Journal of Iranian Cultural Research, 19(2), 141-183, Summer 2026

Bakeshlu, S., & Bashir, H. (2026). A systematic review of research on adolescent identity and media in Iran. *Journal of Iranian Cultural Research*, 19(2), 141-183. doi: 10.22035/jicr.2026.3524.3749

https://doi.org/10.22035/jicr.2026.3524.3749 URL: https://www.jicr.ir/article_562.html

2008-1847 / © The Authors. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0).

Research Paper

A systematic review of research on adolescent identity and media in Iran

Somayye Bakeshlu[1], Hassan Bashir[2*]

Received: Jul. 20, 2025; Accepted: Feb. 18, 2026

ABSTRACT

In the present era, media has attracted researchers' attention as one of the most important elements influencing identity. The research conducted in this domain, which has gained significant momentum in recent years, has been thematically scattered. Consequently, there was a need to synthesize and analyze the results of the conducted research in order to apply a multidimensional, comprehensive, and analytical perspective to the existing body of work. This study, while reviewing some theories in the field of identity and utilizing the systematic review method, examined 53 scientific studies published between 2004 and 2024 and concluded that the majority of the research has been conducted either qualitatively or quantitatively, with combined-methods research receiving considerably less attention. Furthermore, through the analysis of the results, five main themes were identified, which are as follows: First, the types of interaction between adolescent identity and media in cyberspace; Second, the impact of media on dimensions of identity, including the weakening of national and religious identity when confronted with global media, gender identity disorder, and the reinforcement of individualism; Third, factors affecting identity crisis, such as duration of use, the role of family, and the type of media; Fourth, the identity-forming function of media in creating subcultures; and Fifth, the unbalanced research focus on specific types of identity. The methodological gaps in these studies also include a shortage of longitudinal studies, geographical limitations of the samples, and the dominance of Western theories.

***Keywords*:** adolescent identity, media, cyberspace, systematic review, Iran

1. PhD Student in Culture and Communication, Faculty of Islamic Studies, Culture and Communication, Imam Sadiq University, Tehran, Iran
✉ s.bakeshlu@isu.ac.ir

2. Professor of International Communication Sociology, Department of Propagation and Communication, Faculty of Islamic Studies, Culture and Communication, Imam Sadiq University, Tehran, Iran
✉ bashir@isu.ac.ir
* Corresponding Author

Iranian Cultural Research

Vol. 19
Issue 2
Summer 2026

INTRODUCTION

"In the past, the sources shaping identity were predetermined, and individuals' identities were largely ascribed; this meant that people in a society did not undergo significant change and transformation in terms of identity formation. In fact, in the past, place played a key role in creating social identity, as people lived in small, closed environments and their social identity was formed through face-to-face interactions with those around them in a stable environment. Individuals had less connection with the outside world, and local traditions shaped a major part of their identity" (Adlipour, Soleimani, and Mafakheri, 2015, p. 94). With the advent of modernity, the dominance of media tools diminished the role of other components; because media and information and communication technologies, by expanding individual capabilities, detached people from their place and provided them with much wider communication networks. "As a result, individuals are faced with diverse identity-forming resources, and identity formation has taken on a non-local and global form" (Khani Jazani, 2009, p. 35). What becomes more important here is the fluidity of identity over time, its multidimensional nature, and its dependence on numerous factors. The current generation of Iranian adolescents, as a group raised in the context of interactive communication technologies, constructs part of their identity through interaction with media content, social networks, and online games. In Iran, the field of adolescents and media has been of interest to researchers, and the implementation of studies, in particular, has accelerated in recent years. Despite the expansion of research in the field of adolescent identity and media, the lack of a comprehensive synthesis and analysis of findings from studies that have addressed this issue from various angles and dimensions has led to a limited and one-dimensional understanding of its aspects. Most studies have investigated one or two limited dimensions from a specific viewpoint (2005-2024), and comprehensive, multidimensional patterns have not been identified. Also, a review of related research indicates that despite the growth of identity studies in Iran, fundamental theoretical and methodological gaps exist.

PURPOSE

This research attempts to answer this question: What were the main themes and dominant patterns regarding the influence of media on the identity formation of Iranian adolescents in studies published between 2005 and 2024, and how can these effects be explained in the socio-cultural context of Iran?

METHODOLOGY

The present study, aiming to examine the results of research studies in the field of adolescents and media, utilized a systematic review to methodically examine Persian scientific articles. In this research, efforts were made to follow the research path in a structured manner according to this PRISMA guideline. Before entering the search phase, rules for the search were determined, including the following:

Study Population: Iranian adolescents aged 11-18 years.

Intervention: Media consumption (including both traditional and digital media).

Outcome: Impact on identity (social, national, gender, religious).

Comparison: Media consumption groups.

1. In the first stage, and in accordance with the guideline, all Persian databases including Ensani, Noormags, SID, and Magiran , as well as Google Scholar , were examined.

2. In the screening stage, rules were first established (Table 1), and screening was carried out step by step according to the established rules. Finally, the identified sources were reduced to 70 after the screening stage.

Table 1. Rules Established for Screening Articles

Inclusion Criteria	Exclusion Criteria
Articles in Persian.	Duplicate articles in databases were removed.
Specifically focused on the topic of adolescent identity and media.	If the original source was inaccessible, it was excluded from the review.
Address the main research question.	Theoretical articles without empirical data were excluded from the review.
Studies focused on Iranian society.	

3. At this stage, quality assessment indicators were considered, which are: 1. Database credibility (indexing in reputable databases). 2. Credibility of the publishing journal. 3. Explicit specification or allocation of the topic to types of identity categories and connection with the adolescent age range. 4. Methodological soundness of the results. For this purpose, the information required for quality assessment was entered and recorded in data extraction tables (in Excel) for each source and scored at three levels: good, medium, and weak.

4. all sources were entered into Excel software for accurate recording of extracted information from the studies and source evaluation. In these tables, information such as study title, main findings, relevance to the current research questions, reasons for inclusion or exclusion, etc., were recorded in as much detail as possible for use in source evaluation and also for providing analyses related to previous studies, and finally entered the qualitative analysis and coding stage.

FINDINGS

1. Descriptive statistics

The descriptive analysis revealed a dominance of qualitative approaches (58%) in the reviewed studies, with a noticeable lack of mixed-methods research. The methods used in the studies had diversity. In the articles reviewed in this study, 42% of the research was conducted by women and 58% by men. However, the lead author in most of the studies was female researchers in this field.

The majority of the studies were conducted by university professors with the academic rank of Assistant Professor, and the least scientific contribution in this field belongs to undergraduate students. Also, doctoral and postdoctoral students and graduates have shown significant sensitivity to this topic.

A review of the authors of the present study indicates that most of the research was written by two-person groups. Four-author studies are mainly related to recent years (2021-2024). Also,the studies have mainly been conducted in recent years. Also, over 70% of the studies are related to the years 2017 to 2024, and nearly 30% are related to the years before 2017.

Iranian Cultural Research

Vol. 19
Issue 2
Summer 2026

2. Analytical-Statistical

The results of coding the study titles show that research in the field of adolescents and media has focused most of its attention and focus on the role of the media in building national, cultural, and religious identity and interactions in cyberspace.

Table 2. Thematic Categorization of Conducted Studies

Row	Topic	Count	Percentage
1	National/Cultural Identity and Media	9	17.0%
2	Social Media and Identity Formation	7	13.2%
3	Religious Identity and Media	7	13.2%
4	Cultural Identity in Literature/Art	6	11.3%
5	Digital Subcultures and Fandom	5	9.4%
6	Gender/Sexual Identity in Cyberspace	4	7.5%
7	Conflict between Virtual and Real Identity	4	7.5%
8	General Media Influence on Identity	4	7.5%
9	Psychological Dimensions of Identity and Media	3	5.7%
10	Lifestyle and Values under Media Influence	2	3.8%
11	Online Education and Identity	1	1.9%
12	Internet and Identity Development	1	1.9%
Total	-	53	100%

The second most frequent topic is addressing social media as one of the main platforms for identity formation and reinforcement, which can also be due to the rapid growth and development of internet networks like Instagram, Telegram, and also fan groups.What is noteworthy here is the researchers' focus on Western theories, which indicates the dominant currents of thought regarding these topics among researchers.

Thematic Analysis of Research Result : By carefully reviewing 53 identified articles in this field and analyzing the content of the findings and results of the studies, a total of 50 basic themes, 19 organizing themes, and 4 overarching themes were identified, which will be analyzed and interpreted below.

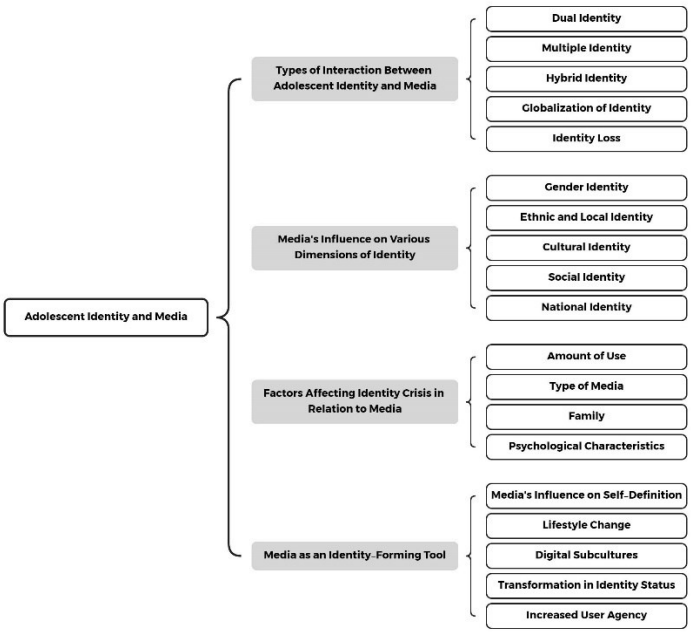


Chart 1. Overarching and Organizing Themes in the Field of Adolescent Identity and Media

3. Media Influence on Types of Identity

Gender Identity: Adolescent girls' use of satellite television programs has led them to distance themselves from traditional gender roles and has distorted their gender identity.also, presence for more than 5 hours per day on virtual networks like Instagram causes damage to the gender identity of adolescent girls. The display of the ideal body on Instagram and modeling from celebrities has led to the commodification of gender identity.

Religious Identity: nstagram-using adolescents act selectively when faced with religious content. Also, the link between religious identity and self-display indicates the dramatization of religion among adolescent users of the Instagram social network.

Ethnic and Local Identity: Transnational media, by promoting global values, have weakened attachment to ethnic and local identities. In contrast, national mass media have not been able to provide an effective representation of ethnic identity.

National Identity: What is evident in studies related to national identity is the gap between knowledge, attitude, and behavior regarding national identity in mass and social media. National identity and its dimensions among adolescents whose dominant media is social media (such as Instagram) are weaker than among adolescents whose dominant media is mass media (such as television).

Individual and Social Identity: Individual and Social Identity: In social identity as well, independent variables such as age, gender, level of use, and duration of respondents' use of social networks have a significant relationship with the negative effects of social media on social identity.

Iranian Cultural Research

Vol. 19
Issue 2
Summer 2026

4. Factors Influencing Identity Crisis

Duration of Use: Using Instagram for more than 5 hours daily is associated with reduced identity coherence (especially in girls).

Role of Family: The style of parental intervention (such as dialogue, setting limits, or accompaniment) acts as a moderating factor. Families with cohesive structures reduce the negative effects of media on adolescent identity through critical dialogues.

Psychological Characteristics: Early maladaptive schemas and confused identity styles drive adolescents towards fragmented identities.

Type of Media: Twhen examining the effect of media on identity, a distinction must be made between domestic and foreign media, traditional and new media, mass and social media.

5. Media as an Identity-Forming Tool

Media consumption (film, music, internet) is not only a tool for leisure but also a tool shaping the self-concept or identity of adolescents. On the other hand, presence on social networks like Instagram, by creating more autonomy in expressing identity, allows adolescents to present an image of themselves that is inconsistent with official upbringing and culture by selectively choosing religious or gender components. This process not only leads to reduced identity coherence (especially in girls) but also affects the boundaries of national identity, so that

adolescents in cyberspace represent themselves more as a human member of the world than as someone with an Iranian identity. These findings confirm that although new media, by strengthening user agency, provide the possibility of controlling the identity formation process, they simultaneously expose adolescents to identity crises.

CONCLUSION

The findings suggest that digital media have dual functions: on one hand, they provide opportunities for redefining identity and fostering creativity, and on the other hand, they fuel the conflict between real and virtual identities. Thematic analysis identified four main areas: types of interaction between identity and media, impact on dimensions of identity, factors affecting identity crisis, and the identity-forming function of media. To mitigate these challenges, strategies such as enhancing media literacy, revising national media content, and promoting dialog-based supervisory styles within families have been proposed.

NOVELTY

This research provides a integrated, and multi-dimensional analytical framework .It highlights significant methodological gaps, including "a shortage of longitudinal studies, geographical limitations of samples, and the predominance of Western theories," thereby charting a course for future research in this critical area within the specific cultural milieu of Iran.

AKNOWLDGEMENT

We would like to express our gratitude to the respected professors of Imam Sadiq University (AS) for their iscientific supports.

CONFLICT OF INTEREST

No conflict of interest declared by the authors.

FUNDING

This Article received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

BIBLIOGRAPHY

Abdipour, N., & Jamshidimehr, P. (2021). The effects of online education on identity-educational patterns. *Journal of Research in Humanities Education*, 7(24), 75-90. [In Persian]

Abdoli, S., Youseffam, A., & Khamseh, Sh. (2024). How child and adolescent identity is formed in children's stories by Mohammad Hossein Mohammadi based on the views of Erikson and Giddens. *Journal of Children's Literature Studies, Shiraz University*, 15(1), 137-165. doi:10.22099/jcls.2023.46631.1972 [In Persian]

Adlipour, S., Soleimani, H., & Mofakheri, I. (2014). The relationship between media consumption with social identity and modern lifestyle among the youth in Tabriz. *Communication Research* , 21(79), 121-146. [In Persian]

Aghapour, F. (2020). Representation of ethnic identity in the adolescent novel "The Turbulent Plain": You are not Baloch... If you are, you are not one of us. *Journal of Children's Literature Studies, Shiraz University*, 11(1), 1-27. doi:10.22099/jcls.2019.33713.1698 [In Persian]

Ahmadi, S., & Parham, F. (2022). Representations of national identity in authored and translated texts of adolescent literature. *Journal of Language and Translation Studies*, 55(3), 121-153. [In Persian]

Ainsworth, Sh. (2008). How do animations influence learning? School of Psychology and Learning Sciences Research Institute, University of Nottingham, University Park, Nottingham, NG7 2RD, UK.

Andreassen, S., Randers, I., Ternulf Nyhlin, K., & Mattiasson, A.-C. (2007). A meta-analysis of qualitative studies on living with oesophageal and clinically similar forms of cancer, seen from the perspective of patients and family members. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-Being*, 2(2), 114–127. doi:10.1080/17482620701305589

Avci, H., Baams, L., & Kretschmer, T. (2024). A Systematic Review of Social Media Use and Adolescent Identity Development. *Adolescent Research Review*, 10(2), 219–236. doi:10.1007/s40894-024-00251-1

Azizi, F., & Azizi, H. (2021). Documenting and analyzing the role of Iranian pop and rap music stars in identity formation and socialization of Iranian teenage fans on Instagram (Case study: Amir Hossein Tataloo and Seyed Hossein Mousavi (known as Tahi)). *Scientific Quarterly of Strategic Studies of Culture*, 1(3), 101-126. doi:10.22083/scsj.2021.144756 [In Persian]

Baran, S.J & Davis, D.K. (2012). *Mass Communication* Theory: Foundations, Ferment, & Future. Austrailia: Wadsworth Cengage Learning.

