳,۲۹۸$ و درجه آزادی ۳۵۹ و نیز روستا با مقدار $t = ۳,۲۸۵$ و درجه آزادی ۳۴۸,۸۵ در سطح معناداری ۰,۰۰۱ دارای اختلاف معناداری می‌باشد.

بین میزان استفاده از اینستاگرام و جنسیت نوجوانان اختلاف معناداری وجود دارد.

جدول ۱۰. آزمون لوین برای برابری واریانس‌ها

متغیر	جنسیت	آزمون تست لوین	
		F	Sig
اینستاگرام	پسر	۱۰,۹۳۷	۰,۰۰۱
	دختر		

با توجه به نتایج (جدول ۱۰)، و تست لوین مشخص گردید، که برابری واریانس‌های متغیر جنسیت پسران و دختران نوجوان در سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ یکسان نمی‌باشد.

جدول ۱۱. نتایج آزمون تی مستقل

متغیر	جنسیت	T	Df	Sig
اینستاگرام	پسر	۶,۷۴۸	۳۵۹	۰,۰۰۰
	دختر	۶,۵۹۱	۳۰۲,۸۴	

با توجه به نتایج حاصل از آزمون تی مستقل مشخص گردید که بین میزان استفاده از اینستاگرام و جنسیت نوجوانان پسر با مقدار $t = ۶,۷۴۸$ و درجه آزادی ۳۵۹ و نیز دختران با مقدار $t = ۶,۵۹۱$ و درجه آزادی ۳۰۲,۸۴ در سطح معناداری ۰,۰۰۰ دارای اختلاف معناداری می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق با هدف بررسی تأثیر استفاده از اینستاگرام بر شکل‌گیری و تغییر هویت اجتماعی نوجوانان ۱۵-۱۹ ساله شهرستان اسلام‌آبادغرب انجام شد. برای بررسی دقیق ارتباط نظری بین متغیرهای مورد بررسی، از نظریه‌های استوارات هال، ساخت خود‌گیدنز، مدل دوخویشی گافمن، نظریه انزوا آدرنو و هورکهایمر و نظریه کاشت یا پرورش‌گربر استفاده شد. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که استفاده نوجوانان از اینستاگرام بر هویت اجتماعی آن‌ها مؤثر بوده و فناوری‌های ارتباطی جدید از جمله اینستاگرام منجر به ایجاد تغییراتی در هویت اجتماعی نوجوانان می‌شود؛ و نگرش آن‌ها نسبت به هویت اجتماعی‌شان را دگرگون می‌کند.

امروزه اینستاگرام به دلیل نقش تعیین‌کننده‌ای که در شکل‌دهی به هویت نوجوانان دارد و محتوای آن که گاهی با ارزش‌های سنتی جامعه در تعارض است؛ آثار متفاوتی بر هویت اجتماعی افراد برجای می‌گذارد. بنابراین با توجه به مبانی نظری، پیشینه‌های پژوهش و نتایج تحلیل داده‌ها؛ می‌توان راهکارهایی به شرح زیر برای کنترل و سامان‌دهی استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام ارائه نمود:

سازمان‌های مردم‌نهاد با همکاری آموزش و پرورش می‌توانند با برگزاری جلسات و نشست‌های مشترک به منظور بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر نوجوانان و استفاده از نظرات صاحب‌نظران این حوزه، بسیاری از مسائل را شناسایی و راه‌حل‌های متناسب با آن‌ها ارائه کنند.

برگزاری کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی در زمینه استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام و اثرات سوء استفاده نادرست از آن‌ها برای نوجوانان

ارائه آگاهی‌های لازم در خصوص خطرات و آسیب‌های شبکه اجتماعی اینستاگرام به دانش‌آموزان توسط والدین

افزایش سواد رسانه‌ای نوجوانان و خانواده‌ها در برخورد با محتوای شبکه اجتماعی اینستاگرام

برگزاری کارگاه‌های آموزشی استفاده درست از شبکه اجتماعی اینستاگرام در مکان‌های عمومی از جمله پارک‌ها، مساجد و... توسط سازمان‌های مردم‌نهاد، نیروی انتظامی، شهرداری، آموزش و پرورش و...

