

اثرات رسانه‌ها با تأکید بر اینترنت بر هویت نوجوانان

اسماعیل سعدی پور^۱

چکیده

در این مقاله اثرات رسانه‌ها، بویژه اینترنت بر هویت نوجوانان مورد بررسی قرار گرفت. سوال اساسی در این تحقیق آن بود که با توجه به آن که نوجوانان امروزی نسبت به گذشته وقت بسیار زیادی از خود را صرف اینترنت می‌کنند و در دنیایی مجازی بزرگ می‌شوند این تجربیات چه اثراتی بر شکل‌گیری هویت آنها دارد؟ برای پاسخ گویی به این سوال با روش کتابخانه‌ای ابتدا به اهمیت دوره نوجوانی به عنوان دوره‌ای انتقال که بین کودکی و بزرگسالی قرار داشته و در طی آن فرد در ابعاد مختلف جسمانی، روانشناختی، ذهنی و اجتماعی دچار تغییراتی می‌شود که گاهی تا حد بحران است پرداخته شد. آنگاه اهمیت شکل‌گیری هویت و رسیدن به برداشتی نسبتاً با ثبات از خود با تأکید بر نقش رسانه‌ها و بویژه هویت رسانه‌ای و ویژگی‌های آن توضیح داده شد. در پایان نوع جدیدی از هویت با عنوان هویت مجازی یا برخط، ویژگی‌ها و چگونگی ساخت و شکل‌گیری آن و نیاز هویتی به خود و دیگری تشریح شد.

واژگان کلیدی: اینترنت، هویت و نوجوانان

^۱ دکتری روانشناسی دانشگاه علامه طباطبایی. دانشیار گروه روانشناسی تربیتی دانشگاه علامه طباطبایی ebiabangard@yahoo.com

مقدمه و بیان مسئله

نوجوانان امروز خواه در مدرسه، خواه در خانه و یا در مسیر حرکت در محاصره رسانه‌های دیجیتالی چون کامپیوتر، اینترنت، بازی‌های ویدئویی، تلفن همراه و دیگر وسایل ارتباطی هستند. مارک پرنسکی^۱، نویسنده و طراح بازی‌های رایانه‌ای، کودکان و نوجوانان امروز را **فرزندان دیجیتال** می‌نامد (۲۰۰۱). آنها در دنیای دیجیتال متولد شده و رسانه‌ها کل زندگی‌شان را احاطه کرده است. در مقایسه با والدین آنها، که از کودکی با دنیای دیجیتال آشنا نشده، این فرزندان دیجیتال از اوایل زندگی، خود را با تکنولوژی انطباق داده، نیازی به راهنمای آموزشی جهت استفاده از تلفن همراه یا دوربین دیجیتال ندارند و بدون گوگل و ویکی‌پدیا هیچ مفهومی از زندگی ندارند.

امروزه اکثریت فرزندان از این تکنولوژی‌های جدید دیجیتال استفاده می‌کنند. در سال ۲۰۰۴، گزارش کیسلر^۲ نشان می‌دهد که ۷۴ درصد افراد ۸ تا ۱۸ ساله در ایالات متحده در منزل خود به اینترنت دسترسی دارند. در سال ۲۰۰۹، ۹۳ درصد کودکان آمریکایی ۱۲ و ۱۷ ساله برخط^۳ بودند (جونز و فکس^۴، ۲۰۰۹). در اغلب کشورهای دنیا تقریباً نرخ مشابهی از دسترسی به اینترنت گزارش شده است. 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، آمریکا ۸۸ درصد، فلسطین اشغالی ۹۸ درصد، در کانادا ۹۵ درصد، در چک اسلواکی ۹۶ درصد و در بریتانیا ۱۰۰ درصد هستند (سوبرامانیام^۵، ۲۰۱۰). در حالی که نوجوانان از اینترنت برای دستیابی به اطلاعات و ارتباطات استفاده می‌کنند کاربردهای دیگری برای این گروه سنی وجود دارد. تلفن همراه تکنولوژی دیگری است که در بین نوجوانان فراگیر شده است. ۷۹ درصد افراد ۱۳ تا ۱۹ ساله گزارش کرده‌اند تلفن همراه و ۱۵ درصد گزارش کرده‌اند که وسیله هوشمندی چون ای فون^۶ یا بلاک‌بری^۷ دارند (هاریس، ۲۰۰۸). در اتحادیه اروپا ۵۰ درصد از افراد ۱۰ ساله، ۸۷ درصد از افراد ۱۳ ساله و ۹۵ درصد افراد ۱۶ ساله گزارش کرده‌اند که تلفن همراه

-
1. prenesky
 2. keisler
 3. on line
 4. Jones & fox
 5. Subrahmayam
 6. I phone
 7. Black Berry

دارند.

بدون تردید تکنولوژی‌های دیجیتال در بین نوجوانان فراگیر شده است و همانند رادیو، فیلم و تلویزیون با آنها با دیده بدبینی نگاه می‌شود و گفته می‌شود که اثرات منفی بر نوجوانان دارند. نوجوانان از کدام تکنولوژی جدید استفاده می‌کنند؟ آیا باید نگران استفاده نوجوانان از این رسانه‌ها بود؟ آیا استفاده نوجوانان از تکنولوژی به آنها کمک می‌کند تا با چالش‌های هویتی دوره نوجوانی کنار بیایند یا مسئله را پیچیده‌تر می‌کند؟

دنیایی که امروزه افراد جامعه، بویژه کودکان و نوجوانان در آن زندگی می‌کنند و رشد می‌یابند، با دنیای چند دهه قبل کاملاً متفاوت است. در گذشته ای نه چندان دور، خانواده بیشترین نقش و تأثیر را در رشد، تربیت، شکل‌گیری شخصیت، هویت، نگرش‌ها، باورها و ارزش‌های افراد داشت و عمده تجربیات افراد، مستقیم، رودررو و محدود به محیط آنان بود. اما امروزه با پیشرفت عظیم و بلکه انقلابی که در حوزه فناوری‌های رسانه‌ای رخ داده است، رسانه‌هایی چون تلویزیون، ماهواره، اینترنت، تلفن همراه، بازی‌های الکترونیکی و ... به میزان زیادی جایگزین والدین، بستگان، معلمان، مربیان و دیگر عوامل اثرگذار در تربیت نسل گذشته شده است. دنیای امروز کودکان و نوجوانان، دنیای رسانه‌ای و مجازی است و به تبع آن تجارب افراد نیز غیرمستقیم و حتی تخیلی است. روند تحولات نیز برخلاف گذشته که در جهت متفاوت و متمایز شدن افراد بود، به سوی جهانی شدن، مشابه هم شدن و به قول مک لوهان، کوچک شدن جهان در حد یک دهکده پیش می‌رود.