Barker, C. (2004), *The Sage Dictionary of Cultural Studises*, London:Sage Publications.

Barker, C. (2022). *Cultural Studies: Theory and Practice* (Translated by Mahdi Faraji and Nafiseh Hamidi). Tehran: Institute of Cultural and Social Studies. [In Persian]

Berk, L. (2008). Ravān-šenāsi-ye rošd; az nowjavāni tā pā yān-e zendegi [Development Through the Lifespan] (Y. Seyedmohammadi, Trans.; Vol. 2). Tehran, Iran: *Arasbārān*. (Original work published 2001) [In Persian]

Biabangard, E., & Pournorouz, M. (2006). A study of identity in adolescent programs of IRIB Channel 1 and 2. *Communication Research*, 12(44), 39-64. [In Persian]

Born, E. (2000). Bæd-e farhangi-ye ertebātāt barā-ye tose'e [The Cultural Dimension of Communication for Development] (M. Falsafi, Trans.). Tehran, Iran: *Markaz-e Tahghighāt-e Sedā va Simā*. (Original work published 2000) [In Persian]

Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.

Castells, M. (2011). Asr-e ettelā'āt, eghtesād, jāme'e va farhang (zohur-e jāme'e-ye shabake-i) [The Information Age: Economy, Society and Culture (The Rise of the Network Society)] (A. Aligholian & A. Khakbaz, Trans.). Tehran, Iran: Tarh-e No. (Original work published 1997) [In Persian]

Cherry, G., Boland, A. & Dickson, R. (2023). Doing a systematic review: A student′s guide (Third ed.). SAGE Publications Ltd.

Diamond, A. (2020), Chapter 19–Executive functions. *Handbook of Clinical Neurology*: *Elsevier*, 225-240. doi:10.1016/B978-0-444-64150-2.00020-4

Ebrahimi Varzaneh, L., & Fathi, E. (2024). A qualitative study of the attitude of adolescent girls and young women fans of Korean entertainment products. *Women's Cultural Psychology*, 59(15), 75-90. https://doi.org/10.61186/iau.1119437 [In Persian]

Ebrahimi, M., & NiknamRad, S.M. (2014). A Meta-analysis of identity studies in Iran (By referring to scientific-research papers in a past decade (2002-2012)). *National Studies Journal*, 15(57), 149-177. [In Persian]

Erickson, E. H. (1968). *Identity. Youth and Crisis*. New York: Norton.

Etemadi, M., Seyednaghavi, M. A., Bamdad Soofi, J., & Hamzepour, M. (2019). Designing an interpretive structural model of lean leadership; Based on comprehensive approaches to the essence of the lean concept [In Persian]. *Management Tomorrow Journal* , 17(57), 250-333. [In Persian]

Faraji Nayeri, M., Sadeghi Nayeri, R., & Abdolrahimi, A. (2019). Assessing the relationship between modern lifestyle and the expansion of cyberspace on culture, social identity, values, and social relations of adolescents. *Journal of Islamic Lifestyle Centered on Health*, 3(3), 1-11. [In Persian]

Farajzadeh, Gh., & Jafari, A. (2023). Adolescents' lived experiences of the role of traditional and new media in national identity. *National Studies Quarterly*, 24(94), 35-54. doi:10.22034/rjnsq.2023.365370.1447 [In Persian]

Foulad, M., Nohi, Sh., Aghaei, H., & Masoudi Shahed (2023). Modeling addiction to virtual social networks based on early maladaptive schemas: The mediating role of spiritual identity in female adolescents. *Journal of Disability Studies*, 13(1), 118. [In Persian]

García-Holgado, A., & García-Peñalvo, F. J. (2018). Mapping the systematic literature studies about software ecosystems. In F. J. García-Peñalvo (Ed.), Proceedings TEEM'18. *Sixth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality*, 910-918. doi: 10.1145/3284179.3284330

Gerbner, G., & Gross, L.(1976). Living with Telveision. The Violence Profile. *Journal Of Communication*, 26. 173-199. doi: 10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x

Ghanbari Baghestan, A., Hosseinzadeh, F., & Gholami, F. (2023). The "reduced" identity formation process of Generation Z in social networks: A case study of adolescent girls in Mashhad. *Cultural Studies & Communication*, 19(71), 135-162. doi:10.22034/jcsc.2023.2014283.2704 [In Persian]

Iranian Cultural Research

Vol. 19
Issue 2
Summer 2026

Ghanbari Barzian, A. (2017). The impact of virtual leisure and computer games on adolescents' religious identity. *Scientific Quarterly of Cultural-Communication Studies*, 18(39), 97-120. doi:10.22083/jccs.2017.96680.2246 [In Persian]

Ghanbari Barzian, A., & Hemmati, R. (2015). *Religious Identity in Iranian Society: A Systematic Review of Studies Conducted* (2001–2013). *Journal of Applied Sociology*, 26(3), 117–138. [In Persian]

Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity*. Cambridge, England: Polity Press.

Giddens, A. (1999). Tajaddod va tashakhos: jāme'e va hoviyyat-e shakhsi dar asr-e jadid [Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age] (N. Movafaghian, Trans.). Tehran, Iran: *Ney*. (Original work published 2016) [In Persian]

Giddens, A. (2020). Payāmdhā-ye modernit [The Consequences of Modernity] (M. Solasi, Trans.). Tehran, Iran: *Markaz.* [In Persian]

Goffman, E. (1959). The Presentation of Self in Everyday Life. New York: Doubleday. [In Persian]

Goudarzi, H. (2005). Jāme'ešenāsi-ye hoviyyat dar Irān [Sociology of Identity in Iran]. Tehran, Iran: *Moasseseh-ye Motāle'āt-e Melli / Tamaddon-e Irāni*. [In Persian]

Graneheim, U. H., & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2), 105–112. doi:10.1016/j.nedt.2003.10.001

Hadi Karkevandi, M., Hosseini, S. H., Rezaei, H., & Mousavifar, S. T. (2024). Analyzing the causes of identity formation challenges of adolescents in the real-virtual dual space. *Cultural and Social Research Journal of Children and Adolescents*, 2(1), 97-132. doi:10.22083/cssca.2024.462002.1023 [In Persian]

Haghighatian, M., & Azizi, J. (2012). New media and the challenge of students' social identity (Statistical sample: Students in Shiraz). *Scientific-Research Quarterly of Family and Research*, 9(2), 35-56. [In Persian]

Hamedani, M. A., Atarian, M. M., & Goodarzi, Z. (2023). The role of computer game addiction in de-identification and aggression in adolescents. *Educational and Psychological Studies of Family*, 4(8), 47-74. [In Persian]

Heydari, A., & Ramezani Baseri, A. (2016). Internet, satellite programs and religious identity (Case study: High school students in Marvdasht). *Sociology of Education*, 2(1), 7-26. doi:10.22034/ijes.2016.43675 [In Persian]

Heydari, A., Akvani, S. H., & Kashfi, M. B. (2013). Media and cultural identity: A study of high school students in Yasuj. *National Studies*, 14(3), 123-148. [In Persian]

Heydari, A., Mirfardi, A., & Ramezani Baseri, A. (2014). Gender comparison of religious identity and its relationship with media consumption (TV and satellite); Case study: High school students in Marvdasht. *Religion and Communication*, 20(44), 5-43. doi:10.30497/rc.2014.1550 [In Persian]

Heydari, H., & Jafarzadehpur, F. (2014). A meta-analysis of the relationship between national identity and ethnic identity in Iran. *Social Cultural Strategy* , 3(2), 63-96. [In Persian]

Hosseini Anjedani, M. (2011). Research perspectives on the opportunities and challenges of the internet in adolescent identity development. *Communication Research*, 19(72), 65-91. doi:10.22082/cr.2012.23444 [In Persian]

Hosseini Anjedani, M., Darvizeh, Z., Khosravi, Z., & Pourshahriari, M. (2009). The role of media in the development of national identity among adolescents in Tehran. *Communication Research*, 16(2), 39-64. [In Persian]

Hosseini, S. J., Bashir, H., & Orouji, M. (2024). A systematic review of family and media research (With an emphasis on virtual social networks, cinema and television). *Woman in Culture and Art* , 16(4), 505-524. doi:10.22059/jwica.2024.381647.2073 [In Persian]

Hosseini, V., Sanatjoo, A., Sharif, A., & Yazdi Amin, S. A. (2018). Content analysis of adolescent stories regarding identity dimensions based on Erikson, Marcia, and Berzonsky's theories. *Human Information Interaction*, 5(1). [In Persian]

Hutton, B., Salanti, G., et. al. (2015). The PRISMA Extension Statement for Reporting of Systematic Reviews Incorporating Network Meta-analyses of Health Care Interventions: Checklist and Explanations. *Annals of Internal Medicine*, 162(11), 777–784. doi:10.7326/M14-2385

Jafari, A., & Farajzadeh, Gh. (2024). The role of mass and social media in the construction of national identity among high school students: A phenomenological study. *Scientific Journal of Media*, 35(1), 83-102. doi:10.22034/bmsp.2023.343626.1806 [In Persian]

Jafari, F., Bahrami, S., & Jafari Harandi, R. (2021). Predicting the use of virtual social networks based on identity styles in students of Qom. *Information Management Science and Technology*, 7(3), 219-242. doi:10.22091/stim.2020.6037.1455 [In Persian]

Jahanbakhsh, L., & Soltani, H. (2021). The impact of globalization on the representation of national identity in the illustrations of authored adolescent fiction books in Iran. *Painting Graphic Research*, 4(7), 13-27. doi:10.22051/pgr.2022.41465.1155 [In Persian]

Jahanbakhsh, L., Soltani, H., & Moridi, M. R. (2024). A study of the representation of Iranian cultural identity components in illustrated adolescent books using social semiotics. *Glory of Art*, 39-52. doi:10.22051/jjh.2023.43144.1948 [In Persian]

Janparvar, M., Bahrami Jaf, S., Salehabadi, S., & Mazandarani, R. (2021). A qualitative meta-analysis of the method and results related to border market research in Iran. *Geographical Journal of Regional Development*, 179-205. doi:10.22067/jgrd.2021.68121.1002 [In Persian]

Jokari, M., & Hesampour, S. (2022). Construction of body and identity formation of girls in Iranian adolescent novel; A case study: The works of Abbas Jahangirian. *Sociology of Culture and Art*, 4(3), 48-66. doi:10.34785/J016.2022.029 [In Persian]

Kalantari, A., Roshanfekr, P., & Javaheri, J. (2011). A review of three decades of research on "Causes of Divorce" in Iran. *Women's Strategic Studies* , 14(53), 129-162. [In Persian]

Kamali Shahrzad, & Mottaghi, R. (2024). Comparison of maladaptive schemas and cyberspace on congruent and incongruent sexual identity in adolescents and young adults. *Nursing Education*, 13(4), 90-103. [In Persian]

Kamali, M., Navin, H., & Salahi, A. (2021). A study of national identity in children's and adolescent's poetry (Based on poems by Ebrahimi, Rahmandoust, Sha'bani, and Keshavarz). *National Studies Quarterly*, 22(85), 29-48. doi:10.22034/rjnsq.2021.128210 [In Persian]

Khademi, E., Abad, M., Mahdavi, M. J., & Kermani, M. (2024). A comparative reading of identity reflection in Arabic and Persian adolescent novels based on Erik Erikson's theory (Case study: Faten and Hasti). *Journal of Arabic Language and Literature*, 15(3), 60-78. doi:10.22067/jallv15.i3.2309-1311 [In Persian]

Khani Jazni, J. (2009). Hoviyyat-e majāzi [Virtual Identity]. Tehran, Iran: *Mehrtāb*. [In Persian]

Khaniki, H. (2008). Media and the changing identity of youth. *Media Journal* , 13(1). [In Persian]

Khiyami, A., & Badinfekr, M. J. (2022). The interaction of lifestyle and identity in the construction of digital subcultures among youth; A case study: Iranian fans of the Korean music group EXO. *Cultural Studies & Communication*, 18(66), 225-249. doi:10.22034/jcsc.2021.522713.2319 [In Persian]

Khoshsurat Movaffaq, A., & Mohseni, M. (2024). Representation of perceived gender identity of adolescents interested in K-pop music. *Socio-Cultural Studies of the Realm*, 8(2), 163-187. doi:10.22081/scs.2024.68586.1309 [In Persian]

Kitchenham, B. (2004). Procedures for Performing Systematic Reviews. Keele University Technical Report. Kitchenham.

Koohi, K., & Hasani, M. R. (2011). The relationship between new media use and identity dimensions in adolescents and youth aged 14-29 in Tabriz. *Communication Research*, 19(72), 109-130. doi:10.22082/cr.2012.23446 [In Persian]

Lotfabadi, M. (2013). Theoretical rereading of the concept of "Identity". *Kheradnameh*, 4(10), 53-65. [In Persian]

Mahdizadeh Taleshi, S. M., & Maghamianzadeh, M. (2022). Adolescents and fandom; Norms of Tatality digital subculture. *Quarterly Journal of Social Sciences*, 29(97), 205-243. doi:10.22054/qjss.2023.72266.2606 [In Persian]

Mayer, R. E. (2014). *Cognitive Theory of Multimedia Learning*. *The Cambridge Handbook of Multimedia Learning*, 43–71. doi:10.1017/cbo9781139547369.005

Mesrabadi, J., & Erfani Adab, E. (2015). A meta-analysis of the relationship between learning strategies and mathematical problem-solving performance. *Educational Innovations* , 14(1), 34-55. [In Persian]

Mir Talebi, S. M., Baseri, A., Javadi, A., & Rezaeian, M. (2023). Designing a model for the use of mobile social networks in adolescents' identity formation. *Journal of Adolescent and Youth Psychological Studies*, 4(7), 179-191. [In Persian]

Mohammadizadeh, F., & Mahdizadeh, S. M. (2024). Instagram-using adolescents and religious identity. *Journal of Media Religious Studies*, 6(23), 1-32. doi:10.22034/jmrs.2024.209304 [In Persian]

Mortezaei Farizhandi, K., & Edrisi, A. (2014). National identity formation in the media space. *National Studies Quarterly*, 15(58), 75-94. [In Persian]

Mussen, H., Paul, W., et al. (2017). *Rošd va šaxṣiyyat-e kudak* [Child development and personality] (M. Yasayi, Trans.). Tehran, Iran: Nashr-e Markaz. [In Persian]

Nateghi, S. Z., & Sajjadi, M. S. (2021). The effects of media on the identity of children and adolescents. *Islamic Research on Gender and Family*, 67-86. [In Persian]

Nikbakhsh, B. (2024). Negative effects of social media on adolescents' social identity from the perspective of a social worker. *Cultural Studies & Communication*, 20(74), 145-172. doi:10.22034/jcsc.2022.540125.2470 [In Persian]

Nimruzi, M. A., & Rezaei, A. M. (2019). Comparison of social intelligence and sexual identity, aggression, and addiction tendency in adolescents dependent on the online video game GTA and normal adolescents: A cross-sectional study. *Journal of Research in Rehabilitation Sciences*, 15(5), 286-293. doi:10.22122/jrrs.v15i5.3463 [In Persian]

Nourirad, F., & Khaniki, H. (2021). A study of the relationship between attitudes towards social media and identity styles in adolescents. *New Media Studies*, 7(27), 39-76. doi:10.22054/nms.2021.61500.1228 [In Persian]

Petticrew, M., & Roberts, H.(2006). Systematic reviews in the social sciences: A practical guide. *Oxford*, UK: Blackwell.