منابع

۱. احمدپور، مریم؛ قادرزاده، امید (۱۳۸۹)، تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان، *فصلنامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*. (۵)، ۷۵-۹۹.
۲. آدورنو، تئودور و هورکهایمر، ماکس (۱۳۹۶). *دیالکتیک روشنگری*. ترجمه مراد فرهادپور و امید مهرگان. تهران: هرمس
۳. استونز، راب (۱۳۹۶). *متفکران بزرگ جامعه‌شناسی*. ترجمه مهرداد میردامادی. تهران: مرکز
۴. اسلوین، جیم (۱۳۸۰). *اینترنت و جامعه*. ترجمه عباس گیلوری و علی رادباوه. تهران: کتابدار.
۵. اکبرزاده جهرمی، سید جمال‌الدین و احمدی، اوین (۱۳۹۹). گونه‌شناسی هویت مجازی زنان کرد ایرانی در اینستاگرام. *فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ-ارتباطات*. ۲۱ (۵۲)، ۱۴۴-۱۱۱.
۶. اورت ام، راجرز و شومیکر، فلویید (۱۳۷۶). *رسانش نوآوری‌ها: رهیافتی میان‌فرهنگی*، ترجمه عزت‌اله کرمی و ابوطالب فنایی. شیراز: دانشگاه شیراز.
۷. باقری، شهلا؛ ربیعی، مرجان؛ اکبری، الهام و قاسمی، عاصمه (۱۴۰۰). مطالعه فرایند هویت‌یابی زنان در شبکه‌های اجتماعی (مورد مطالعه: زنان کاربر اینستاگرام). *مطالعات و تحقیقات اجتماعی ایران*. ۱۰ (۴)، ۱۰۲۹-۱۰۵۹.
۸. بوربور، اکرم و تاجیک اسماعیلی، سمیه (۱۴۰۱). چشم‌انداز هویت اجتماعی زنان براساس استفاده از اینستاگرام. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*. ۲۹ (۲)، ۱۹۶-۱۵۹.
۹. جنکینز، ریچارد (۱۳۹۱). *هویت اجتماعی*. ترجمه تورج یاراحمدی. تهران: شیرازه.
۱۰. حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۸). *جامعه‌شناسی هویت ایرانی*. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
۱۱. درشتی، حنا؛ شیرمحمدی، مهدی و ادیبی، علیرضا (۱۳۹۹). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت نهاد خانواده. *نشریه بصیرت و تربیت اسلامی*. (۵۲).
۱۲. ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی جوانان ایران*. تهران: آگاه
۱۳. ربیعی، علی (۱۳۸۷). رسانه‌های نوین و بحران هویت. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۹ (۴)، ۱۷۹-۱۴۶.
۱۴. رفعت‌جاه، مریم؛ شکوری، علی (۱۳۸۷). اینترنت و هویت اجتماعی. *فصلنامه جهانی رسانه*. (۵): ۱۷-۱.
۱۵. ریتزر، جورج (۱۳۸۴). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: علمی
۱۶. ساروخانی، باقر؛ رضایی قادری، خدیجه (۱۳۹۱). اینترنت و هویت ملی در میان کاربران. *فصلنامه فرهنگ ارتباطات*. ۲ (۵)، ۷۰-۵۱.
۱۷. عدلی‌پور، صمد (۱۳۹۱). *تحلیل جامعه‌شناختی پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی کاربران جوان شهر اصفهان*. رساله کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی. دانشگاه اصفهان
۱۸. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ*. ترجمه حسن چاووشیان. جلد ۲، تهران: طرح نو

۱۹. کفاشی، مجید؛ فلاحی، علی (۱۳۹۳). تاثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان شهر تهران. *نشریه دین و ارتباطات*. ۲۱ (۲)، ۱۶۴-۱۳۵.
۲۰. کوهی، کمال و حسنی، محمدرضا (۱۳۹۱). رابطه استفاده از رسانه‌های نوین با ابعاد هویتی در نوجوانان و جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله شهر تبریز. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*. ۱۹: ۱۲، ۱۰۹-۱۳۰.
۲۱. گلابی، فاطمه؛ بوداقتی، علی و علی‌پور، پروین (۱۳۹۴). مروری تحلیلی بر تلفیق عاملیت و ساختار در اندیشه پیر بوردیو. *دوفصلنامه پژوهش‌های جامعه‌شناسی*، ۴ (۶)، ۱۴۳-۱۱۷.
۲۲. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). *تجدد و تشخیص، جامعه و هویت در عصر جدید*. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نی
۲۳. محمدی، نسرين؛ نعمتی، لیلا (۱۳۹۵). تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی اسلامی. *اولین کنفرانس بین المللی نوآوری و تحقیق در علوم تربیتی مدیریت و روانشناسی*.
۲۴. نوابخش، فرزاد؛ خادم، رسول و آرام، هاشم (۱۳۹۲). اینترنت و هویت اجتماعی. *نشریه مطالعات توسعه اجتماعی ایران*. ۵ (۲)، ۳۷-۵۴.
۲۵. هال، استوارت (۱۳۸۳). *هویت‌های قدیم و جدید، قومیت‌های قدیم و جدید*. ترجمه شهریار وقفی پور. *فصلنامه ارغنون*. ۲۴
26. Alkan, M; & Meinck, S. (2016). The relationship between students' use of ICT for social communication and their computer and information literacy. *Large-scale Assessments in Education*, 4(1), 15.
27. Adrian, A. (2008), "No One Knows You Are a Dog: Identity and Reputation in Virtual Words", *Computer Law and Security Report*, Vol. 24: 366- 374.
28. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007), "Social network sites: definition, history, and scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1): 210-230.
29. Chou, A. & Lim, B. (2010) A framework for measuring happiness in online social network. *Illinois state university*.
30. Hall, S. (1987) 'Minimal Selves', in *Identity: The Real Me*, ICA Document 6, London. Institute for Contemporary Arts.
31. Katz, S.; Marshal, B. (2006), "New Sex for Old: Life Style, Consumerism and the Ethics of Aging Well", *Journal of Aging Studies*, Vol. 17: 3- 16.
32. Lee, J & Lee, H, (2010), "The computer-mediated communication network: exploring the linkage between the online community and social capital". *New Media&Society*.12 (5).711-727
33. Ren, Y. Kraut & R. Kiesler, S (2007), "Applying Common Identity and Bond Theory to Design of Online Communities", *Organization Studies*: <http://nms.sagepub.com>