اگر در گذشته نه چندان دور، این والدین بودند که فرزندان خود را به شیوه‌های مختلف کنترل می‌کردند، امروزه به واسطه حضور رسانه‌ها، برعکس این قضیه است. نگاهی به دستگاه تلفن همراه والدین و فرزندان نشان می‌دهد که در اغلب موارد، دستگاه تلفن همراه فرزندان، پیشرفته‌تر و پیچیده‌تر از والدین آنهاست. امروزه این فرزندان هستند که برای استفاده از رسانه‌هایی چون اینترنت، تلویزیون‌های ماهواره‌ای و ... اسم رمز می‌گذارند و به عبارتی آنان را کنترل می‌کنند. اصطلاحاتی چون فیس بوک، تویتر، مای اسپیس، ای میل، چت، بلوتوث و ... برای بسیاری از والدین، واژه‌هایی نامأنوس و غریب هستند. هدف از این مقاله ارائه تبیین جامعی از اثرات اینترنت بر هویت نوجوانان و جوانان می‌باشد.

دوره نوجوانی و هویت

نوجوانی فاصله بین کودکی و جوانی است که در آن تغییرات زیستی، روان‌شناختی و اجتماعی زیادی روی می‌دهد. در واقع، استانلی هال (۱۹۰۴) این دوره را با «طوفان و استرس» مشخص کرده است. گرچه محققان همه اعتقاد ندارند که دوره نوجوانی همیشه دوره‌ای بحرانی است (گرینبرگ^۱، ۲۰۰۸) دیدگاه طوفان و استرس چهارچوبی را برای نقش تکنولوژی‌های تعاملی در زندگی نوجوانی فراهم ساخته است. دنیای دیجیتال بخشی از زندگی نوجوانی شده است و برخی آن را به عنوان یک تهدید یا مانع برای این دوره می‌دانند.

شاید مهم‌ترین جنبه متمایزکننده نوجوانی تغییرات زیستی، شناختی و اجتماعی است که نوجوانان، صرف‌نظر از اینکه در چه شهر یا کشوری زندگی می‌کنند، تجربه می‌نمایند (گرینبرگ، ۲۰۰۸). تغییرات زیستی بلوغ مشتمل بر تغییرات سریع در قد و وزن و نیز در بلوغ جنسی است که سرانجام موجب اندازه بدن و وزن بزرگسال - از جمله باروری جنسی - می‌شود. نوجوان نیز با پیشرفت‌های شناختی، از جمله توانایی تفکر انتزاعی در تفکر و استدلال در مورد موقعیت‌های فرضی، مشخص می‌شود. در مقایسه با کودکی نوجوانان در تفکر پیشرفته‌تر می‌شوند اما برخی جنبه‌های کارکرد شناختی، بویژه آنهایی که با کورتکس پیش‌پیشانی مغز در رابطه است، هنوز در حال رشد است. تحقیقات نشان داده است که این نواحی از مغز، بویژه در بخش‌های لب‌پیشانی در طی دوره نوجوانی و بلکه تا ۲۰ سالگی در حال رشد است. بالاخره، تغییراتی در وضعیت اجتماعی افراد، در حقوق، مسئولیت‌ها و مزایای این دوره از زندگی، رخ می‌دهد. در بیشتر جوامع غربی، به نوجوانان آزادی بیشتری داده شده، می‌توانند رانندگی کنند، شغلی انتخاب کنند، به ارتش بپیوندند، قرار گذاشتن را شروع کنند، رابطه جنسی برقرار کرده و حتی ازدواج کنند (سعدی پور، ۱۳۸۹).

هویت^۲ که مجموعه‌ای از همانندسازی‌ها است در دوران نوجوانی، یعنی زمانی که فرد عمیقاً با محیط‌های برون خانوادگی در آمیخته، تعیین‌کننده خط مشی زندگی است. 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 برون خانواده سرمشق گیرند.

1. Greenberg

2. identity

هویت نوجوان از حدود ۱۵ تا ۲۵ سالگی شکل و قوام گرفته و تثبیت می‌شود و شامل یک احساس انسجام درونی با ارزش‌ها، اعتقادات و اهداف اجتماعی است. افراد در این سن در یک تعلیق روانی - اجتماعی بین سنین کودکی و بزرگسالی به سر می‌برند. در این سنین معیارهای اخلاقی و آرمانی بارها و بارها ممکن است تغییر کند و نهایتاً یک سیستم اخلاقی و قانونمندی سازمان یافته و هماهنگ در فرد ایجاد شود.

شکل‌گیری هویت در نوجوانی و تثبیت آن در جوانی با عواطف، خودانگاره و عزت نفس فرد رابطه ای جدایی‌ناپذیر دارد. هویت نوجوانان با رشد تفکر و احساس آنان درباره خود همراه است و تمایل قوی نوجوانان و جوانان برای ساختن هویتی مستقل به جنبه‌های بسیار دیگری از رشد آنان گسترش می‌یابد. احساس تعلق فرهنگی، قضاوت اخلاقی و برداشت مردانه یا زنانه درباره خود، احساسات دوستانه یا دشمنانه نسبت به دیگران و چگونگی سازگاری عاطفی با مشکلات زندگی از جمله این جوانب است .

روانشناسان هویت را از نگاه فردی و جامعه‌شناسان آن را از نگاه جمعی تبیین می‌کنند. روان‌شناسان معنای هویت را به ویژگی‌های شخصیتی و احساس فرد نسبت می‌دهند. اولین روان‌شناسی که ایجاد هویت را به عنوان مهمترین پیشرفت شخصیت در دوره نوجوانی مطرح کرده و آن را گامی حیاتی در جهت وصول به بزرگسالی شادمانه و مولد معرفی نموده است، اریک اریکسون (۱۹۶۸) است. ایجاد هویت به معنای آن است که فرد بداند کیست، چه چیزهایی برای او ارزش به حساب می‌آید و چه راه‌هایی را برگزیده است که در زندگی خود دنبال نماید. این جستجو برای کشف و ساختن خود، نیروی محرکه بسیاری از دلمشغولی‌ها و رفتارهای افراد در جهت‌گیری جنسی، در انتخاب شغل، در ارتباطات اجتماعی، در آرمان‌های اجتماعی و اخلاقی و مذهبی و فرهنگی او است.