Rabbani, H., & Aliabadi, F. (2022). The impact of cyberspace on lifestyle and identity of adolescents during the Corona epidemic. *New Strategies in Psychology and Educational Sciences*, 4(12), 172-181. [In Persian]

Rabeie, A., Abdollahi, A., & Shirovi Khozani, Y. (2015). Investigating the relationship between watching satellite TV and gender identity of adolescent girls in Isfahan. *Quarterly Journal of Women's Socio-Psychological Studies*, 13(3), 99-128. doi:10.22051/jwsps.2015.2153 [In Persian]

Rajabzadeh, A. (2007). Jāme'ešenāsi (1) [Sociology (1)]. Tehran, Iran: *Sherkat-e Chāp va Nashr-e Ketāb-hā-ye Darsi*. [In Persian]

Rajaei, F. (2003). Moshkel-e hoviyyat-e irāniān-e emruz [The Identity Problem of Today's Iranians] (3rd ed.). Tehran, Iran: *Ney*. [In Persian]

Razavizadeh, N., Iranmanesh, H., & Noori, A. (2024). The role of Instagram in identity formation and lifestyle: A case study of male high school students in Parand. *Scientific Quarterly of Cultural-Communication Studies*, 187-213. doi:10.22083/jccs.2024.481508.3947 [In Persian]

Saeedipour, E. (2016). The effects of media with emphasis on the internet on adolescent identity. *Society Culture Media*, 4(16), 81-98. [In Persian]

Schachter, Elli (2014). "Multiple identities as viewed by Eriksonian theory and its critics:A psychological perspective with relevance to contemporary Jewish education". *International Journal of Jewish Education and Research*. 2013 (5-6). 71-90. doi:10.22067/jallv15.i3.2309-1311i

Shahabi Anbaran, B., Jafari, A., Hashemi, Sh., & Soltanifar, M. (2023). Dual identities in the virtual-real space of adolescents (Case study: Secondary high school students in Ardabil province). *Scientific Quarterly of Cultural-Communication Studies*, 24(61), 33-64. doi:10.22083/jccs.2023.331813.3560 [In Persian]

Shahabi, B., Jafari, A., Hashemi, Sh., & Soltanifar, M. (2022). Dual identities in virtual and real space based on adolescents' lived experiences; Thematic analysis. *Educational Psychology Skills*, 2(13), 49-57. [In Persian]

Shahidi, A. (2019). The effect of membership in social networks on identity levels and social security feeling of adolescents. *Theological Belief Researches*, 9(35), 143-152. [In Persian]

Shakeri Varzaneh, M., & Salehi Najafabadi, N. (2023). The effectiveness of teaching media consumption regimen to parents on the religious identity and national identity of secondary high school female students. *Sociology of Education*, 4(4), 10-17. [In Persian]

Sharifi Rahnamo, S., Sharifi Rahnamo, M., & Hedayati Manzoor, J. (2018). Investigating the relationship between the amount of Instagram use and religious identity of adolescents aged 15-18 in Hamedan. *Journal of Police Cultural Studies*, 5(1), 29-58. [In Persian]

Sheikhzadeh, M., & Bani Asad, R. (2021). Tahlil-e mazmun: mafāhim, ravešha va kārbordhā [Thematic Analysis: Concepts, Approaches and Applications]. Qom, Iran*: Logos Publications*. [In Persian]

Soltanmohammadi, A., & Pourseyed Aghaei, Z. S. (2023). A phenomenological pathology of adolescent girls' gender identity in cyberspace. *Counseling Culture and Psychotherapy*, 14(54), 61-84. doi:10.22054/qccpc.2023.71537.3058 [In Persian]

Steensma, T.D., Kreukels, B.P., de Vries, A.L., Cohen-Kettenis, P.T. (2013). Gender identity development in adolescence. *Horm Behav*. 64(2), 288-97. doi: 10.1016/j.yhbeh.2013.02.020

Stryker, S., & Burke, P. J. (2000). The past, present, and future of an identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 63, 284–297.

Tavani, M., Karamollahi, N., & Mohammadi, A. (2022). Sociological analysis of identity and users in Telegram and Instagram social networks (Case study: Senior high school students in Shiraz). *Geography (Regional Planning)*, (48), 432-447. doi:10.22034/jgeoq.2022.320779.3491 [In Persian]

Timulak, L. (2008). Meta-analysis of qualitative studies: A tool for reviewing qualitative research findings in psychotherapy. *Psychotherapy Research*, 19(4–5), 591–600. doi:10.1080/10503300802477989

Vafadar, M., Rastegar Khaled, A., & Baghaei Sarabi, A. (2024). The role of consuming cultural products of East Asian media (anime, K-drama, and K-pop) in the identity of adolescent girls aged 12-18 in Tehran. *Communication Research*, 31(118), 111-145. doi:10.22082/CR.2024.2024614.2669 [In Persian]

Valkenburg, P.M., Meier, A., & Beyens, I. (2022). Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence. *Curr Opin Psychol*. 44, 58-68. doi: 10.1016/j.copsyc.2021.08.017

Vannucci, A., Simpson, E.G., Gagnon, S., Ohannessian, C.M.. (2020). Social media use and risky behaviors in adolescents: A meta-analysis. *J Adolesc*. 79, 258-274. doi: 10.1016/j.adolescence.2020.01.014

Windahl, S., Signitzer, B., & Olson, J. T. (2008). *Kārbord-e nazariye-hā-ye ertebāt [Using Communication Theory]* (A. Dehghan, Trans.; 2nd ed.). Tehran, Iran: *Jāme'eshenāsān*. (Original work published 1992) [In Persian]

Woodward, K. (2002). *Identity and Difference*. London: Sage Publication.

Yaghoubi, A., & Bi Ta, M. (2024). A meta-analysis of the relationship between identity styles and academic performance. *Journal of Educational Measurement* , 15(55), 116-144. doi: 10.22054/jem.2024.74178.3467 [In Persian]

Yavari Ata, & Hosseini, S. B. (2024). Strengthening the national and religious identity of adolescents through teaching monotheism in the form of edutainment in TV programs. *Counseling Research*, 23(92), 176-202. doi:10.18502/qjcr.v23i92.17849 [In Persian]

فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۱۹(۲)، ۱۸۳-۱۴۱، پیاپی ۷۴، تابستان ۱۴۰۵

بکشلو، سمیه؛ و بشیر، حسن (۱۴۰۵). مرور نظام‌مند پژوهش‌های حوزهٔ هویت نوجوانان و رسانه در ایران. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۱۹(۲)، ۱۸۳-۱۴۱. doi: 10.22035/jicr.2026.3524.3749

شاپا: ۱۸۴۷-۲۰۰۸ URL: https://www.jicr.ir/article_562.html https://doi.org/10.22035/jicr.2026.3524.3749

© نویسندگان / دسترسی به متن کامل مقاله براساس قوانین کریتیو کامانز CC BY 4.0 آزاد است. (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0)

مقاله پژوهشی

مرور نظام‌مند پژوهش‌های حوزهٔ هویت نوجوانان و رسانه در ایران

سمیه بکشلو[۱]، حسن بشیر[۲*]

دریافت: ۱۴۰۴/۰۴/۲۹؛ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۱/۲۹

چکیده

در عصر حاضر، رسانه‌ها، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر مؤثر بر هویت، توجه پژوهشگران را به خود جلب کرده‌اند. پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه که در سال‌های اخیر گسترش چشمگیری یافته‌اند، دارای پراکندگی موضوعی بوده و هریک از وجهی، موضوع هویت و رسانه را بررسی کرده‌اند؛ ازاین‌رو، لازم است تا نتایج پژوهش‌های انجام‌شده، ترکیب و تحلیل شود تا با بهره‌گیری از نتایج آن‌ها، پژوهش‌های موجود با نگاهی چندبعدی، جامع، و تحلیلی بررسی شوند. این پژوهش، ضمن مرور برخی نظریه‌های حوزهٔ هویت، ۵۳ پژوهش علمی منتشرشده در بازهٔ زمانی ۱۳۸۴ تا ۱۴۰۳ را با بهره‌گیری از روش مرور نظام‌مند، بررسی و به این نتیجه رسیده است که بیشتر پژوهش‌ها، به‌صورت کیفی یا کمی انجام شده‌اند و پژوهش‌های ترکیبی، چندان موردتوجه نبوده‌اند. همچنین، با تحلیل نتایج، ۵ مضمون اصلی شناسایی شدند که عبارت‌اند از: نخست، انواع تعامل هویت نوجوانان و رسانه (دوگانه/ ترکیبی) در فضای مجازی؛ دوم، تأثیر رسانه بر ابعاد هویت، شامل تضعیف هویت ملی و دینی در رویارویی با رسانه‌های جهانی، اختلال هویت جنسیتی و تقویت فردگرایی؛ سوم، عوامل مؤثر بر بحران هویت، مانند مدت استفاده، نقش خانواده، و نوع رسانه؛ چهارم، کارکرد هویت‌ساز رسانه در ایجاد خرده‌فرهنگ‌ها؛ و پنجم، تمرکز نامتوازن پژوهشی بر انواع هویت. شکاف‌های روش‌شناختی این پژوش‌ها نیز شامل کمبود مطالعات طولی، محدودیت جغرافیایی نمونه‌ها، و غلبهٔ نظریه‌های غربی است.

کلیدواژه‌ها: هویت نوجوانان، رسانه، فضای مجازی، مرور نظام‌مند، ایران

---

۱. دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات، دانشکده معارف اسلامی، فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران
s.bakeshlu@isu.ac.ir ✉

* نویسنده مسئول

۲. استاد جامعه‌شناسی ارتباطات بین‌الملل، گروه تبلیغ و ارتباطات، دانشکده معارف اسلامی، فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران
bashir@isu.ac.ir ✉

۱. مقدمه و بیان مسئله

یکی از تأثیرات بنیادین رسانه بر ابعاد زندگی انسان در عصر حاضر، به‌ویژه با گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی و هوش مصنوعی، بعد هویتی آن است. تأثیر رسانه بر نوجوانان، به‌دلیل حساسیت‌های این بازهٔ سنی (ازجمله آغاز دوران جدی شکل‌گیری هویت آنان) اهمیت بیشتری نسبت به دوره‌های دیگر زندگی افراد جامعه دارد. اریسکون، روانشناس معاصر، نخستین‌بار، دستیابی به هویتی یکپارچه را به‌عنوان پیشرفت مهمی در رشد شخصیت نوجوانان مطالعه و بررسی کرده است (برک[1]، ۱۳۸۹). (برک، ۱۳۸۷). پیش از ظهور رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های نوین، شکل‌گیری و تغییر هویت، پیچیدگی کمتری داشت. عواملی مانند محیط، همسالان، خانواده، و به‌طورکلی، شبکهٔ ارتباطی ساده و اولیهٔ پیرامون افراد، هویت آنان را شکل می‌دادند. به‌بیان روشن‌تر، «منابع شکل‌دهندهٔ هویت در جوامع گذشته، از پیش مشخص بود و هویت افراد، بیشتر جنبهٔ انتسابی داشت؛ این امر سبب می‌شد که افراد یک جامعه به‌لحاظ هویت‌یابی، چندان دچار تغییر و دگرگونی نشوند. درواقع، در گذشته، مکان، نقش بنیادینی در خلق هویت اجتماعی داشت؛ زیرا، افراد در محیط‌های کوچک و بسته زندگی می‌کردند و هویت اجتماعی آن‌ها در ارتباط رو در رو با اطرافیان در یک محیط ثابت شکل می‌گرفت. افراد، کمتر با دنیای خارج ارتباط داشتند و سنت‌های بومی-محلی، بخش بزرگی از هویت آنان را شکل می‌داد» (عدلی‌پور، سلیمانی، و مفاخری، ۱۳۹۴، ۹۴). (عدلی‌پور، سلیمانی، و مفاخری، ۱۳۹۳، ۹۴). با بروز مدرنیته و سیطرهٔ ابزارهای رسانه‌ای، نقش مؤلفه‌های دیگر کمتر شد؛ زیرا، رسانه‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، با گسترش امکانات فردی افراد، آن‌ها را از مکان خود جدا، و شبکه‌های ارتباطی بسیار گسترده‌تری را برایشان فراهم کرد. «درنتیجه، افراد با منابع هویت‌یابی متکثری روبه‌رو شده‌اند و هویت‌یابی، شکل غیرمحلی و جهانی پیدا کرده است» (خانی جزنی، ۱۳۸۸، ۳۵). آنچه دراین‌بین اهمیت بیشتری پیدا می‌کند،

1. Laura Burke

سیالیت امر هویت در طول زمان، چندبعدی بودن آن، و وابستگی‌اش به عوامل پرشمار است. به‌بیان روشن‌تر، باید توجه داشت که هویت، یک‌باره شکل نمی‌گیرد و در طول زمان تغییر می‌کند. گیدنز در این مورد بر این نظر است که «افراد در تلاش برای ساختن روایت منسجمی از هویت هستند که با آن خویشتن فرد، مسیری از توسعه را شکل می‌دهد که از گذشته آغاز می‌شود و به آینده‌ای قابل‌پیش‌بینی می‌انجامد» (گیدنز[1]، ۱۹۹۱، ۷۵؛ به‌نقل از: بارکر[2]، ۱۳۹۶، ۳۶۹). همچنین، هویت می‌تواند دارای ابعاد فردی، اجتماعی، ملی، دینی، و جنسیتی باشد و انحصار به یک بعد خاص، می‌تواند فهم ناقصی از هویت افراد ایجاد کند؛ بنابراین، هویت، متأثر از عوامل گوناگونی است که پیش‌ازاین به آن‌ها اشاره شد؛ اگرچه سرعت، نوع، و عوامل مؤثر بر تغییرات هویتی، در طول زمان به‌گونه‌ای جدی متحول شده است. دراین‌میان، رسانه دارای اهمیت خاصی است؛ زیرا، «رسانه‌ها به باورپذیری، مفهوم‌سازی، و اندیشه‌ورزی، تبیین و تعیین الگوهای فکری، و انسجام‌بخشی به نظام‌های معنایی و هویتی، به‌منظور ارتقای سطح دانش و معرفت عمومی، مبادرت می‌ورزند. آن‌ها به تبیین و واکاوی پدیده‌های دنیای اطراف، طبقه‌بندی و معنابخشی به آن‌ها، و نمایاندن رابطهٔ افراد با محیط ماوراءالطبیعه و اعضای دیگر جامعه می‌پردازند» (بورن[3]، ۱۳۷۹، ۱۰۰).

نسل فعلی نوجوانان ایرانی نیز به‌عنوان گروهی که در بستر فناوری‌های ارتباطیِ تعاملی رشد کرده‌اند، بخشی از هویت خود را در تعامل با محتوای رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی، و بازی‌های برخط می‌سازند. در ایران، حوزهٔ نوجوان و رسانه، موردتوجه پژوهشگران بوده و به‌ویژه انجام پژوهش‌ها دراین‌باره، در سال‌های اخیر شتاب گرفته است. پژوهش‌های انجام‌شده تلاش کرده‌اند، ابعاد گوناگون هویت نوجوان در رسانه و همچنین، تأثیر عوامل مختلف رسانه‌ای بر هویت نوجوان را با روش‌های کمی، کیفی، و ترکیبی واکاوی و سنجش کنند.

1. Anthony Giddens
2. Chris Barker
3. Ad Boeren

باوجود گسترش پژوهش‌های حوزهٔ هویت نوجوان و رسانه، عدم ترکیب و تحلیل جامع یافته‌های پژوهش‌هایی که این موضوع را از زوایا و ابعاد گوناگون بررسی کرده‌اند، سبب شناخت محدود و تک‌بعدی از ابعاد این موضوع شده است. بیشتر پژوهش‌ها، یک یا دو بعد محدود را از زاویهٔ دید خاصی مطالعه کرده‌اند (۱۴۰۳-۱۳۸۴) و الگوهای کلان و چندبعدی این موضوع، شناسایی نشده است. همچنین، مرور پژوهش‌های مرتبط نشان می‌دهد، باوجود گسترش مطالعات حوزهٔ هویت در ایران، شکاف‌های نظری و روش‌شناختی بنیادینی در این حوزه وجود دارد.

۲. پیشینهٔ پژوهش

در بررسی پیشینهٔ تجربی مرتبط با پژوهش‌های حوزهٔ هویت نوجوان و رسانه، ابتدا پژوهش‌هایی جست‌وجو شدند که با روش‌های مروری انجام شده بودند. در بین پژوهش‌های داخلی، هرچند پژوهش‌هایی با رویکرد فراتحلیل و با موضوع هویت و دسته‌بندی‌های مرتبط با هویت، انجام شده بود (ابراهیمی و نیکنام‌راد، ۱۳۹۳؛ حیدری و جعفرزاده‌پور، ۱۳۹۳؛ قنبریان و همتی، ۱۳۹۴)، ولی پژوهشی که به‌طور مستقیم، موضوع هویت نوجوان و رسانه را با روش‌های مروری بررسی کرده باشد، در بین پژوهش‌های مجلات داخلی یافت نشد؛ تنها پژوهشی که موضوع هویت و نوجوان را به‌طور مستقیم مطالعه کرده است (بدون بررسی تأثیر و نقش رسانه در شکل‌گیری هویت)، پژوهش یعقوبی و بی‌تا (۱۴۰۳) با عنوان «فراتحلیل رابطهٔ سبک‌های هویت و عملکرد تحصیلی» است. در این پژوهش نیز، باوجود شناسایی ارتباط سبک‌های هویت با عملکرد تحصیلی، در راستای تبیین علّی این رابطه، تحلیلی ارائه نشده و همچنین، به تأثیر رسانه در این رابطه، اشاره نشده است. مطالعات بین‌المللی اخیر (آوچی[1] و همکاران، ۲۰۲۰؛ وانوچیا[2] و همکاران، ۲۰۲۴) نیز اگرچه بر نقش فعالیت‌محور (نه زمان‌محور) رسانه‌های

1. Hamide Avci
2. Anna Vannucci

اجتماعی در رشد هویت تأکید داشته‌اند، اما یافته‌های آن‌ها در بافت فرهنگی ایران آزمون نشده است. آوچی و همکاران (۲۰۲۴) نتیجه گرفته‌اند که مشارکت فعال در رسانه‌های اجتماعی (نه‌تنها زمان سپری‌شده در آن) با جست‌وجوی بیشتر هویت مرتبط است و اصالت در رسانه‌های اجتماعی (نه خودارائهٔ آرمانی) با وضوح بالاتر خودپنداره، همبستگی دارد. افزون‌براین، نوجوانانی که در رسانه‌های اجتماعی اقدام به مقایسه می‌کنند، سطوح بالاتری از جست‌وجوی هویت و پریشانی هویتی را نشان داده‌اند. به‌طورکلی، به‌نظر می‌رسد، آنچه نوجوانان در رسانه‌های اجتماعی انجام می‌دهند، اهمیت بیشتری در رشد هویت آنان دارد تا مدت‌زمانی که در آن صرف می‌کنند. افزون‌براین، نتایج و یافته‌های فراتحلیل والکنبورخ[1] و همکاران (۲۰۲۱)، والکنبورگ[2] و همکاران (۲۰۲۲) دربارهٔ تأثیر رسانه بر سلامت روان، حاکی از ناپایداری و تعارض در نتایج است که اهمیت و ضرورت مطالعات بومی را روشن می‌کند.

علاوه بر پژوهش‌های انجام‌شده با روش‌های مروری، پژوهش‌های پرشماری، رابطهٔ بین انواع زیرشاخه‌های هویت و رسانه را بررسی کرده‌اند. این پژوهش‌ها طیف گسترده‌ای از رسانه‌ها (سنتی و دیجیتال) را مطالعه کرده‌اند (به‌عنوان نمونه، ن.ک: شهیدی (۱۳۹۸)، جعفری و همکاران (۱۴۰۰)، شریفی رهنمو و همکاران (۱۳۹۷)، حیدری و رمضانی باصری (۱۳۹۲)، نیمروزی و رضایی (۱۳۹۸)، فولاد و همکاران (۱۴۰۲)). بااین‌حال، بیشتر پژوهش‌ها، جغرافیای محدودی را بررسی کرده و از بین انواع هویت نیز، یک یا دو بعد خاص را پژوهش نموده‌اند. همچنین، بسیاری از پژوهش‌ها، در یک بازهٔ زمانی مشخص و با رویکرد علمی محدود انجام شده و به‌صورت طولی تکرار نشده‌اند؛ ازاین‌رو، فرایند تغییرات هویتی متأثر از رسانه در نوجوانان از پژوهش‌ها قابل‌برداشت نیست.

1. Patti M.Valkenburg
2. Patti M.Valkenburg

مقاله حاضر، ضمن ارائۀ تصـویری از وضـعیت موجـود پژوهش‌هـای انجام‌شـده و دسته‌بندی نتایج آن‌ها، می‌تواند در ترسیم افق‌های پیش رو و ارائۀ تصویر مطلـوبی بـرای پژوهش‌های آتی، مؤثر باشد. این پـژوهش، نتـایج مطالعـات پیشـین را بـه روش مـرور نظام‌مند، ترکیب و تحلیل کـرده اسـت. ایـن کـار به‌این‌سـبب دارای اهمیـت اسـت کـه رویارویی نوجوانان ایرانی با گفتمان‌های متعارض (محلی در مقابل جهـانی، سـنتی در مقابل مدرن) در رسانه‌های تعاملی، می‌تواند به بحران هویـت یـا هویت‌هـای چنـدپاره منجر شود؛ همچنین، این مسئله، هم از منظـر روانشناسـی اجتمـاعی و هـم از دیـدگاه امنیت فرهنگی، اهمیت زیادی دارد. براین‌اساس، یافتـه‌های ایـن پـژوهش می‌توانـد بـه طراحی برنامه‌های آموزشی سواد رسانه‌ای و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی بـرای تقویـت هویت سازنده در نوجوانان کمک کنـد. بـا ایـن هـدف، پـژوهش حاضـر ضـمن مـرور نظام‌مند پژوهش‌های حوزۀ هویت نوجوان و رسانه در ایران، تلاش کـرده اسـت بـه ایـن پرسش پاسخ دهد که «مضامین اصلی و الگوهای حاکم بر تـأثیر رسـانه‌های جمعـی و دیجیتال بر شکل‌گیری هویت نوجوانان ایرانی در پژوهش‌های منتشرشده بـین سـال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۴۰۳ چه بوده‌اند و تأثیرات شناسایی‌شده، چگونه در بافت فرهنگی‌ـاجتماعی ایران تبیین می‌شوند؟»

۳. چارچوب مفهومی پژوهش

در این بخش با اشارۀ کوتاهی به برخی مفاهیم کلیـدی پـژوهش، زمینـۀ طـرح مباحـث بعدی فراهم می‌شود.

۳-۱. نوجوانی

واژۀ نوجوانی از کلمه انگلیسی "adolescere" مشتق شده است کـه بـه‌معنای رسـیدن بـه دورۀ بزرگسالی است (هنری ماسن، ۱۳۹۶، ۶۳۵) که شروع آن با بلوغ جسمانی اسـت (برگ و برک، ۱۳۸۷، ۴) و سرانجام، با عهده‌دار شـدن مسـئولیت‌های بزرگسـالی پایـان می‌یابد؛ بنابراین، می‌توان گفت: «نوجوانی با زیست‌شناسی آغاز می‌شود و بـا فرهنـگ،

خاتمه می‌یابد» (هنری ماسن[1]، ۱۳۹۶، ۶۳۵). دورهٔ نوجوانی ممکن است در برخی جوامع ابتدایی، کوتاه باشد و در برخی جوامع پیشرفته، بسیار طولانی‌تر؛ به‌گونه‌ای که پژوهشگران آن را به سه مرحله تقسیم می‌کنند:

اوایل نوجوانی (۱۱ تا ۱۴ سالگی): در این دوره تغییرات بلوغ سریع است؛

اواسط نوجوانی (۱۶ تا ۱۸ سالگی): در این دوره تغییرات بلوغ تقریباً کامل می‌شود؛

اواخر نوجوانی (۱۶ تا ۱۸ سالگی): نوجوانان، کاملاً ظاهر بزرگسالی کسب می‌کنند و انتظار دارند نقش‌های بزرگسالی را به‌عهده بگیرند» (برک، ۱۳۸۷، ۶).

نوجوانی، یک مرحلهٔ کلیدی تحول برای فرد است که با تغییرات شدید بیولوژیکی، روانی، و اجتماعی همراه است و در آن نوجوانان در مسیر تحول خود به‌سوی تبدیل شدن به افراد بزرگسال مستقل و مسئول، تجربه کسب می‌کنند (دیاموند[2]، ۲۰۲۰). مهم‌ترین جنبهٔ تحولی این دوره، شکل‌گیری و تثبیت هویت است (استینزما و همکاران[3]، ۲۰۱۳).

۳-۲. هویت

هویت، چیزی است که انسان پیش از هرچیز، خود را با آن می‌شناسد و شناخته می‌شود. مجموعه ویژگی‌هایی است که فرد، خود را با آن‌ها تعریف می‌کند و اساس شناخت وی را از خود و جهان پیرامونش شکل می‌دهد؛ ازاین‌رو، می‌توان گفت: «هویت، سرچشمهٔ معنا و تجربه برای مردم است» (کاستلز[4]، ۱۳۹۰، ۲۲). دربارهٔ ویژگی‌های هویت، دیدگاه‌های متفاوتی مطرح شده است. فرهنگ رجایی، «تداوم و تحول» را نخستین و مهم‌ترین ویژگی هویت می‌داند (رجایی، ۱۳۸۲، ۶۷). در تعریف دیگری برای هویت آمده است: «پاسخی که در مقابل من کیستم؟ می‌دهید، هویت شما را تشکیل می‌دهد. به‌بیان روشن‌تر، ویژگی‌هایی که برای خودتان برمی‌شمارید و خود را با آن می‌شناسید، هویت شما را تشکیل می‌دهد» (رجب‌زاده، ۱۳۸۶، ۹۶).

1. Paul Henry Mussen
2. Adele Diamond
3. Thomas D Steensma
4. Manuel Castells

در زمینهٔ خاستگاه هویت، سه رویکرد وجود دارد: رویکرد جوهرگرایانه، ساخت‌گرا، و گفتمانی.

رویکرد جوهرگرایانه: در این رویکرد، «هویت به‌معنای چه کسی بودن است که از نیاز طبیعی انسان به شناخته شدن یا معرفی شدن به کسی یا جایی سرچشمه می‌گیرد و نیاز ذاتی و بنیادینی است که در هر فردی وجود دارد» (گودرزی، ۱۳۸۴، ۱۲)؛ بنابراین، همواره جوهر، ثابت است و به‌گونه‌ای خودکار تحقق می‌یابد و از منظر زیست‌شناسی قابل‌بررسی است؛

رویکرد ساخت‌گرا: در رویکرد ساخت‌گرا، هویت، سازه‌ای اجتماعی و ساخته‌وپرداختهٔ شرایط اجتماعی انسان‌هاست؛ بنابراین، هویت، امری قراردادی و اعتباری است (گودرزی، ۱۳۸۴، ۱۲). در این رویکرد، بر تأثیر محیط فرهنگی‌ـاجتماعی بر هویت تأکید می‌شود که انسان را در جایی کشف نکرده است؛

رویکرد گفتمانی: هویت‌ها، دستاورد گفتمان به‌شمار می‌آیند و چون گفتمان‌ها سیال و تغییرناپذیرند، هویت‌ها نیز سیال و دگرگون‌شونده‌اند و با تغییر گفتمان، هویت نیز تغییر می‌کند (گودرزی، ۱۳۸۴، ۱۲). «در این رویکرد، از روزنهٔ تاریخی به هویت نگریسته می‌شود؛ یعنی هویت‌ها، فرآورده‌های تاریخی‌اند» (لطف‌آبادی، ۱۳۹۲، ۵۹).

باید توجه داشت که به‌لحاظ تاریخی، تأمل دربارهٔ هویت، همواره همراه انسان بوده است؛ ولی مطالعات دانشگاهی و دانش‌ورانه به قرن ۱۸ مربوط می‌شود و نخستین‌بار در سال ۱۹۵۰ در مطالعات فروید دربارهٔ روانشناسی و ویلیام جیمز و هربرت مید[1]، در جامعه‌شناسی مطرح شد. این واژه در علوم گوناگون، مفهوم خاصی معانی متفاوتی دارد. «واژهٔ هویت، در عرصهٔ جامعه‌شناسی به سه معنای فرهنگ مردم، بخشی از خود، و هم‌ذات‌پنداری فرد با یک اجتماع (هویت ملی) به‌کار می‌رود (استرایکر و برک[2]، ۲۰۰۰، ۲۸۴-۲۹۷). جامعه‌شناسان، هویت را برخاسته از سه عنصر زمان، مکان، و

1. George Herbert Mead
2. Stryker & Burke

موقعیت اجتماعی فرد می‌دانند. همچنین، هویت، یکی از مباحث مطرح‌شده در روان‌شناسی شخصیت است که نظریه‌پردازان برجسته‌ای مانند فروید و اریک اریکسون، دربارهٔ آن بحث کرده‌اند. دامنهٔ نظری این موضوع، بسیار گسترده بوده و از وجوه و ابعاد گوناگونی می‌توان موضوع هویت را در رسانه‌ها بررسی کرد. افزون‌بر تنوع نظری موضوع هویت، هویت نوجوان در عصر رسانه‌های نوین نیز پدیده‌ای پویا، نسبتاً پیچیده، چندبعدی، و چندلایه است و با ضرب لایه‌های فردیت، اجتماع، فناوری، و قدرت شکل می‌گیرد.

۴. روش پژوهش

پژوهش حاضر با هدف بررسی نتایج پژوهش‌های حوزهٔ نوجوان و رسانه و با بهره‌گیری از شیوهٔ مرور نظام‌مند، مقاله‌های علمی فارسی موجود در پایگاه‌های «سید»[1]، «نورمگز»[2]، و «مگ‌ایران»[3] را بررسی کرده است.

مرور نظام‌مند که در دههٔ ۱۹۹۰ به‌عنوان یک روش علمی پذیرفته شد، روشی است که برپایهٔ آن، شواهد مرتبط با پرسش پژوهش با الگویی مشخص، آشکار، و تکرارشدنی، شناسایی، ارزیابی، جایابی، و تفسیر می‌شوند (چری، بولاند، و دیکسون[4]، ۲۰۲۳). هدف مرور نظام‌مند، شناسایی، تجزیه‌وتحلیل، و تفسیر نتایج پژوهش‌های موجود در یک دورهٔ خاص مرتبط با موضوع موردعلاقه است (گارسیا-پنالو[5]، ۲۰۱۸). مقالهٔ مروری منظم، مروری بر یک پرسش آشکار و مشخص است که با استفاده از یک روش نظام‌مند، صریح، و روشن به شناسایی، انتخاب، و ارزیابی نقادانهٔ یک پژوهش می‌پردازد و اطلاعات پژوهش‌های مرتبط را گردآوری و تجزیه‌وتحلیل می‌کند.