کاستلز (۱۳۸۴) هویت را «فرایند ساخته شدن معنا بر پایه یک ویژگی فرهنگی یا یک دسته ویژگی‌های فرهنگی که بر دیگر منابع معنا برتری دارند» تعریف می‌کند. اریک اریکسون در تبیین مفهوم هویتی که نوجوانان همواره در پی آن است چنین می‌نویسد: هویتی که نوجوان در صدد است تا به طور روشن به آن دست یابد این است که او بداند کیست؟ و نقشی که باید در جامعه ایفا کند چیست؟ «جرج هربرت مید» (جامعه‌شناس) معتقد است تصویری که فرد از خود می‌سازد و احساسی که نسبت به خود پیدا می‌کند، بازتاب نگرشی است که دیگران نسبت به او دارند. به هر حال هویت

داشتن یعنی یگانه بودن از دو جهت متفاوت، اولاً همانند دیگران بودن در جامعه و همانند خود بودن در گذر زمان. شکل‌گیری هویت جنسی پسران و دختران عمیقاً متأثر از یادگیری، مشاهده، الگوبرداری، تلقین و همانندسازی با سنت‌های اجتماعی - فرهنگی و موقعیت مردان و زنان در یک جامعه معین است. اجتماعی شدن پسران و دختران در هر جامعه‌ای، به نوعی صورت می‌گیرد. گسترش رسانه‌های گروهی و نقش ارتباطات در سطح ملی و بین‌المللی باعث می‌شود که دیدگاه‌های افراد از سطح محیط کوچک اجتماعی - فرهنگی آنان فراتر رود و تا سطح جهانی و الگوبرداری از وضعیت نوجوانان و جوانان جوامعی که فرهنگ خود را، با کمک روزنامه‌ها، مجلات، کتب، رادیو و تلویزیون و کامپیوتر، به خانه‌ها و به مغز و قلب نوجوانان و جوانان چهار گوشه جهان می‌برند، گسترش یابد. اریکسون معتقد است که نوجوانان، خاصه در جوامع پیچیده، یک «بحران هویت»، یعنی یک دوره موقتی از اغتشاش و رنج را در برخورد با راه‌های گوناگون پیش از استقرار ارزش‌ها و هدف‌های زندگی خود، تجربه می‌کنند. در این دوره است که آنان آنچه را قبلاً فکر و احساس می‌کرده یا انجام می‌داده‌اند مورد سؤال قرار می‌دهند (لطف‌آبادی، ۱۳۸۸، ص ۷۵-۷۳).

نوجوان و جوان زمانی به احساس هویت دست می‌یابد که ارزش‌های خود را انتخاب و به نسبت به اهداف یا افراد خاصی احساس وفاداری کند. خطری که در این دوره فرد را تهدید می‌کند بحران هویت یا سردرگمی و آشفتگی نقش است. در واقع خطر شکل‌گیری هویت منفی، زندگی نوجوانی را تهدید می‌کند. عدم توانایی فرد در تحصیل هویت انسانی، با تعبیر مختلفی مطرح شده است. برخی از صاحب‌نظران از آن با تعبیر گم کردن خویش، یا از خود بیگانگی یاد می‌کنند. روان‌شناسان از این حالت اغلب تحت عناوینی چون آشفتگی هویت، اختلال هویت و بحران هویت یاد می‌کنند. به اعتقاد آنان بحران هویت عبارت است از عدم توانایی فرد در قبول نقشی که جامعه از او انتظار دارد. جدی‌ترین بحران در طول زندگی فرد در خلال شکل‌گیری هویت وی رخ می‌دهد، چون فردی که فاقد هویت متشکل قابل قبول باشد، در طول زندگی با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهد شد. چنین شخصی در درجه اول از حقیقت وجودی خود و استعداد و توانمندی‌هایی که دارد آگاهی لازم ندارد و در درجه دوم در هدف خلقت و نقشی که در نظام هستی بر عهده اوست بی‌اطلاع است. در نتیجه از تشخیص شیوه درست ارتباط با دیگران و برخورد با پیش‌آمدها و نیز پاسخ به اصلی‌ترین پرسش‌های زندگی، عاجز است. طبیعی است که وقتی فرد خود را نشناخت و هدف از آفرینش جهان و انسان برای وی

معلوم نگشت و با وظایفی که در جامعه بر عهده دارد آشنا نشد، نمی‌تواند نقش مثبتی در زندگی ایفا کند. بروز چنین وضعی و تزلزل فکری اعتقادی مهمترین خطری است که سعادت انسان را در طول حیات مورد تهدید قرار می‌دهد. اریکسون «هماندسازی» را فرایندی به طول زندگی می‌داند که هم خودآگاه و هم ناخودآگاه در فرد انجام می‌شود. او مرجع همانندسازی را از افراد سرشناس جامعه مثل هنرمندان، بازیگران، دوستان، و همسالان می‌داند؛ نوجوان در کسب هویت بسیار متأثر از رویدادهای برون خانوادگی است (بیابانگرد، ۱۳۹۰).

بررسی نقش‌ها در شکل‌گیری هویت مدرن (هویت رسانه‌ای)

یکی از مهمترین دستاوردهای انسان که بر حیات سیاسی اجتماعی جوامع بشری تأثیر گذاشته است، وسایل ارتباط جمعی می‌باشد. تأثیر وسایل نوین ارتباطی، در شکل‌گیری نظام‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی انسان آنقدر عمیق است که به قول مک لوهان جهان به دهکده‌ای کوچک تبدیل شده است. دهکده‌ای که هر کس به راحتی می‌تواند با فرد دیگری در نقطه‌ای دیگر از جهان، ارتباط برقرار کند.

امروزه رسانه‌ها مرزهای جغرافیایی، فرهنگی و سیاسی را در نوردیده‌اند و با گسترش فزاینده و روزافزون خود، از حوزه اجتماعی، سیاسی فراتر رفته، هویت انسان معاصر را نیز تحت تأثیر خویش قرار داده‌اند به طوری که می‌توان هویت انسان مدرن را **هویت رسانه‌ای** شده نام گذاشت.

هویت، از دو جهت با مفاهیم رسانه و مدرنیته ارتباط دارد، یکی اینکه هویت خود محصول ارتباط است. یعنی دیگری باید وجود داشته باشد تا من ساخته و درک شود. من از طریق فهم و ارتباط با دیگری شکل می‌گیرد. هویت موضوعی است که بیش از آنکه به خود ما ارتباط داشته باشد به تاویل دیگری مربوط می‌شود. من فاعلی (تصویر فرد از خود) به وسیله من مفعولی (تصویر دیگران درباره فرد) ساخته می‌شود. از طرف دیگر، هویت همچون رسانه‌های نوین خود یک مفهوم جدید است که بعد از مدرنیته پدید آمده و در فلسفه دکارت به تکامل رسیده است. جمله معروف او که من فکر می‌کنم، پس هستم آغاز شکل‌گیری هویت مدرن است. این بحث به ویژه برای جامعه ما، بسیار حیاتی و مهم است. زیرا ما در حال تجربه دوران مدرن هستیم و در این دوره گذار، هویت (فردی - اجتماعی) ما با چالش‌ها و دغدغه‌های اساسی روبه‌رو می‌شود. در این بین رسانه‌ها نقش مهمی بازی می‌کنند و نمی‌توان نقش آنها را در بروز چالش‌های هویتی نادیده گرفت (خانیک، ۱۳۸۷).