1. SID
2. Noormags
3. Magiran
4. Cherry, Boland & Dickson
5. García-Peñalvo

در اجرای روش مرور نظام‌مند، وجود دستورالعمل استاندارد برای شناسایی مقاله‌ها و ارائهٔ گزارش متقن اهمیت بسیاری دارد؛ ازاین‌رو، دستورالعمل‌های متفاوتی، مانند دستورالعمل پریزما[1]، دراین‌راستا ارائه شده است. پریزما، یک راهنمای طراحی‌شده است که گزارش مرورهای ساختارمند و متاآنالیز را بهبود می‌بخشد؛ ازاین‌رو، نویسندگان مقاله‌های علمی، از دستورالعمل‌های پریزما برای آماده‌سازی و انتشار یک مرور نظام‌مند کمک می‌گیرند (هوتن[2] و همکاران، ۲۰۱۵). دستورالعمل پریزما دربردارندهٔ چهار جریان و ۲۷ موردِ مرتبط با محتوای یک مرور نظام‌مند و فراتحلیل و شامل چکیده، روش‌ها، نتایج، بحث، و منابع مالی است. هدف استفاده از دستورالعمل‌هایی مانند پریزما، بهبود بخشیدن به کیفیت گزارش یک مرور نظام‌مند است؛ زیرا، سبب شفافیت، تکرارپذیری، و کاهش سوگیری در پژوهش‌ها می‌شوند. در پژوهش حاضر، برپایهٔ این دستورالعمل تلاش شده است که مسیر پژوهش به‌گونه‌ای ساختارمند پیش برود. پیش از ورود به مرحلهٔ جست‌وجو، قواعدی برای جست‌وجو تعیین شد که عبارت‌اند از:

جامعهٔ آماری موردبررسی: نوجوانان ۱۸-۱۱ سالهٔ ایرانی؛

مداخله: مصرف رسانه (اعم از رسانه‌های سنتی یا دیجیتال)؛

پیامد: تأثیر بر هویت (اجتماعی، ملی، جنسیتی، دینی)؛

مقایسه: گروه‌های مصرف رسانه (کم/زیاد).

۱. در مرحلهٔ نخست و برپایهٔ دستورالعمل، همهٔ پایگاه‌های دادهٔ فارسی، شامل «سید»، «نورمگز»، «مگ‌ایران» و نیز «گوگل‌اسکالر»[3] بررسی شدند تا هیچ منبعی نادیده گرفته نشود. با توجه به اینکه به‌طورکلی، تعداد پژوهش‌های فارسی انجام‌شده در این حوزه، زیاد نبودند، تمام پژوهش‌های انجام‌شده پس از انقلاب اسلامی بررسی شدند. جست‌وجو با کلیدواژه‌های نوجوان، رسانه، هویت نوجوان، رسانه‌های دیجیتال، هویت و سینما، هویت و تلویزیون، نوجوان و سریال، نوجوان و شبکه‌های اجتماعی، نوجوان و رمان، انجام شد؛

1. Prisma Method
2. Brian Hutton
3. Google Scholar

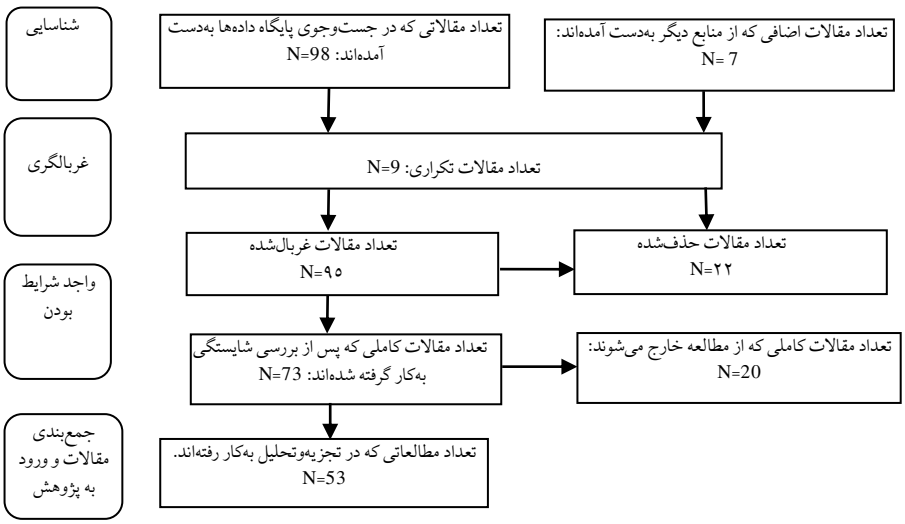
۲. در مرحلهٔ غربالگری، ابتدا قواعدی تنظیم (جدول شمارهٔ ۱) و سپس فرایند غربالگری، برپایهٔ این قواعد به‌صورت مرحله‌به‌مرحله انجام شد. به‌این‌ترتیب که ابتدا، منابع گردآوری‌شده از هر پایگاه داده، به‌دقت بررسی شدند تا درصورت تکراری بودن ـدر مقایسه با منابع دیگر گردآوری‌شده در نتایج جست‌وجوی پایگاه‌های پیشینـ حذف شوند. سپس، منابعی که متن کامل آن‌ها دردسترس نبود و درنتیجه، امکان ارزیابی و استفاده از آن‌ها در مراحل ارزیابی میسر نبود، حذف شدند. همچنین، بررسی دقیق عنوان، چکیده، و جست‌وجوی عبارت در متن کامل نتایج جست‌وجو، نیز سبب حذف منابع نامرتبط شد. در این پژوهش، مقاله‌های منتشرشده در مجله‌های علمی ـپژوهشی فارسی ارزیابی شدند و درنتیجه، منابع غیرفارسی، مقاله‌های علمی ـترویجی، علمیـتخصصی، و مقاله‌های همایش‌ها، کتاب‌ها، پایان‌نامه‌های داخلی و بین‌المللی، گزارش نهادها و مؤسسه‌های معتبر بین‌المللی و گزارش‌های رسمی و غیررسمی‌ای مانند مقاله‌های روزنامه‌ها، سایت‌ها، مصاحبه‌ها، و... نیز از فرایند ارزیابی حذف شدند. سرانجام، منابع شناسایی‌شده، پس از مرحلهٔ غربالگری به ۷۰ منبع کاهش یافت.

جدول ۱. قواعد تنظیم‌شده برای غربالگری مقاله‌ها

معیارهای انتخاب	معیارهای حذف
مقاله‌ها به زبان فارسی باشند.	مقاله‌های تکراری در پایگاه‌های داده حذف شوند.
به‌طور خاص با موضوع هویت نوجوان و رسانه باشند.	چنانچه منبع اصلی دردسترس نباشد، از فهرست مرور خارج شود.
پاسخ‌گوی پرسش اصلی پژوهش باشد.	مقاله‌های نظری بدون دادهٔ تجربی، از فهرست مرور خارج شوند.
تمرکز پژوهش‌ها بر جامعهٔ ایران باشد.	مقاله‌هایی که علمی‌ـپژوهشی نباشند، خارج شود.

۳. در مرحلهٔ بررسی واجد شرایط بودن (شامل بودن)، با بررسی متن کامل منابع گزینش‌شده در مرحلهٔ غربالگری، تعدادی از منابع به‌دلیل هماهنگی نداشتن با معیارهای پذیرش ــ به‌ویژه نامرتبط بودن با پرسش پژوهش ــ حذف می‌شوند. برای این کار می‌بایست معیارهای پذیرش (شمولیت) و استثنا کردن (عدم شمولیت) به‌گونه‌ای دقیق مشخص شوند. هدف از شناسایی معیارها، مشخص کردن منطقی برای انتخاب منابع پژوهش از میان انبوه

منابع موجود است؛ به‌گونه‌ای که در فرایند اجرای مرور نظام‌مند بـه انتخـاب منـابع مطلـوب برای بررسی کامل منابع در راستای یافتن پاسخی برای پرسش پژوهش منجـر شـود. در ایـن مرحله به شاخص‌های ارزیابی کیفیت توجه شد که عبارت‌اند از: ۱) اعتبار پایگاه داده (نمایـه شدن در پایگاه‌های معتبر)؛ ۲) اعتبار مجلهٔ منتشرکننده؛ ۳) تصریح یا تخصیص موضوع بـه انواع دسته‌بندی هویت و ارتباط با بازهٔ سنی نوجوان؛ ۴) روشـمند بـودن نتـایج. دراین‌راسـتا، اطلاعات موردنیاز بـرای ارزیـابی کیفیـت در جـدول‌های اسـتخراج داده (در اکسـل) بـرای هریک از منابع، درج و ثبت شده و در سه سطح خوب، متوسط، و ضعیف نمره‌دهی شـدند. گفتنی است، در این مرحله، افزون‌بر پژوهش‌های دارای نمره در سـطح خـوب، منـابعی کـه به‌طور مشخص و صریح در عنوان از عبارت نوجوان و رسانه استفاده کرده بودند نیز بـه‌منظور استفاده از بیشترین منابع موجود و لزوم تحقق جامعیت، بررسی و تجزیـه‌وتحلیل شـدند. در مرحلهٔ ارزیابی واجد شرایط بودن، پس از اعمال معیارهای پـذیرش و عـدم پـذیرش (شـکل شمارهٔ ۴) تعداد منابع به ۵۳ مورد کاهش یافت.



نمودار ۱. دستورالعمل پریزما برای انتخاب نهایی مقالات

۱. همهٔ منابع برای ثبت دقیق اطلاعات برگرفته از پژوهش‌هـا و ارزیـابی منـابع، وارد نرم‌افزار اکسل شدند. در این جدول‌ها، اطلاعاتی مانند عنوان پژوهش، یافته‌های اصلی،

ارتباط با پرسش‌های پژوهش حاضر، دلایل شمول یا عدم شمول، و... تاحدامکان با جزئیات هرچه بیشتر برای استفاده در ارزیابی منابع و همچنین، ارائهٔ تحلیل‌های مربوط به پژوهش‌های پیشین، ثبت، و سرانجام، وارد مرحلهٔ تحلیل کیفی و کدگذاری شدند؛

۲. داده‌های به‌دست‌آمده در گام‌های پیشین، می‌بایست با یکی از روش‌های پژوهش کمی، کیفی، یا آمیخته تحلیل شود. تجزیه‌وتحلیل داده‌ها، دربردارندهٔ خصوصی‌سازی و مرتب‌سازی نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش‌های اولیهٔ گزینش‌شده در فرایند مرور نظام‌مند است (کیتچنهام[1]، ۲۰۰۴). (کیچنهام[2]، ۲۰۰۴). تحلیل داده می‌تواند به‌صورت کمی (فراتحلیل) یا توصیفی (کیفی) انجام شود (پیتکرو و رابرتس[3]، ۲۰۰۶). در مقالهٔ حاضر، داده‌های برگرفته از مقاله‌های گزینش‌شده با استفاده از روش تحلیل مضمون بررسی شده‌اند. هر اندیشمندی که با متن، محتوا، و انواع داده‌های کیفی، به‌ویژه مصاحبه و داده‌های ثانویهٔ مرور نظام‌مند، سروکار دارد، می‌تواند از تحلیل مضمون برای تحلیل داده‌ها و حتی طراحی الگو بهره‌برداری کند (شیخ‌زاده و بنی‌اسد، ۱۴۰۰). این روش، داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفضیلی تبدیل می‌کند (اعتمادی، سیدنقوی، بامداد صوفی، و حمزه‌پور، ۱۳۹۸). تحلیل مضمون، همواره فرایندی رفت‌وبرگشتی بین مجموعه داده‌ها، داده‌های کدگذاری‌شده و خارج‌شده از مجموعه داده‌ها و داده‌های تولیدشده از سوی خود پژوهشگر است. بنابر دستورالعمل پیشنهادی براون و کلارک[4] (۲۰۲۱)، در تحلیل مضمون، داده‌های به‌دست‌آمده از مطالعهٔ ثانویه، کدگذاری می‌شوند تا مضامین پایه شکل بگیرند؛ سپس، مضامین پایه، با استفاده از منطق استقرایی، به مضامین سازمان‌دهنده و فراگیر تبدیل می‌شوند. به‌این‌ترتیب، ابتدا یافته‌ها و نتایج ارائه‌شده در بخش «چکیده، تحلیل یافته‌ها، و نتیجه‌گیری» به روش تحلیل مضمون در سه سطح، کدگذاری شد و سرانجام، محورهای اصلی پژوهش‌ها، نظریه‌های مورداستفاده، و نتایج، بررسی شدند. بهره‌گیری از روش تحلیل

1. Kitchenham
2. Kitchenham
3. Petticrew & Roberts
4. Braun & Clarke

مضـمون در ایـن پـژوهش، منجـر بـه شناسـایی نظریـه‌ها، روش‌هـا، و یکپـارچگی نتـایج پژوهش‌های گوناگون و ارائهٔ تحلیل از موضوع موردبررسی شده است. سـرانجام، نتـایج ایـن پژوهش در دو سطح آماری‌ـتوصیفی و آماری‌ـتحلیلی ارائه شدند.

جدول ۲. عناوین پژوهش‌های گزینش‌شده (برپایهٔ دستورالعمل پریزما)

ردیف	عنوان پژوهش	نویسندگان و سال پژوهش
۱	نقش مصرف محصولات فرهنگی رسانه‌های آسیای شرقی (انیمه، کی‌دراما، و کی‌پاپ) در هویت دختران نوجوان ۱۸-۱۲ ساله در تهران	وفادار و همکاران (۱۴۰۳)
۲	واکاوی علل چالش هویت‌یابی نوجوان دوفضایی واقعی و مجازی	کرکوندی و همکاران (۱۴۰۳)
۳	فرایند هویت‌یابی تقلیل‌یافتهٔ نسل زد در شبکه‌های اجتماعی: مطالعهٔ موردی دختران نوجوان در شهر مشهد	قنبری و همکاران (۱۴۰۲)
۴	برهم کنش سبک زندگی و هویت در ساخت خرده‌فرهنگ‌های دیجیتالی جوانان (مورد مطالعه: هواخواهان ایرانی گروه موسیقی کره‌ای اکسو)	خیامی و بادین فکر (۱۴۰۱)
۵	ثبت و تحلیل نقش ستارگان موسیقی پاپ و رپ ایرانی در هویت‌یابی و جامعه‌پذیری هواخواهان نوجوان ایرانی در شبکهٔ اجتماعی اینستاگرام (مورد مطالعه: امیرحسین تتلو و سیدحسین موسوی (ملقب به تهی)	عزیزی و عزیزی (۱۴۰۰)
۶	چشم‌اندازهای پژوهشی پیرامون فرصت‌ها و چالش‌های اینترنت در رشد هویت نوجوانان	حسینی انجدانی (۱۳۹۰)
۷	آسیب‌شناسی پدیدارشناسانهٔ هویت جنسیتی دختران نوجوان در فضای مجازی	سلطان‌محمدی و پورسید آقایی (۱۴۰۲)
۸	نقش رسانه‌های جمعی و اجتماعی در برساخت هویت ملی دانش‌آموزان دورهٔ متوسطه: یک مطالعهٔ پدیدارشناسی	جعفری و فرج زاده (۱۴۰۲)
۹	بررسی بازنمود مؤلفه‌های هویت فرهنگی ایرانی در کتاب‌های مصور نوجوان با استفاده از روش نشانه‌شناسی اجتماعی	جهانبخش و همکاران (۱۴۰۳)
۱۰	اثرات رسانه‌ها با تأکید بر اینترنت بر هویت نوجوانان	اسماعیل سعدی‌پور (۱۳۹۶)
۱۱	مطالعهٔ کیفی نگرش نوجوانان و جوانان دختر طرفدار محصولالت سرگرمی کره جنوبی	لیلا ابراهیمی ورزنه و فتحی (۱۴۰۲)
۱۲	تأثیرات رسانه بر هویت کودکان و نوجوانان	ناطقی و سجادی (۱۴۰۰)
۱۳	نوجوانان اینستاگرامی و هویت دینی	محمدی‌زاده و مهدی‌زاده (۱۴۰۳)
۱۴	نقش اینستاگرام در هویت‌سازی و سبک زندگی: مطالعهٔ موردی دانش‌آموزان پسر دبیرستانی شهر پرند	رضوی‌زاده و همکاران (۱۴۰۳)
۱۵	تحلیل جامعه‌شناسی هویت و کاربران در شبکه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام (مورد مطالعه: دانش‌آموزان سوم دبیرستان شهر شیراز)	توانی و همکاران (۱۴۰۱)
۱۶	تأثیرات آموزش آنلاین بر الگوهای هویتی‌ـتربیتی	عبدی‌پور و جمشیدی‌مهر (۱۴۰۰)

ردیف	عنوان پژوهش	نویسندگان و سال پژوهش
۱۷	نسبت‌سنجی مناسبات سبک زندگی مدرن و گسترش فضای مجازی بر فرهنگ، هویت اجتماعی، ارزش‌ها، و روابط اجتماعی نوجوانان	فرجی نیری و همکاران (۱۳۹۸)
۱۸	هویت‌های دوگانه در فضای مجازی و واقعی براساس تجارب زیستهٔ نوجوانان؛ تحلیل مضمون	شهابی عنبران و همکاران (۱۴۰۱)
۱۹	رسانه های نوین و چالش هویت اجتماعی دانش‌آموزان (نمونه آماری: دانش‌آموزان شهر شیراز)	حقیقتیان و عزیزی (۱۳۹۱)
۲۰	بازنمود هویت جنسیتی ادراک‌شدهٔ نوجوانان علاقه‌مند به موسیقی کی‌پاپ	خوش‌صورت و محسنی (۱۴۰۳)
۲۱	نقش اعتیاد به بازی‌های رایانه‌ای در هویت‌زدایی و پرخاشگری نوجوانان	همدانی و همکاران (۱۴۰۲)
۲۲	تأثیر فضای مجازی بر سبک زندگی و هویت نوجوانان در دوران اپیدمی کرونا	حدیث ربانی و علی‌آبادی (۱۴۰۰)
۲۳	نوجوانان و هواخواهی؛ هنجارهای خرده‌فرهنگ دیجیتالی تتلیتی	مهدی‌زاده و مقامیان‌زاده (۱۴۰۱)
۲۴	خوانش تطبیقی بازتاب هویت در رمان نوجوان عربی و فارسی براساس نظریهٔ اریک اریکسون (مطالعهٔ موردی: فاتن و هستی)	خادمی و همکاران (۱۴۰۲)
۲۵	برساخت بدن و هویت‌یابی دختران در رمان نوجوان ایرانی؛ بررسی موردی: آثار عباس جهانگیریان	جوکاری و حسام‌پور (۱۴۰۱)
۲۶	چگونگی شکل‌گیری هویت کودک و نوجوان در داستان‌های کودکانهٔ «محمدحسین محمدی» براساس دیدگاه «اریکسون» و «گیدنز»	عبدلی و همکاران (۱۴۰۳)
۲۷	نمودهای هویت ملی در متون تألیفی و ترجمه‌ای ادبیات نوجوان	احمدی و پرهام (۱۴۰۱)
۲۸	بررسی هویت ملی در اشعار کودک و نوجوان (با تکیه بر اشعار ابراهیمی، رحماندوست، شعبانی، و کشاورز)	کمالی و همکاران (۱۴۰۰)
۲۹	بازنمایی هویت قومی در رمان نوجوان «دشت متلاطم» تو بلوچ نیستی... اگر هم باشی، از ما نیستی!	آقاپور (۱۳۹۹)
۳۰	بررسی هویت در برنامه‌های نوجوان شبکه‌های یک و دو سیما	بیابانگرد و پورنوروز (۱۳۸۴)
۳۱	تقویت هویت ملی و دینی نوجوانان از طریق آموزش توحید در قالب سرگرم‌آموزی در برنامه‌های تلویزیونی	حسینی و عطایی (۱۴۰۳)
۳۲	تحلیل محتوای داستان‌های نوجوانان از حیث ابعاد هویت‌یابی، برپایهٔ نظریات اریکسون، مارسیا و برزونسکی	حسینی و همکاران (۱۳۹۷)
۳۳	تأثیر عصر جهانی‌شدن در بازنمایی هویت ملی در تصویرگری‌های کتاب‌های داستانی تألیفی نوجوان در ایران	جهانبخش و سلطانی (۱۴۰۰)
۳۴	تجارب زیستهٔ نوجوانان از نقش رسانه‌های سنتی و نوین در هویت ملی	فرج‌زاده و جعفری (۱۴۰۲)
۳۵	تأثیرات منفی رسانه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی نوجوانان (۱۴ الی ۱۸سالهٔ شهرستان اهواز)	نیک‌بخش (۱۴۰۰)
۳۶	مطالعهٔ رابطهٔ نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک‌های هویتی نوجوانان	نوری‌راد و خانیکی (۱۴۰۰)
۳۷	رابطهٔ استفاده از رسانه‌های نوین با ابعاد هویتی در نوجوانان و جوانان ۱۴ تا ۲۹سالهٔ شهر تبریز	کوهی و حسنی (۱۳۹۱)

ردیف	عنوان پژوهش	نویسندگان و سال پژوهش
۳۸	بررسی رابطهٔ تماشای تلویزیون‌های ماهواره‌ای با هویت جنسیتی دختران نوجوان شهر اصفهان	ربیعی و همکاران (۱۳۹۴)
۳۹	رسانه‌ها و هویت فرهنگی: مطالعهٔ دانش‌آموزان متوسطهٔ شهر یاسوج	حیدری و همکاران (۱۴۰۰)
۴۰	اثربخشی آموزش رژیم مصرف رسانه‌ای به والدین بر هویت دینی و هویت ملی دانش‌آموزان دختر متوسطهٔ دوم	شاکری ورزنه و صالحی (۱۴۰۲)
۴۱	هویت‌های دوگانه در فضای مجازی-واقعی نوجوانان (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دورهٔ دوم متوسطه استان اردبیل)	شهابی عنبران و همکاران (۱۴۰۱)
۴۲	تأثیر فراغت مجازی و بازی‌های رایانه‌ای بر هویت دینی نوجوانان	قنبری برزیان (۱۳۹۶)
۴۳	مقایسهٔ طرح‌واره‌های ناسازگارانه و فضای مجازی بر هویت جنسی همسو و ناهمسو در نوجوانان و جوانان	کمالی و متقی (۱۴۰۳)
۴۴	هویت‌یابی ملی در فضای رسانه‌ای	مرتضایی فریزهندی وادریسی (۱۳۹۱)
۴۵	تأثیر عضویت در شبکه‌های اجتماعی بر سطوح هویت‌یابی و احساس امنیت اجتماعی نوجوانان	شهیدی (۱۳۹۸)
۴۶	پیش‌بینی میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی براساس سبک‌های هویت در دانش‌آموزان شهر قم	جعفری و همکاران (۱۴۰۰)
۴۷	بررسی رابطهٔ بین میزان استفاده از شبکهٔ اجتماعی اینستاگرام با هویت دینی نوجوانان ۱۵ تا ۱۸سالهٔ شهر همدان	شریفی رهنمو و همکاران (۱۳۹۷)
۴۸	اینترنت، برنامه‌های ماهواره‌ای، و هویت دینی (مطالعهٔ موردی دانش‌آموزان متوسطهٔ شهر مرودشت)	حیدری و رمضانی باصری (۱۳۹۲)
۴۹	مقایسهٔ هوش اجتماعی و هویت جنسی، پرخاشگری، و گرایش به اعتیاد در نوجوانان وابسته به بازی آنلاین ویدئویی GTA و نوجوانان عادی: مطالعهٔ مقطعی	نیمروزی و رضایی (۱۳۹۸)
۵۰	نقش رسانه‌ها در رشد هویت ملی نوجوانان شهر تهران	حسینی انجدانی و همکاران (۱۳۸۸)
۵۱	طراحی مدل استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایل در هویت‌یابی نوجوانان	میرطالبی و همکاران (۱۴۰۲)
۵۲	مدل سازی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی براساس طرح‌واره‌های ناسازگار اولیه: نقش میانجی هویت معنوی در نوجوانان دختر	فولاد و همکاران (۱۴۰۲)
۵۳	مقایسهٔ جنسیتی هویت دینی و رابطهٔ آن با مصرف رسانه‌ای (تلویزیون و ماهواره)؛ مورد مطالعه: دانش‌آموزان متوسطهٔ شهر مرودشت (۱۳۹۲-۱۳۹۱)	حیدری و همکاران (۱۳۹۲)

۵. یافته‌ها

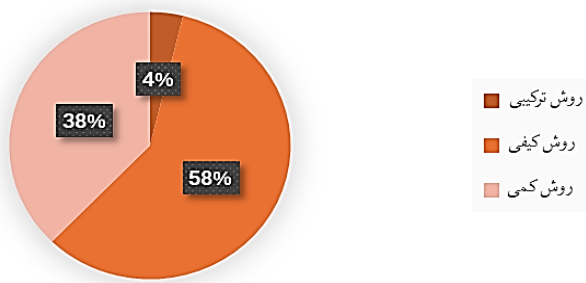
یافته‌های این پـژوهش در دو طبقه‌بنـدی کلـی یافتـه‌های آمـاری-توصـیفی و یافتـه‌های آماری-تحلیلی دسته‌بندی می‌شوند. در بخش یافته‌های آماری، گزارش آماری یافته‌ها به همراه توصیف آمار و در بخش یافته‌های آماری-تحلیلی خلاصه‌ای از یافته‌های تحلیلی که با روش‌های کیفی استخراج شده‌اند، ارائه می‌شود.

۵-۱. آماری-توصیفی

در این بخش، رویکرد و روش‌های مورداستفاده در پژوهش‌ها، جنسیت و جایگاه علمی پژوهشگران، تعداد نویسندگان پژوهش‌ها و دسته‌بندی موضوعی مجله‌ها توصیف و تحلیل می‌شود. داده‌های این بخش، وضعیت علمیِ موجود در حوزه موضوعی هویت نوجوان و رسانه را در جامعه علمی ایران نشان می‌دهد.

۵-۱-۱. رویکرد و روش‌های مورداستفاده در پژوهش‌ها

با بررسی مقاله‌های منتشرشده در حوزهٔ هویت نوجوان و رسانه، نتیجه اولیه، حاکی از غلبهٔ روش‌های کیفی (۵۸ درصد) بر روش‌های دیگر بود؛ به‌گونه‌ای که بیش از نیمی از پژوهش‌ها (۳۲ مورد از ۵۳ مطالعه) از روش‌های کیفی‌ای مانند مصاحبه، تحلیل محتوای کیفی، یا مطالعات موردی استفاده کرده‌اند. همچنین، تعداد چشمگیری از پژوهش‌ها از روش‌های کمی (۳۸ درصد) مانند پیمایش یا آزمون‌های آماری بهره برده‌اند. روش‌های ترکیبی در پژوهش‌های این حوزه، بسیار کم (۲ پژوهش) موردتوجه بوده‌اند. این درحالی است که نتایج روش‌های ترکیبی، جامع‌تر بوده و می‌توانند دارای ابعاد گسترده‌تر و دقیق‌تری باشند.



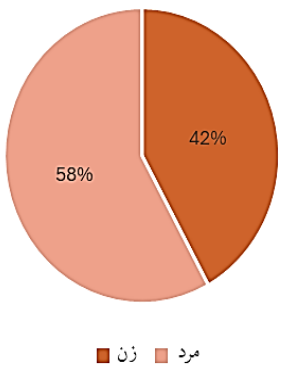
نمودار ۲. توصیف آماری برمبنای رویکرد روش‌های به‌کاررفته در پژوهش

همچنین، روش‌های به‌کاررفته در پژوهش‌ها از تنوع خوبی برخوردار بودند. گرایش به روش‌های کیفی در سال‌های اخیر در بین پژوهش‌ها مشاهده می‌شود. نمودار شمارهٔ (۳) ترکیبی از روش‌های به‌کاررفته در مقاله‌ها را نشان می‌دهد.

نمودار ۳. توصیف آماری برمبنای نوع روش‌های به‌کاررفته در پژوهش

۵-۱-۲. جنسیت پژوهشگران

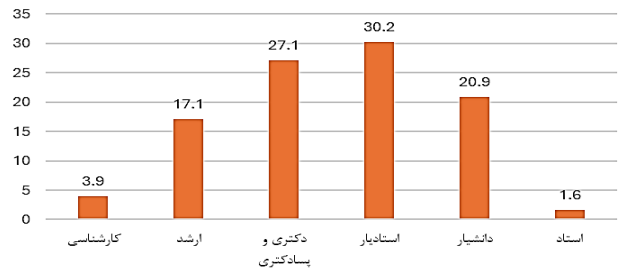
جنسیت پژوهشگران در پژوهش‌ها، به‌ویژه پژوهش‌های کیفی، به‌این‌سبب که مصاحبه‌شوندگان ممکن است در بیان تجربه‌های مرتبط با جنسیت خود، با پژوهشگر همجنس راحت‌تر باشند، اهمیت دارد؛ به‌عنوان مثال، دختران نوجوان ممکن است در مصاحبه با یک پژوهشگر زن، دربارهٔ فشارهای رسانه‌ای بر زنان، صادقانه‌تر صحبت کنند. در پژوهش‌های کمّی، طراحی پرسش‌نامه‌ها یا گزینه‌های پاسخ نیز ممکن است ناخواسته تحت تأثیر جنسیت پژوهشگر قرار بگیرد؛ ازاین‌رو، جنسیت می‌تواند به‌عنوان یک عامل مهم درنظر گرفته شود. از میان مقاله‌های بررسی‌شده در این پژوهش، ۴۲ درصد پژوهش‌ها توسط زنان و ۵۸ درصد پژوهش‌ها توسط مردان انجام شده است. بااین‌حال، نویسندهٔ اصلی بیشتر پژوهش‌ها، زنان پژوهشگر در این حوزه بوده‌اند.



نمودار ۴. توصیف آماری پژوهش‌ها برمبنای جنسیت پژوهشگران

۵-۱-۳. جایگاه علمی پژوهشگران

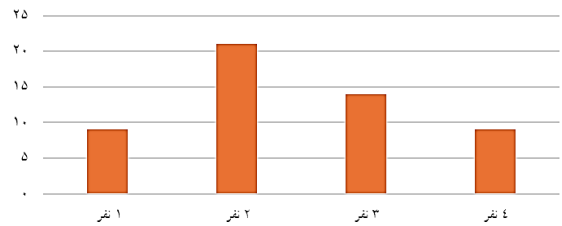
بیشتر پژوهش‌های بررسی‌شده در پژوهش حاضر، توسط استادان دانشگاه با جایگاه علمی استادیار انجام شده است و کمترین مداخلهٔ علمی در این حوزه به دانشجویان کارشناسی تعلق دارد. همچنین، دانشجویان و دانش‌آموختگان دکتری و پسادکتری نیز به این موضوع، حساسیت چشمگیری نشان داده‌اند.



نمودار ۵. توصیف آماری برمبنای جایگاه علمی پژوهشگران

۵-۱-۴. تعداد نویسندگان پژوهش‌ها

بررسی نویسندگان پژوهش‌ها، بیانگر این است که بیشتر پژوهش‌ها، توسط گروه‌های دونفره نوشته شده‌اند. مقاله‌های تک‌نویس (یک‌نویسنده)، بیشتر در سال‌های قدیمی‌تر مشاهده می‌شوند و الگوی غالب در این پژوهش‌ها، نشان‌دهندهٔ نوعی سلسله‌مراتب مشارکتی آشکار است؛ همچنین، می‌تواند نشانگر پیچیده‌تر شدن حوزهٔ موضوعی مرتبط با نوجوان و رسانه باشد. پژوهش‌های چهارنفره نیز، بیشتر مربوط به سال‌های اخیر (۱۴۰۰-۱۴۰۳) هستند.