رابطه میان هویت و رسانه‌ها را می‌توان از منظر دیگری نیز توجیه کرد. هویت، مفهومی متکی به ذات خود نیست بلکه ماهیتی است که توسط انسان و جامعه‌اش ساخته می‌شود و در بستر تحولات اجتماعی، تغییر می‌کند و شکلی دیگر به خود می‌گیرد. اگر اینطور نبود، تعلیم و تربیت بی‌معنا می‌شد و هیچ انسانی قابلیت رشد و تعالی نمی‌داشت. دیوید هیوم تأکید می‌کند ما نمی‌توانیم هویت انسانی را چیزی غیر از امر ابداعی و تخیلی بدانیم لذا هویت امر غریزی و فطری نیست بلکه اکتسابی، ارادی و مبتنی بر تربیت آدمی است. از این منظر، رسانه‌ها به عنوان یکی از عوامل مؤثر در شکل‌گیری و تحول هویت اهمیت می‌یابند به ویژه در دنیای معاصر که به عصر ارتباطات شهرت یافته است.

به هر حال هویت انسان در جهان رسانه‌ای شده، چهره‌ای خاص می‌یابد و از هویت‌های دیگر متمایز می‌شود. برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های هویت رسانه‌ای به شرح زیر است:

ویژگی‌های هویت رسانه‌ای

۱- هویت بیرونی

هویت رسانه‌ای، نه از درون و تحولات فردی، بلکه از بیرون و تحولات اجتماعی که از طریق رسانه‌ها، تجلی و گسترش می‌یابد، شکل می‌گیرد و هدایت می‌شود. چنین هویتی، خیلی متکی به خود و منطق شخصی نیست. بلکه از بیرون و دگر راهبرانی چون رسانه‌ها، هدایت می‌شود. در حقیقت با رشد وسایل ارتباطی، هویت شخصی بیشتر تحت تأثیر و کنترل نظام‌های اجتماعی قرار گرفت تا کنترل درونی.

۲- هویت همگن

رسانه‌ها، با ارسال و ترویج پیام خود از طریق گسترش وسایل ارتباط جمعی، به نوعی همگن‌سازی هویت‌های گوناگون دست می‌زنند و هویت توده‌ای عام را تقویت می‌کنند. هویتی که بدون توجه به انواع طبقات اجتماعی و فرهنگ آنان و به واسطه نفوذ وسایل ارتباطی و پیام آنها در لایه‌های مختلف اجتماعی، صورت واحد به خود گرفته است. رسانه‌ها، فضایی ایجاد کرده‌اند که هویت‌های مختلف قومی ملی و دینی در پرتو پیام و محتوی آنان، لباس مشترک و یک‌رنگ به تن کنند و شبیه به هم شوند. قابل ذکر است که این مسئله نباید با عدم ثبات و یکنواختی هویت‌ها در جوامع سنتی به یک معنا فرض شود.

۳- هویت توده ای و جمع‌گرا

رسانه‌های گروهی به دلیل ارتباط با طیف وسیعی از مردم، از آنها یک گروه منسجم و همگرا می‌سازند و یک نوع هویت توده‌ای، خلق می‌کنند. رسانه‌ها هویت فردی را به هویت جمعی و گروهی تبدیل می‌کنند و این امر گاهی موجب استحاله هویت فردی در جمع و از بین رفتن خلاقیت فرد می‌شود. اصولاً فرهنگ توده براساس مسائل غیرجدی زندگی، هیجانانگ، احساسات رقیق و گریز بی‌خیال استوار است.

۴- هویت ناپایدار و متغیر

در دنیای جدید، هویت انسان از ثبات و تمرکز سنتی گذشته رها می‌شود و در یک فرایند دائمی، شدن، تحول می‌یابد و دگرگون می‌شود. به عبارتی دیگر، هویت مدرن یک فرآورده نیست بلکه یک فرایند است. در جهان رسانه‌ای شده معاصر با تزریق مداوم اطلاعات و دانش به کالبد جامعه، هویت انسان جدید در بستر دائمی شکل‌گیری و تغییر و زایش مستمر قرار می‌گیرد. انسان مدرن در طول زندگی، ممکن است بارها بر اثر تحول ذهنی و کسب اطلاعات جدید، هویتی نو بیابد و دگرگون شود.

۵- هویت چند تکه و موزائیکی

رسانه‌ها از طریق ارائه و القای الگوهای مختلف و پیام‌های گوناگون و به نمایش درآوردن فرهنگ و اندیشه‌های مختلف، هویت منسجم و ثابت گذشته را در هم می‌شکنند و هویتی چهل تکه و موزائیکی ایجاد می‌کنند. انسان مدرن، نسبت به جامعه سنتی به منابع معرفتی بیشتری دسترسی دارد. رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی، این منابع را در اختیار بشر امروز قرار می‌دهند و از طریق تسهیل در ارتباطات فردی و اجتماعی، تفکرات و اندیشه‌های گوناگون فرصت ظهور و حضور در عرصه جهانی پیدا می‌کنند و آدمی دیگر در چارچوب یک ساختار خاص، محدود نیست و آزادی بیشتری در کسب دانش و اطلاعات دارد لذا هویت سنتی تک منبعی به هویت مدرن چند منبعی و چهل تکه مبدل شده است. در جوامع سنتی، هویت و شخصیت آدمیان برآمده از نظام خاص اجتماعی، خویشاوندی وی بوده و در یک ساختار فکری فرهنگی خاص تثبیت می‌شد. در حقیقت قبل از به دنیا آمدن وی، موقعیت اجتماعی فرهنگی و در نهایت هویت انسانی وی پیشاپیش تعیین شده بود و فرد به سختی و به ندرت می‌توانست در تغییر سرشت و سرنوشت خویش تصرف کند. به عبارتی دیگر، در دنیای گذشته هویت، گذشته‌ای بود که بر امروز حکم می‌راند. اما هویت جدید، هویتی است که متغیرهای بیشتری در شکل

گیری آن موثر است و دیگر نمی‌توان کسی را براساس یکی از تعلق‌های او شناخت یا کنش‌ها و خواست‌ها و اندیشه‌هایش را پیش‌بینی کرد.