نمودار ۶. توصیف آماری پژوهش‌ها برمبنای تعداد نویسندگان مقالات

۵-۱-۵. دسته‌بندی موضوعی مجله‌ها

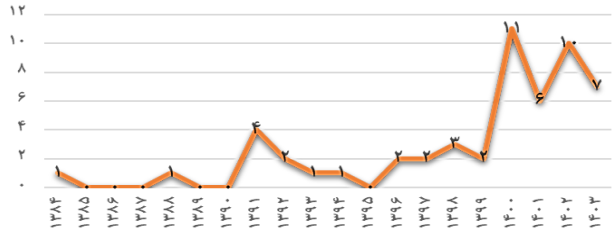
با بررسی عنوان‌ها و نتایج پژوهش‌ها، می‌توان آن‌ها را دسته‌های ارتباطات و رسانه، فرهنگ و مطالعات فرهنگی، روانشناسی و تربیتی، مطالعات اجتماعی، و مطالعات دینی قرار داد (جدول شمارهٔ ۳). مجله‌هایی مانند «پژوهش‌های ارتباطی» و «مطالعات فرهنگی و ارتباطات»، محور اصلی انتشار هستند. همچنین، تنوع رشته‌ای چشمگیری در پژوهش‌ها مشاهده می‌شود؛ به‌گونه‌ای که ۳۳/۹ درصد مقاله‌ها در مجله‌های بدون ارتباط مستقیم با رسانه منتشر شده‌اند که نشان‌دهندهٔ ماهیت میان‌رشته‌ای موضوع است.

جدول ۳. دسته‌بندی موضوعی نشریه‌ها (۵۳ مقاله)

دسته‌بندی موضوعی	تعداد مقالات	درصد	نمونه مجلات
ارتباطات و رسانه	۱۹	۳۹٪/۶	فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، رسانه‌های نوین
روانشناسی و تربیتی	۱۱	۲۲٪/۶	نشریه روانشناسی فرهنگی زن، مطالعات تربیتی و روانشناختی خانواده، خانواده و پژوهش
فرهنگ، ادبیات و هنر	۹	۱۷٪/۰	فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، جلوه هنر
مطالعات اجتماعی	۸	۱۱٪/۳	فصلنامه علوم اجتماعی، فصلنامه مطالعات ملی
مطالعات دینی	۴	۷٪/۵	دین و رسانه، پژوهش‌های اسلامی جنسیت و خانواده
سایر	۲	۱٪/۹	آموزش پرستاری، دانش انتظامی

۵-۱-۶. روند انتشار مقاله‌ها برحسب تعداد در سال‌های موردبررسی

همان‌گونه که نمودار شمارهٔ (۷) نشان می‌دهد، پژوهش‌های موردبررسی بیشتر در سال‌های اخیر انجام شده‌اند. همچنین، بیش از ۷۰ درصد پژوهش‌ها، مربوط به سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۳ و نزدیک به ۳۰ درصد آن‌ها مربوط به سال‌های پیش از ۱۳۹۶ هستند. این امر حاکی از توجه پژوهشگران به حوزهٔ نوجوان در سال‌های اخیر است.



نمودار ۷. توصیف آماری پژوهش‌ها برمبنای تعداد مقاله‌های منتشرشده به‌تفکیک سال

۵-۲. آماری-تحلیلی

در این بخش، مبتنی بر روش تحلیل مضمون و کدگذاری محتوا، ابتدا دسته‌بندی موضوعی پژوهش‌ها و سپس مضامین فراگیر شناسایی شده مورد تحلیل قرار می‌گیرند.

۵-۲-۱. دسته‌بندی موضوعی پژوهش‌های موردبررسی

با دسته‌بندی عنوان پژوهش‌ها از طریق کدگذاری، موضوعات اصلی پژوهش‌های انجام‌شده، شناسایی و طبقه‌بندی شد. به‌این‌ترتیب، انواع هویت‌ها در پژوهش‌های انجام‌شده قابل‌مشاهده است. این دسته‌بندی نشان می‌دهد که پژوهش‌های حوزهٔ نوجوانان و رسانه، بیشترین توجه و تمرکز خود را به نقش رسانه در ساخت هویت ملی، فرهنگی، دینی، و تعاملات در فضای مجازی معطوف کرده‌اند که ازجمله در قالب هویت‌های کلان (ملی، دینی، فرهنگی) دسته‌بندی می‌شوند.

جدول ۴. دسته‌بندی موضوعی پژوهش‌های انجام‌شده

ردیف	موضوع	تعداد	درصد
۱	هویت ملی/فرهنگی و رسانه	۹	۱۷٪/۰
۲	رسانه‌های اجتماعی و شکل‌گیری هویت	۷	۱۳٪/۲
۳	هویت دینی و رسانه	۷	۱۳٪/۲
۴	هویت فرهنگی در ادبیات/هنر	۶	۱۱٪/۳
۵	خرده‌فرهنگ‌های دیجیتالی و فندوم	۵	۹٪/۴
۶	هویت جنسیتی/جنسی در فضای مجازی	۴	۷٪/۵
۷	تعارض هویت مجازی و واقعی	۴	۷٪/۵
۸	تأثیر کلی رسانه بر هویت	۴	۷٪/۵
۹	ابعاد روانشناختی هویت و رسانه	۳	۵٪/۷
۱۰	سبک زندگی و ارزش‌ها تحت تأثیر رسانه	۲	۳٪/۸
۱۱	آموزش برخط و هویت	۱	۱٪/۹
۱۲	اینترنت و توسعهٔ هویت	۱	۱٪/۹
جمع	-	۵۳	۱۰۰٪

این امر می‌تواند ناشی از نگرانی از تأثیر رسانه‌های جهانی (مانند شبکه‌های اجتماعی و ماهواره) بر تضعیف هویت‌های بومی و درون‌مرزی و تلاش برای شناخت فرایندها و راه‌حل‌های تقویت آن‌ها از طریق رسانه‌های دراختیار، مانند برنامه‌های تلویزیونی و ادبیات، باشد. موضوع پربسامد دوم، رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از

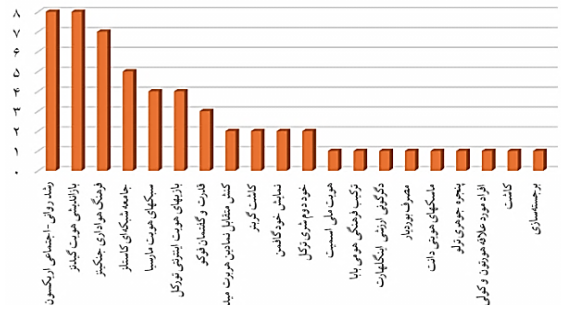
بسترهای اصلی شکل‌گیری و تقویت هویت است که این امـر نیـز می‌توانـد ناشـی از رشد و گسترش سریع شبکه‌های اینترنتی‌ای مانند اینستاگرام، تلگرام، و نیز گروه‌هـای هواداری (مانند هواداران کی‌پاپ) باشـد. نوجوانـان در ایـن گروه‌هـا، سـبک زنـدگی، ارزش‌ها، و هویت جدیدی می‌سازند که گاهی با ارزش‌هـای بـومی آنـان در تضـاد و ناهماهنگی است. چالش تعادل بین فضای مجازی و واقعی نیز ازجملـه دغدغـه‌های اصلی پژوهشگران در این حوزه است. همچنین، به موضوع تعارض هویت مجـازی و واقعی و ابعاد روانشناختی آن توجه شده اسـت کـه نشـان‌دهندهٔ نگرانـی از دوگـانگی هویتی است. افزایش پرخاشگری، اعتیاد بـه بازی‌هـا، و کـاهش تعـاملات اجتمـاعی واقعی نیز به‌صورت بین‌رشته‌ای بررسی شده‌اند. موضوع‌های نوظهوری مانند آمـوزش برخط و اینترنت، کمترین سهم را از موضوع‌های پژوهش به خود اختصاص داده‌انـد؛ همچنین، هویت جنسیتی و مطالعات جنسیتی (ماننـد مقایسـهٔ دختـران و پسـران) در چند مقاله برجسته است که علت آن، تأثیر متفاوت فضای مجازی بر هویت جنسـیتی دختران و پسران است.

۵-۲-۲. نظریه‌های به‌کاررفته در پژوهش‌ها

نظریه‌های مطرح‌شده در پژوهش‌هـای ارائه‌شـده، بازتـابی از رویکردهـای میان‌رشـته‌ای (روانشناسی، جامعه‌شناسی، رسانه، و مطالعات فرهنگـی) اسـت کـه نشـان می‌دهنـد، هویت در عصر دیجیتال، پدیده‌ای چندبُعدی، پویا، و تحت تأثیر تعاملات پیچیدهٔ فرد با فناوری و فرهنگ بومی و جهانی است. گفتنی است، برخی مقالـه‌ها، بـدون چـارچوب نظری مشخص و تنها با تعریف مفاهیم پایـه نوشـته شـده‌اند. همچنـین، در ۶۰ درصـد مقاله‌ها، نظریـه‌های حـوزهٔ هویـت یـا هویـت نوجـوان (نظریـهٔ رشـد روانی ـاجتماعی اریکسون، نظریهٔ سبک‌های هویت مارسیا و برزونسکی[1]، نظریهٔ نمایش خـود گـافمن[2]، نظریهٔ هویت اجتماعی تاجفل[3]، و...)، در ۳۰ درصـد آن‌هـا، نظریـه‌های حـوزهٔ رسـانه

1. James Marcia and Michael Berzonsky
2. Erving Goffman
3. Henri Tajfel

(نظریهٔ کاشت جرج گربنر[1]، نظریهٔ جامعهٔ شبکه‌ای کاستلز[2]، نظریهٔ فرهنگ هواداری جنکینز[3]، نظریهٔ بازاندیشی هویت گیدنز، و نظریهٔ مصرف بودریار[4]) و در ۱۰ درصد مقاله‌ها نیز از نظریه‌های ترکیبی هر دو حوزه استفاده شده است.



نمودار ۸. توصیف آماری نظریه‌های به‌کاررفته در پژوهش‌های موردبررسی

نظریه‌های اریکسون و مارسیا با تمرکز بر مراحل رشد هویت و بحران هویت، سنگ بنای بیشتر پژوهش‌ها هستند. این نظریه‌ها با تأکید بر فرایندهای درونی شکل‌گیری هویت (مانند جست‌وجو، تعهد، و سردرگمی)، چارچوبی را برای تحلیل تأثیر رسانه بر نوجوانان فراهم می‌کنند. بِیشتر پژوهش‌های موردبررسی، رسانه را به‌عنوان عاملی خارجی درنظر گرفته‌اند که می‌تواند گذار از مراحل هویتی (به‌عنوان مثال، از «سردرگم» به «موفق») را تسهیل یا مختل کند. اگرچه این رویکرد در شناخت فرایندهای فردی مفید است، اما کمتر به بسترهای اجتماعی‌ـفناورانه‌ای توجه دارد که رسانه در آن عمل می‌کند. نظریه‌پردازانی مانند گیدنز، کاستلز، و جنکینز با تکیه بر مفاهیمی مانند هویت بازاندیشانه، جامعهٔ شبکه‌ای، و فرهنگ هواداری بر نقش فعال رسانه در ساخت هویت‌های نوین، و نظریه‌های گافمن (نمایش خود) و تورکل[5] (خود دوم)، نیز بر ماهیت انعطاف‌پذیر و موقعیتی هویت در فضای مجازی تأکید می‌کنند. نظریه‌ها نشان می‌دهند که هویت

1. George Gerbner
2. Manuel Castells
3. Richard Jenkins
4. Jean Baudrillard
5. Sherry Turkle

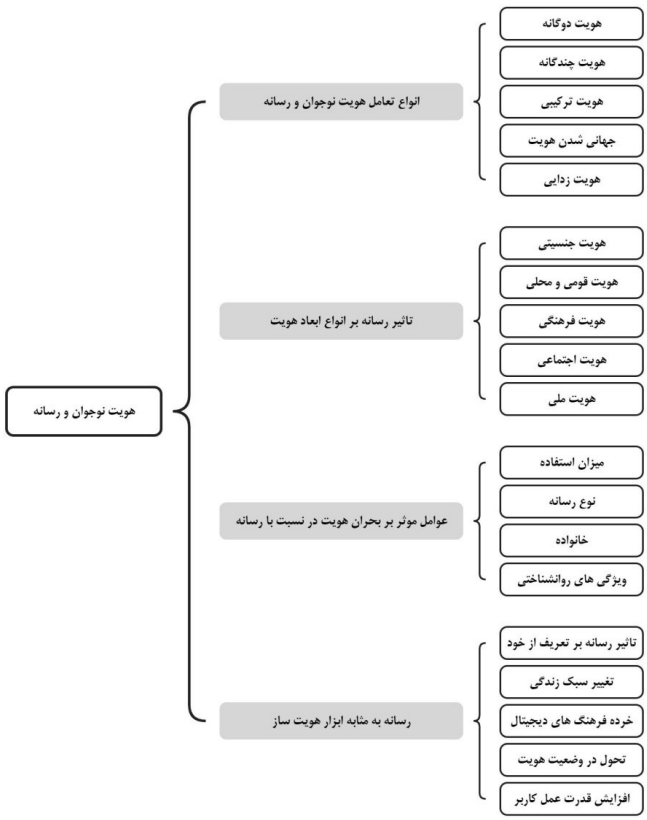
نوجوانان، هم دستاورد فرایندهای روانی فردی (اریکسون[1]) است، و هم از ساختارهای کلان اجتماعی (کاستلز) و گفتمان‌های قدرت (فوکو[2]) تأثیر می‌پذیرد. رسانه نیز دراین‌بین، هم ابزار فرصت و هم ابزار تهدید (مانند شبیه‌سازی هویت) است. این دوگانگی، در تقابل در نظریه‌های گیدنز (امکان بازاندیشی) و بوردیار بودریار آشکار است. اما نقش سرمایهٔ فرهنگی (بوردیو) یا اقتصاد سیاسی رسانه در شکل‌گیری هویت، کمتر موردتوجه پژوهش‌های بررسی‌شده بوده است. نکتهٔ قابل‌توجه دراین‌بین، تمرکز پژوهشگران بر نظریه‌های غربی است که حاکی از جریان‌های غالب اندیشه‌ای در مورد این موضوع‌ها، در بین پژوهشگران است. با بررسی نظریه‌های مورداستفاده می‌توان نتیجه گرفت، هویت دیجیتال نوجوانان (یا به‌بیان روشن‌تر، آنچه نوجوانان از خود در فضای مجازی به‌اشتراک می‌گذارند) در تقاطعی از فردیت، فناوری، و قدرت شکل می‌گیرد و فهم آن، نیازمند ترکیبی از نظریه‌های روانشناختی، جامعه‌شناختی، و انتقادی است.

۵-۲-۳. تحلیل مضمون نتایج پژوهش‌ها

هدف از تحلیل مضمون نتایج پژوهش‌ها در این بخش، یکپارچه‌سازی یافته‌های پراکنده و ادغام آن‌ها، کشف الگوهای پنهان و تعارضات بین نتایج پژوهش‌ها، و سرانجام، ارائهٔ یک دسته‌بندی کامل از نتایج و تفسیر آن‌هاست. این کار می‌تواند به تولید دانش کاربردی برای خط‌مشی‌گذاری حوزهٔ رسانه و نوجوان کمک کند. با بررسی دقیق ۵۳ مقالهٔ شناسایی‌شده در این حوزه و تحلیل مضمون یافته‌ها و نتایج پژوهش‌ها، مضامین فراگیر، سازمان‌دهنده، و پایه شناسایی شدند (جدول شمارهٔ ۵). درمجموع، ۵۰ مضمون پایه، ۱۹ مضمون سازمان‌دهنده، و ۴ مضمون فراگیر شناسایی شدند که در ادامه، هریک از مضامین فراگیر، تحلیل و تفسیر می‌شود. همچنین، با توجه به حجم بالای جدول‌ها، تنها نمونه‌ای از جدول‌های سازمان‌دهنده و پایه و شواهد آن‌ها ارائه شده است. در پژوهش حاضر، ۴ مضمون فراگیر شناسایی شد که شامل تعامل هویت و

1. Erik Erikson
2. Paul Michel Foucault

رسانه، تأثیر رسانه بر انواع هویت، عوامل مؤثر بر بحران هویت، و رسانه به‌مثابه ابزار هویت‌ساز است. هریک از این مضامین، خود، دارای مضامین سازمان‌دهنده و پایهٔ پرشماری است که به‌دلیل حجم بالا، در ابتدا جدول مضامین پایه، سازمان‌دهنده، و فراگیر در یک شمای کلی، و سپس، یک نمونه از جدول‌هایی که دربردارندهٔ مضامین سازمان‌دهنده و برخی مضامین پایه هستند، ارائه شده است.