۶- هویت تقلیدی و منفعل

هویت رسانه‌ای شده، همیشه تحت تأثیر و نفوذ شخصیت‌ها و کاراکترهای رسانه‌ای است. این الگوهای رفتاری که از طریق ساخت فیلم، تبلیغات و تکنیک‌های مختلف رسانه‌ای ارائه می‌شود در شکل‌گیری و جهت‌دهی هویت فردی و اجتماعی انسان مدرن تأثیر بسزایی دارد. تقلید از الگوها و شخصیت‌های سینمایی و تلویزیونی نشان بارزی از تأثیرپذیری هویت رسانه‌ای شده از این الگوها است. انسان از طریق همذات‌پنداری توسط رسانه‌ها هویت و شخصیت تحقق نیافته خود را در عالم خیال، محقق می‌سازد. قهرمانان رسانه‌ها یکی از متغیرهای اساسی در شکل‌دهی به هویت رسانه‌ای هستند (خانیک، ۱۳۸۷)

هویت مجازی

در سال‌های اخیر کانون توجه بسیاری از پژوهش‌ها معطوف به رابطه بین رسانه‌های الکترونیک و فرایندهای رشدی مانند هویت بوده است. صورت‌های گوناگون ارتباط بر خط که تعامل همسالان را سهولت می‌بخشد، سرآغاز امیدبخشی برای نوجوانان است که از طریق آن می‌توانند به کشف و مقابله با چالش‌های رشدی خود مبادرت ورزند؛ چنان که بسیاری از صاحب‌نظران بر این اعتقادند خود فاش‌سازی نوجوانان نزد دوستانشان به حل و فصل مسائل رشدی آنان کمک می‌کند و رسانه‌های دیجیتال فرصت‌هایی را برای این خود فاش‌سازی فراهم می‌کنند (اسماهل و سابراهمانیام، ۲۰۱۰).

بی‌تردید هرگونه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری برای استفاده موثر از فناوری‌های ارتباطی دیجیتال در رشد نوجوانان، در گرو کسب شناختی روشن و واقع‌بینانه از فرصت‌ها و چالش‌هایی است که رسانه‌های نوین ارتباطی پیش روی نوجوانان قرار می‌دهند. برای پرهیز از یک‌جانبه‌نگری و برداشت سوگیرانه درباره آثار مثبت و تهدیدهای این رسانه‌ها در رشد نوجوانان و همچنین ترسیم تصویری متوازن در این زمینه، مروری بر تکالیف و وظایف رشدی نوجوانان و نقش رسانه‌های دیجیتال در کمک به حل و فصل آنها راهگشا خواهد بود. یکی از تکالیف مهم نوجوانان، ساخت هویتی منسجم و استوار و دارای مولفه‌های جنسی، جنسیتی، اخلاقی، سیاسی، مذهبی و شغلی است. امروزه جهان مجازی

تمامی ابعاد زندگی اجتماعی حتی شکل‌گیری "خود"^۱ را تحت تاثیر قرار داده است. پس اگر همانگونه که در ادبیات روانشناسی نوجوانی آمده است تکلیف رشدی شاخص در دوران نوجوانی کشف و حل بحران هویت باشد آیا می‌توان انتظار داشت که رسانه‌های دیجیتال با داشتن ویژگی‌هایی مانند گمنامی و فراتر رفتن از محدودیت‌های زمانی و مکانی، زمینه مناسب و ایده‌آلی را برای کشف هویت فراهم آورند؟ فرصت‌ها و چالش‌هایی که فناوری‌های نوین ارتباطی بویژه اینترنت در کشف هویت در برابر نوجوانان قرار می‌دهند چیست؟

هویت مجازی و هویت برخط

در ارتباطات دیجیتال، اصطلاحات هویت مجازی^۲ و هویت برخط^۳ دارای دو معناست؛ معنای نخستین به یک بازنمایی یا ارائه از خود در اینترنت اشاره می‌کند. افراد در بافت‌های دیجیتال دارای یک بازنمایی مجازی هستند و به صورت موجود فیزیکی حقیقی ظاهر نمی‌شوند. بازنمایی مجازی مجموعه‌ای از داده‌های دیجیتال درباره یک کاربر مانند نام، نام کاربری، نشانی پست الکترونیک، تاریخ برخط و... است. افراد می‌توانند در بافت‌های برخط مختلف بازنمایی‌های متعدد یا حتی در یک محیط برخط، بازنمایی‌های گوناگونی داشته باشند. دومین معنای هویت مجازی ناظر بر تفکرات، ایده‌ها، دیدگاه‌ها یا خیالپردازی‌هایی است که کاربران در بازنمایی‌های مجازی به خود نسبت می‌دهند که شاید انتقال ناهشیارانه تفکرات، هیجان‌ها و دیگر جنبه‌های خود واقعی آنان به خود برخط باشد (اسماهل، ۲۰۰۳).

هویت مجازی نیز در بردارنده هویت‌های شخصی و اجتماعی است. هویت شخصی مجازی در یک محیط مجازی خاص به این که من چه کسی هستم یا به طور دقیق‌تر به بازنمایی کاربرها در آن محیط مجازی دلالت می‌کند. هویت اجتماعی مجازی نیز به جایی که شخص در دنیای مجازی به آن تعلق دارد، جامعه و اجتماعات برخطی که شخص جزئی از آنهاست و وضعیت وی در آن اجتماعات، اشاره دارد.

-
1. self
 2. virtual identity
 3. online identity

ساخت هویت برخط

بافت‌های برخط فرصت‌هایی را برای بررسی و جستجو پیرامون آنچه که اریکسون (۱۹۶۸) و مارشیا (۱۹۶۶) مطرح کرده‌اند، فراهم می‌کند. گمنامی و ایمنی نسبی اینترنت، زمینه‌ای را برای آزمایش کردن جنبه‌هایی از هویت میسر می‌سازد (والاس، ۱۹۹۹). ماهیت غیر رودرروی ارتباطات الکترونیک می‌تواند انگیزه بیشتری را در استفاده از موقعیت مجازی برای بازی با هویت، رفتارهای آزمایشی و ارائه تصویری غیر واقعی از خود فراهم سازد که نگرانی از شرمندگی در آن کمتر است. چنان که در تحقیقی که برای شناخت نگرش جوانان ۱۵ تا ۳۰ ساله تهرانی درباره گفت و گوهای برخط، صورت گرفت، آنان در مرتبه نخست اتاق گفت و گو را میدانی برای نقش بازی کردن و در مرتبه بعد ارتباطی نامطمئن و سپس امتداد زندگی واقعی می‌دانستند (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۶). با این حال کاربران در تمامی موارد گمنام باقی نمی‌مانند؛ چنان که با دوستان و آشنایان تعامل می‌کنند، روابط خود را تشکیل می‌دهند و به تقویت مهارت‌های اجتماعی می‌پردازند. تمامی این فعالیت‌ها می‌توانند به صورت‌بندی معنایی از "خود" و هویت بیانجامند.

تورکل^۱ (۱۹۹۷) در توافق با این ایده اریکسون (۱۹۶۸) که بازی وسیله‌ای برای صورت‌بندی تجربه است، شرکت در بازی‌های هویتی اینترنت را شبیه به شرکت در نقش‌گذاری روانی یا سایکودرام^۲ می‌داند. در زندگی واقعی افراد هویت‌های مختلف را تجربه می‌کنند تا در نهایت یکی از آنها را بپذیرند. به اعتقاد وی بازی‌های هویتی به فرد کمک می‌کنند تا به پختگی روانی برسد که این وضعیت تکاملی به واسطه توانایی فرد در کشف جنبه‌های گوناگونی از خود و تجربه گذار و انتقال بین هویت‌های متعدد تحقق می‌یابد. اینترنت ایمنی، گرمی، فهم و فرصتی را فراهم می‌آورد (شبیه به روان‌درمانی) که ممکن است عناصری از گذشته را دوباره فعال سازد. با وجود این، تورکل خاطر نشان می‌کند که در محیط مجازی اینترنت همواره وضع به خوبی پیش نمی‌رود و احتمال وخیم‌تر شدن وضعیت نیز وجود دارد. چنان که برخی از مردم به جای بهره‌گیری از اینترنت برای حل و فصل تعارضات خود از آن برای برون‌ریزی مشکلات خویش یعنی نشان دادن آنها در زمینه‌های جدیدی از زندگی، استفاده می‌کنند. به نظر می‌رسد که با تعمق بیشتر در ایده تورکل بتوان نتیجه گرفت که از نظر وی اینترنت به کاربران

1. Turkle

2. psychodrama

خود کمک می‌کند تا با استفاده از پیش‌گویی خود کامروابخش در خویشتن تغییرات مثبتی ایجاد کنند. تا آنجا که مردم می‌توانند با تشکیل هویتی قوی در اینترنت، بر زندگی واقعی خود نیز تاثیر بگذارند.

ساخت هویت برخط، ارائه خود برخط^۱ را نیز در بر دارد که شامل شیوه‌های گوناگونی است که از آن طریق کاربران خودشان را به دیگران می‌نمایانند. ارائه خود برخط از آن جهت مهم است که افراد در آشکارسازی جنبه‌های مختلف "خود" دارای امکان انتخاب قابل ملاحظه‌ای هستند. ممکن است، فرد برخی از ویژگی‌هایش را مانند جنسیت و علایق برجسته کند و در مقابل خواهان مخفی ماندن و ساختگی بودن جنبه‌های دیگر خویشتن باشد تا واکنش خود و دیگران را مشاهده کند. نوجوانان در محیط اینترنت، با استفاده از ابزارهای متعدد مانند نام‌های مستعار^۲ (نام کاربری)، آواتارها^۳، کد ا.ا. اس. ال^۴ و همچنین عکس‌ها و ویدئوها، به بازنمایی و ارائه- خود مبادرت می‌ورزند. در برخی از فضاهای برخط مانند اتاق‌های گفت و گو یا بازی‌های متنی، هویت‌ها به واسطه نام‌های کاربری ایجاد می‌شود که می‌توانند اطلاعاتی را مانند جنسیت کاربر و علایق خاص او (بچه فوتبالیست) به دیگران منتقل کنند. برای مثال، اسماهل و سابراهمانیام (سابراهمانیام و دیگران، ۲۰۰۶) با تحلیل ۵۰۰ نام مستعاری که نوجوانان در اتاق‌های گفت و گو استفاده کرده بودند نشان دادند که این نام‌های برخط، بازتابی از "خود"های واقعی آنان است. همچنین این محققان دریافتند که نوجوانان در محیط برخط برای به اشتراک گذاشتن حقایقی درباره خویشتن و هویت خود از راهبردهای خلاقانه‌ای از جمله کد ا.ا. اس. ال. (سن/ جنسیت/ محل^۵) مانند ۱۶/ ام/ سی. ا. استفاده می‌کنند که به اطلاع دیگران می‌رساند، کاربر ۱۶ ساله، دختر و اهل کالیفرنیا است. این اطلاعات زمینه احساسی مناسبی را برای شکل‌گیری مکالمه ایجاد می‌کند؛ همچنان که بر اساس مطالعات بنیادی روان‌شناسی اجتماعی نیز می‌توان دریافت که جنسیت و سن دو مقوله مهمی هستند که مردم در ارتباطات رو در رو مورد توجه قرار می‌دهند.

-
1. self- presentation online
 2. nickname
 3. avatar
 4. a/s/l cod
 5. age/ sex/ location (a/s/l)
 6. 16/ M/ CA

در بازی‌های رایانه‌ای و جهان‌های پیچیده مجازی، هویت‌ها یا شخصیت‌های برخط بازیکنان در قالب آواتارها ظاهر می‌شوند که بسته به فضای برخط، صورت‌های گوناگونی از مخلوقات انسانی تا موجودات تخیلی به خود می‌گیرند. در جریان بازی، بازیکنان روی آواتارشان کنترل کاملی دارند و قادر هستند آن را به طریق دلخواه شکل دهند، تا جایی که می‌توان گفت، در فضای بازی‌ها در مقایسه با محیط‌های برخط دیگر انتخاب‌های بیشتری برای خلق هویت‌های مجازی در اختیار کاربران است. نوجوانان و جوانان در مقایسه با بزرگسالان تمایل بیشتری برای همانندسازی با آواتارهایشان دارند (اسماهل، ۲۰۰۸) چنان که خود را شبیه آنها می‌دانند و معتقدند که آنان نیز دارای مهارت‌ها و توانایی‌های آواتار مورد نظرشان هستند. به نظر راسنز (۲۰۰۶، نقل از کوثری، ۱۳۸۹) بازی‌های رایانه‌ای که بازیکن با رغبت دنبال می‌کند به ساختن نوعی هویت لذتبخش کمک می‌کنند؛ این هویت را هویت بازی ساخته نیز می‌توان نامید، چنان که در فرایند بازی و روایت بازی است که هویت بازیکن شکل می‌گیرد. بازیکن باید در بازی اقدام کند، حوادث را پشت سر گذارد و پیوسته تصمیم بگیرد. به این ترتیب در جریان کشف جهان بازی و انتخاب‌هایی که بر سر راه اوست، هویتش ساخته می‌شود.

عکس‌ها و ویدئوها نیز که به راحتی در وبلاگ‌ها و شرح حال‌های افراد در شبکه‌های اجتماعی و سایر سایت‌های کاربر- تولید شده، قرار می‌گیرند، ابزار دیگری برای ارائه- خود برخط هستند. چنان که اسماهل و سابراهمانیام (۲۰۱۰) با مطالعه روی ۱۹۵ وبلاگ که نشانگر بیان- خود در نوجوانان بود، نتیجه گرفتند که ۶۰ درصد نوجوانان تصاویر خود را در این محیط منتشر کرده‌اند و همچنین احتمال ارسال تصاویر از سوی جوان‌ترها در مقایسه با افراد مسن بیشتر بود.

نیاز هویتی به «خود» و «دیگری»

فهم ما از خود، هویت فردی و فهم فرد از دیگری، هویت اجتماعی را می‌سازد. در واقع بخش مهمی از هویت افراد وابسته به درکی است که از «خود» دارند. درک فرد از خود، مجموعه‌ای از افکار و احساساتی است که او به خود نسبت می‌دهد (ریس و یونیس، ۲۰۰۴). بخش دیگری از هویت چیزی است «که دیگران ما را با آنها می‌شناسند». بنابراین هویت سازی روندی عمومی است که مستلزم «اظهار هویت» توسط فرد و «هویت دهی» توسط سایرین است. هویت افراد زمانی به وجود می‌آید که بین هویت اظها شده توسط فرد و هویت اعطا شده از سوی دیگران تطابق وجود داشته باشد. در روابط رو در رو، هویت افراد با توجه به محدودیت‌هایی شکل می‌گیرد. برای مثال، افراد نمی‌

توانند ویژگی‌ها و خصوصیات فیزیکی را به خود نسبت دهند، که در آنها وجود ندارد (برای مثال جنسیت، نژاد، ظاهر) یا برای تأثیر گذاری بر سایرین، ادعا کنند از برخی از شرایط اجتماعی برخوردار نیستند.

با این حال، اینترنت شرایط سنتی هویت سازی را تغییر داده است. از آنجایی که افراد در ارتباط اینترنتی حضور فیزیکی ندارند، این امکان برای آنها وجود دارد تا از طریق آن هویتی را برای خود به وجود بیاورند که با ویژگی‌های حقیقی آنها تفاوت دارد. تأثیر اینترنت در هویت سازی بیش از یک دهه مورد تحقیق و بررسی قرار گرفته است، اما بسیاری از این تحقیقات در مورد هویت سازی، در محیط‌های مجازی ای صورت گرفته است که افراد در آن به شکل ناشناس (برای مثال، در چت روم‌ها). براساس این تحقیقات افراد در محیط‌های مجازی ای که می‌توانند در آن به شکل ناشناس حضور یابند، تمایل دارند نقش فرد دیگر را بازی کنند؛ یا حتی رفتارهای ضدهنجار داشته باشند. تحقیقات نشان داده است که افراد در فضاهایی که در آن هویت واقعی شان مشخص است، به شکل متفاوتی عمل می‌کنند. اهمیت این یافته‌ها از آنجا ناشی می‌شود که نشان می‌دهد محیط مجازی محیطی یکدست نیست و فضاهای متفاوت، رفتارهای متفاوتی را ایجاد می‌کند. فیس بوک در فوریه ۲۰۰۴ تأسیس شد و بنابر اظهارات مؤسسان آن، برنامه و ابزاری اجتماعی است که به افراد کمک می‌کند تا با دوستان، اقوام و همکاران خود ارتباط مؤثرتری برقرار کنند. این شرکت فناوری ای را به وجود آورده است که ارتباط و مشارکت در اطلاعات را از طریق گراف اجتماعی، که نوعی نقشه برداری دیجیتال از ارتباطات اجتماعی افراد حقیقی است، تسهیل می‌کند. هرکس می‌تواند عضو فیس بوک شود، و در محیطی که بنابر گفته‌ی این وبگاه مطمئن است، با افرادی که می‌شناسد، ارتباط برقرار کند (عاملی، ۱۳۸۹).

نتیجه گیری

در گذشته هویت افراد و روابطشان با دیگران وابسته به فضای مادی ای بود که در آن زندگی می‌کردند و مکان عنصری تعیین کننده بود. اما در حال حاضر به وابسته ظهور تکنولوژی نوین اطلاعاتی و ارتباطی، محدودیت‌های زمان و مکان از بین رفته و فرد دیگر به مکان محلی و بومی خود وابسته نیست، بلکه می‌تواند مرزهای جغرافیایی را طی کند و با جهان بزرگتری در ارتباط باشد.

تکنولوژی‌های جدید بر زندگی جوانان نیز بی‌تأثیر نبوده‌اند. تنوع طلبی و نوجویی از ویژگی‌های

نسل جوان است که جوانان را به مصرف کننده عمده این تکنولوژی ها و محصولات تبدیل می کند. در سال های اخیر شاهد تغییر شکل گذران اوقات فراغت جوانان، خانگی شدن آن و به وجود آمدن نوع جدیدی از خلوت در بین جوانان هستیم. در این بین چت و پیام کوتاه میان جوانان از محبوبیت زیادی برخوردارند. این دو قابلیت می تواند تأثیرات هویتی مانند ایجاد هویت مجازی، هویت کاذب و هویت آنی بر روی جوانان داشته باشد. در عین حال می تواند موجب تسهیل ارتباط با همسالان خصوصا جنس مخالف شود. این ارتباط می تواند نقش مهمی در هویت، نگرش ها و ارزش های جوانان داشته باشد.

در این مقاله به ساخته شدن هویت برخط در محیط مجازی اینترنت پرداخته شد. در فضای مجازی اینترنت، فرصتهایی فراهم می شود که نوجوانان می توانند هویت های گوناگون را امتحان کنند و به ارائه و بیان خودهای متعدد بپردازند. به این ترتیب زمینه و بستر مناسبی برای رشد هویت آنان در دنیای واقعی ایجاد می شود چرا که دنیای برخط و آفلاین نوجوانان رابطه بسیار نزدیکی دارند. اما باید گفت که امکان آزمایشگری هویت و ابراز خودهای متعدد تنها یک جنبه از نقش اثرگذار اینترنت را در رشد هویت نشان می دهد. جنبه دیگر اثرگذاری اینترنت در رشد هویت کارکرد آگاهی دهنده و آموزشی پایگاه های اطلاع رسانی آن است. نوجوانان افزون بر آموزه های خود از اتاق های گفتگو و شبکه های اجتماعی، می توانند با جستجوی موضوع های گوناگون در پایگاه های علمی و آموزشی، اطلاعات و دانش گسترده و متنوعی را درباره حوزه های مختلف زندگی کسب کنند و در معرض ارزش ها، باورها و الگوهای فرهنگی غیر بومی دیگر کشورهای دنیا قرار گیرند که این امر به نوبه خود نقش قابل توجهی در شکل گیری و تحول هویت آنان ایفا می کند. نقش رسانه های جدید در فرایند جهانی شدن و تغییر هویت ملی نوجوانان و جوانان نیز در همین راستا قابل مطالعه و بررسی است. با افزایش توجه نوجوانان و جوانان به منابع اطلاعاتی فراتر از خانواده و محیط آموزشی در مقایسه با سال های کودکی و سهولت دسترسی به فناوری های نوین ارتباطی مانند اینترنت افق های مقایسه ای آنان وسیع تر می شود، چنان که به مقایسه وضعیت کشور خود با سایر کشورهای جهان می پردازند و بر این اساس هویت فرهنگی و ملی خود را بازتعریف می کنند. از سوی دیگر امروزه شبکه های اجتماعی موجود در اینترنت نقش قابل توجهی در بسیج نوجوانان و جوانان پیرامون اهداف و فعالیت های مشترک دارند که این امر به نوبه خود به تقویت هویت های گروهی و اجتماعی آنان در دنیای واقعی

منتهی می‌شود

اما این نکته را نیز نباید از یاد برد که فضای مجازی، فضایی است که در عین داشتن تهدیدها و محدودیت‌ها، می‌تواند فرصت‌ها و قابلیت‌های زیادی را نیز همراه داشته باشد. سیاستگذاران باید در درجه اول نیازهای جوانان را به خوبی شناسایی کنند و در درجه دوم این فضا را به درستی مدیریت کنند و به سمت تولید محتوای مناسب و سالم در قالب‌های جذاب و متناسب با ذائقه جوانان بروند. تا زمانی که به لحاظ فرهنگی، اقدامی عملی صورت نگرفته و برنامه ریزی مدونی برای اوقات فراغت جوانان وجود ندارد، نباید انتظار داشت که جوانان از تهدیدهای مربوط به استفاده از تکنولوژی‌های جدید مصون بمانند. در نتیجه در این بین سه امر ضروری می‌نماید: شناخت نیازهای جوانان، آگاه‌سازی آنان و تدبیر و برنامه‌ریزی صحیح برای اوقات فراغت آن‌ها.

منابع فارسی

- بیابانگرد، اسماعیل (۱۳۷۸). اثرات تلویزیون بر رشد کودکان. **فصلنامه پژوهش و سنجش**، سال پنجم، شماره ۱۵ و ۱۶.
- بیابانگرد، اسماعیل (۱۳۸۹)، **روان شناسی تربیتی**. تهران: انتشارات ویرایش.
- بیابانگرد، اسماعیل (۱۳۹۰) **روان شناسی نوجوانان**. تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی
- خانیکی، هادی (۱۳۸۷) رسانه ها و هویت دستخوش تغییر جوانان. **مجله رسانه** . سال سیزدهم، شماره اول.
- دفلور، ملوین و دنیس، اورت (۱۳۸۳)، **شناخت ارتباطات جمعی**. ترجمه سیروس مرادی، تهران: انتشارات دانشکده صداوسیما.
- ذکایی محمد سعید و خطیبی فاخره (۱۳۸۶) **اینترنت و تغییرات هویتی**. **مطالعات فرهنگی و ارتباطات**. شماره ۷.
- سعدی پور ، اسماعیل (۱۳۸۹) **روان شناسی رشد** . تهران : نشر دوران
- شیخ انصاری، مهین (۱۳۸۴). **اثر اینترنت بر روابط اجتماعی و فرهنگی نوجوانان در شهر تهران**. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد شمال تهران. دانشکده علوم اجتماعی.
- عاملی، سعید رضا (۱۳۸۹) **مطالعات انتقادی استعمار مجازی امریکا** . تهران : انتشارات امیر کبیر
- کوثری، مسعود. (۱۳۸۹). **عصر بازی (بازهای ویدئویی و رایانه‌ای در جامعه معاصر)**، تهران: دریاچه نو.
- لطف آبادی، حسین (۱۳۸۸) **روان شناسی رشد**. تهران: سمت
- هاریس، جکسون (۱۳۹۰) **روان شناسی وسایل ارتباط جمعی** (ترجمه اسدزاده ، سعدی پور و شهبازخان). انتشارات سروش
- کاستلز، م و اینس، م (۱۳۸۴)، **گفتگوهایی با امانوئل کاستلز**. ترجمه حسن چاووشیان .تهران: نشر نی.
- Cho, C. H & Choeon. H (2005) Children`s exposure to negative internet content . **Journal of Broadcasting & Electronic Media** , 49, 488-509
- Livingstone, Sonia. (2002). **Young people and new media**. Hardcover. 1. 126-152.
- Miller/ M, and S.D. Reese (1982). Media dependency as Interaction: Effects of expousure and reliance on political activity and efficacy. **Communication Research** p: 227-248.
- . Greenberg, B. (2006) Parenting the internet . **Journal of Communication**, 56, 486- 504.
- Erikson, E.H(1968) **Identity,youth and crisis**. NewYork, NY.W.W.Norton
- Greenfield, p. m & subrahmanyam, K (2003) Online discourse in a teen chatroom. **Journal of applied developmental psychology** **24**, 713- 738
- Harris ,B (2008) **Teenagers**. Retrieved November 27, 2009 from http://files.Ctia.Org/pdf/HI_Teen Mobile study _Research Report.pdf
- Jones, s& Fox, S (2009)Generations online in 2009. **Developmental Psychology**, 43, 1794-1809

- Juvonen, J & Groos, E (2008) Extending the school ground? **The Journal of School Health** , 78, 496- 505. Developmental and validation of age identity status. **Journal of personality and social psychology**, 3,551-558
- Marcia, J.A (1966)
- Mitchell, K. & Wolak, J (2005) Protecting youth online. **Child abuse & Neglect**, 29, 753-765.
- Nelson, M & etal (2006) Longitudinal and secular trends in physical activity and sedentary behavior during adolescents, 2003-2006. **Pediatrics**, 118, 1627- 1634
- Prenesky, M (2001) Digital natives. **On the Horizon**, 9, 1-6.
- Reis,O & Younis,J (2004) Patterns I identity change and development in relationships with mother and friend. **Journal af adolescent Research**,19, 31-44
- Smahel, D(2003) Psychologie and internet . **Journal af adolescent Research**,22, 36-49
- Smahel, D. (2009) **Cyberbullying among Czech Intrnet Users**. London:UK
- Smahel, D., Blinka, L., & Ledabyl, O. (2008). Playing MMORPGs: Connections between Addiction and Identifying with a Character. **Cyberpsychology and Behavior**, 11, 715-718.
- Subrahmanyam , K.(2010) **Technology and physical and social health**. Oxford:Elseveir
- Subrahmanyam, K.,Garcia, E.C., Harsono, S. L., Li, J., & Lipana, L. (2009). In their words: Connecting online weblogs to developmental processes. **British Journal of Developmental Psychology**, 27, 219- 245.
- Subrahmanyam , K.Smahel,D.& Greenfield,p.M (2006) Connecting developmental constraction to the internet. **Developmental Psychology**, 42, 395-406
- Turkle,S. (1997) **Life on the screen identity in the age of internet**. NewYourk: NY:Touchstone
- Tynes, B 920070 internet safety gone wild? **Journal of Adolescent Research**, 22, 575-585.
- Tynes, B. (2007) Role taking in online classrooms. **Developmental psychology**. 43, 1312-1320.
- Wallace, P.M (1999) **The psychology of the internet**. NewYourk: cambriedge university Press.