نمودار ۹. مضامین فراگیر و سازمان‌دهندهٔ پژوهش‌های حوزهٔ هویت نوجوان و رسانه

جدول شمارهٔ (۵)، نمونه‌ای از جدول‌های تحلیل مضمون است که برخی مضامین پایه، مضامین سازمان‌دهنده، و یکی از ۴ مضمون فراگیر در آن گنجانده شده‌اند. یکی از مضامین فراگیر در پژوهش‌های موردبررسی، مطالعهٔ تأثیرات رسانه بر انواع هویت‌ها است که از

طریق کدگذاری نتایج پژوهش‌ها به‌دست آمده است. همچنین، به‌دلیل گستره و تنوع زیاد موضوع‌های موردپژوهش، برخی مضامین سازمان‌دهنده، دارای دو تا سه مضمون پایه بودند که به‌دلیل ارتباط منطقی و علمی بین مضامین و همچنین، جامع و مانع بودن کدگذاری‌ها، در جدول گنجانده شدند تا همهٔ نتایج پژوهش‌ها پوشش داده شوند.

جدول ۵. نمونه‌ای از جدول‌های مضامین فراگیر، سازمان‌دهنده، و پایه

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه
تأثیر رسانه بر انواع هویت	هویت جنسیتی	اختلال در هویت جنسیتی دختران نوجوان
		کاهش کم‌رنگ‌شدن مرزهای جنسیتی در خرده‌فرهنگ‌ها
	هویت محلی و قومی	تضعیف هویت محلی با مصرف رسانه‌های فراملی
		ارتباط ضعیف رسانه‌های ملی با هویت محلی
		بازنمایی سنت‌های قومی در ادبیات (مثل رمان بلوچی)
	هویت فرهنگی	تأثیر مصرف فرهنگی (موسیقی، فیلم) به‌مثابه ابزار هویت‌بخش
		تأثیرپذیری از جریان‌های جهانی در تصویرگری کتاب‌ها
		بهره‌گیری از مؤلفه‌های فرهنگی ملی در تصویرگری
		افزایش گسترش سبک دین‌داری گزینشی در رسانه
		تضعیف ارزش‌های دینی با محتوای بازنمایی‌شده در رسانه‌ها
	هویت اجتماعی	تقویت فردگرایی با رسانه‌های نوین
		کاهش همبستگی اجتماعی
		توسعهٔ سرمایهٔ فرهنگی‌ـاجتماعی در فضای مجازی
		گسستن از زیست‌جهان واقعی
	هویت ملی	ناپایداری هویت ملی در فضای مجازی
		تقویت هویت ملی از طریق رسانه‌های جمعی
		تضعیف هویت ملی در رویارویی با رسانه‌های جهانی

الف) انواع تعامل هویت و رسانه

با بررسی نتایج پژوهش‌ها، نوعی تعامل بین هویت و رسانه در بین نوجوانان موردبررسی شناسایی شد. نوجوانان در فضای مجازی، دارای هویت دوگانه، چندگانه، یا ترکیبی در ابعاد دینی، خانوادگی، جنسی، ملی، قومی، و فرهنگی بودند. به‌بیان روشن‌تر، هویت آن‌ها در فضای واقعی، شکل‌یافته‌تر، منسجم‌تر، و واقعی‌تر، و در فضای مجازی، به‌نسبت سیار، ناپایدار، و متکثر است. هویتی که با توجه به برخی ویژگی‌ها، می‌توان آن را هویت مدرن

یا بازاندیشانه نامید. نوجوانان، ضمن اینکه در جهان واقعی سعی در پاسداشت منابع سنتی هویت داشتند، در فضای مجازی، خود را طرفدار هویت جهانی نشان می‌دادند. منظور از هویت ترکیبی، این است که بخشی از هویت‌های جدید کسب‌شده، در کنار هویت‌های پیشین قرار می‌گیرد و هویت جدیدی به‌دست می‌آید. دراین‌بین، گروه‌های هوادار ستاره‌های موسیقی یا رسانه‌ای، به‌دلیل فراتعامل خود، اثرپذیرترند؛ به‌عنوان مثال، مصرف رسانه‌های جهانی‌ای مانند کی‌پاپ، به‌جای جایگزینی هویت ملی، سبب ترکیب فرهنگی شده است و برای نمونه، نوجوانان ایرانی، عناصر موسیقی کی‌پاپ را با مؤلفه‌های فرهنگی محلی (مانند زبان فارسی) آمیخته و هویت ترکیبی تازه‌ای می‌سازند.

اگرچه بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده، بر نوجوانان به‌عنوان مخاطبان متمرکز بودند، در برخی موارد، متن رمان‌ها و کتاب‌های هنری ویژهٔ نوجوانان، بررسی شده بودند. نتایج این پژوهش‌ها نیز حاکی از تأثیر جریان‌های جهانی بر نگارش و تصویرگری متن کتاب‌ها بود؛ بنابراین، می‌توان گفت، فضای رسانه‌ای امروز، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال، به‌مثابه آزمایشگاه هویت برای نوجوانان عمل می‌کنند و رسانه‌ها، نه‌تنها بازتاب‌دهندهٔ هویت، بلکه سازندهٔ فعال آن هستند. تضاد بین «خود واقعی» و «خود مجازی»، بیانگر شکل‌گیری هویت‌های پارادوکسیکال متناقض است. این پدیده با نظریهٔ پست‌مدرنیسم هویتی (گیدنز، ۱۹۹۱) نیز قابل‌توضیح است که هویت را فرایندی سیال و بازاندیشانه می‌داند.

ب) تأثیر رسانه بر انواع هویت

اگرچه مقاله‌های موردبررسی، هویت نوجوان را از ابعاد گوناگون مطالعه کرده بودند، ولی موضوع هویت دینی و هویت ملی، بسامد بیشتری نسبت به ابعاد دیگر هویتی نوجوان‌های مطالعه‌شده داشت. نتایج کلی بررسی ابعاد هویتی به‌طور خلاصه به‌شکل زیر دسته‌بندی شده است:

هویت جنسیتی: استفادهٔ دختران نوجوان از برنامه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای، سبب فاصله گرفتن آن‌ها از نقش‌های جنسیتی شده و به هویت جنسیتی آن‌ها آسیب رسانده

است. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده در این پژوهش، حضور بیش از ۵ ساعت در روز در شبکه‌های مجازی‌ای مانند اینستاگرام، سبب آسیب دیدن هویت جنسیتی دختران نوجوان می‌شود. نمایش بدن ایدئال در اینستاگرام و الگوگیری از سلبریتی‌ها، به کالایی‌شدن هویت جنسیتی انجامیده است. از جنبه‌ای دیگر، می‌توان این‌گونه تفسیر کرد که این پدیده، با نظریهٔ نمایشی شدن جامعه (گافمن، ۱۹۵۹) همخوانی دارد که در آن، رسانه‌ها به صحنه‌ای برای اجرای نقش‌های جنسیتی تبدیل می‌شوند؛

هویت دینی: نوجوانان اینستاگرامی در رویارویی با محتوای دینی، گزینشی عمل کرده و برخی مؤلفه‌های دینی را انتخاب کرده و برخی دیگر را کنار گذاشته‌اند. این امر، بیانگر نوعی سبک دین‌داری گزینش‌گرایانه در میان آنان است. همچنین، پیوند بین هویت دینی و نمایش خود، نشان‌دهندهٔ نمایشی شدن دین در میان کاربران نوجوان شبکهٔ اجتماعی اینستاگرام است.

هویت قومی و محلی: رسانه‌های فراملی، با ترویج ارزش‌های جهانی، وابستگی به هویت‌های قومی و محلی را تضعیف کرده‌اند. درمقابل، رسانه‌های جمعی ملی، نتوانسته‌اند بازنمایی کارآمدی از هویت قومی ارائه دهند؛

هویت ملی: آنچه در پژوهش‌های مرتبط با هویت ملی مشهود است، شکاف بین دانش، نگرش، و رفتار در برابر هویت ملی در رسانه‌های جمعی و اجتماعی است. هویت ملی و ابعاد آن در بین نوجوانانی که رسانهٔ غالب آن‌ها از نوع رسانه‌های اجتماعی (مانند اینستاگرام، تلگرام، و...) است، کمتر از ضعیف‌تر از نوجوانانی است که رسانهٔ غالب آن‌ها، از نوع رسانه‌های جمعی (مانند تلویزیون، رادیو، و...) است؛ ازاین‌رو، به‌طور خاص، نوع رسانه، تأثیر چشمگیری بر هویت ملی دارد. همچنین، در یک دسته‌بندی دیگر که برپایهٔ تجربهٔ زیستهٔ مشارکت‌کنندگان بیان شده است، هویت ملی و ابعاد آن در بین نوجوانانی که رسانهٔ غالب آن‌ها از نوع رسانه‌های نوین است، ضعیف‌تر از نوجوانانی است که رسانهٔ غالبشان از نوع رسانه‌های سنتی است؛

هویت فردی و اجتماعی: در مؤلفهٔ هویت اجتماعی نیز متغیرهای مستقلی مانند

سن، جنسیت، سطح استفاده و مدت استفادهٔ پاسخ‌گویان از شبکه‌های اجتماعی، با پیامدهای منفی رسانه‌های اجتماعی برای هویت اجتماعی، رابطهٔ معناداری دارد. برخلاف هویت ملی، هیچ‌گونه ارتباطی بین نوع شبکهٔ اجتماعی مورداستفاده با اثر منفی بر هویت اجتماعی کاربران، قابل‌ردیابی نیست. آنچه پیداست، با افزایش میزان حضور در این شبکه‌ها، فردگرایی در افراد، تقویت و هویت اجتماعی تضعیف می‌شود.

ج) عوامل مؤثر بر بحران هویت

مدت‌زمان استفاده: استفادهٔ بیش از ۵ ساعت در روز از اینستاگرام، با کاهش انسجام هویتی (به‌ویژه در دختران) همراه است؛ زیرا، وابستگی به رسانه، مرز بین واقعیت و بازنمایی را محو، و مؤلفه‌های هویتی وابسته به جغرافیا را محدود می‌کند؛

نقش خانواده: سبک مداخله‌گری والدین (مانند گفت‌وگو، ایجاد محدودیت، یا همراهی) به‌مثابه یک عامل تعدیل‌گر عمل می‌کند. خانواده‌های دارای ساختار منسجم، با گفت‌وگوهای انتقادی، پیامدهای منفی رسانه بر هویت نوجوانان را کاهش می‌دهند؛

ویژگی‌های روانشناختی: طرح‌واره‌های ناسازگار اولیه و سبک‌های هویتی سردرگم، نوجوانان را به‌سوی هویت‌های پراکنده می‌کشاند؛

نوع رسانه: نوع رسانه بر ایجاد بحران هویت یا تقویت هویت افراد، تأثیر چشمگیری دارد؛ ازاین‌رو، در بررسی اثر رسانه بر هویت، می‌بایست بین رسانه‌های داخلی و خارجی، رسانه‌های سنتی و نوین، و رسانه‌های جمعی و اجتماعی، تفاوت قائل شد.

د) رسانه به‌مثابه ابزار هویت‌ساز

مصرف فرهنگی، به‌معنای عام آن، همچون هستهٔ مرکزی بازتعریف هویت در نوجوانان عمل می‌کند. مصرف رسانه‌ای (فیلم، موسیقی، و اینترنت)، نه‌تنها ابزاری برای گذران اوقات فراغت، بلکه ابزار شکل‌دهندهٔ خودپنداره یا هویت نوجوانان است؛ برای نمونه، گرایش به موسیقی کی‌پاپ و الگوبرداری از سبک زندگی ستاره‌های این صنعت، سبب ایجاد هویت ترکیبی شده است که در آن عناصر فرهنگی کرهٔ جنوبی (مانند مد، ادبیات، و ایدئولوژی) با مؤلفه‌های هویت ملی ایرانی درآمیخته است. همچنان‌که در نظریهٔ

هویت بازاندیشانه (گیدنز، ۱۹۹۱) مرور شد، رسانه، بستری برای تجربهٔ نقش‌های هویتی متکثر و گاه متعارض است. افزون‌براین، حضور در شبکه‌های اجتماعی‌ای مانند اینستاگرام، با ایجاد اختیارات بیشتر در ابراز هویت، به نوجوانان اجازه می‌دهد که با انتخاب گزینشی مؤلفه‌های دینی یا جنسیتی، تصویری نامتناسب با تربیت و فرهنگ رسمی، از خود ارائه دهند. این فرایند، نه‌تنها به کاهش انسجام هویتی (به‌ویژه در دختران) می‌انجامد، بلکه بر مرزهای هویت ملی نیز تأثیر می‌گذارد؛ به‌گونه‌ای که نوجوانان در فضای مجازی، خود را بیشتر در قالب یک عضو انسانی از جهان، بازنمایی می‌کنند تا فردی که دارای هویت ایرانی است.

از منظر خرده‌فرهنگ‌های دیجیتال، گروه‌هایی مانند هواداران تتلو (تتلیتی‌ها) یا کی‌پاپرها، نمونه‌های آشکار مقاومت هویتی در برابر گفتمان‌های مسلط هستند. این گروه‌ها با ایجاد هنجارهای خاص (مانند حمایت بی‌قیدوشرط از ستارهٔ محبوب و فردگرایی افراطی) و بازتعریف سبک زندگی، هویت‌هایی می‌سازند که خارج از چارچوب‌های سنتی خانواده یا نظام آموزشی است. نتایج پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهند که زمان طولانی عضویت در شبکه‌هایی مانند اینستاگرام، نه‌تنها بر الگوی مصرف و تغذیه، بلکه بر ساختار هویت گروهی نیز تأثیر می‌گذارد؛ به‌گونه‌ای که نوجوانان ترجیح می‌دهند به‌جای پذیرش هویت‌های ازپیش‌تعیین‌شده، در یک فرایند زمانی سیال، هویت خود را از طریق مشارکت در گفتمان‌های مجازی شکل دهند. بااین‌حال، تغییرات هویتی نو به نو پیاپی و سیالیت هویتی، آسیب‌هایی مانند گسست از خویشتنِ فرهنگی (دوری از هویت ایرانی) یا تضعیف همبستگی اجتماعی را به‌همراه دارند. این یافته‌ها، بیانگر این است که اگرچه رسانه‌های نوین، با تقویت عاملیت کاربر، امکان کنترل فرایند هویت‌یابی را فراهم می‌کنند، اما هم‌زمان، نوجوانان را در معرض بحران‌های هویتی قرار می‌دهند.

۵-۲-۵. شکاف پژوهشی مقاله‌های موردبررسی

اگرچه پژوهش دربارهٔ موضوع موردبررسی از سال ۱۳۸۴ آغاز شده است، ولی با توجه به اهمیت دورهٔ نوجوانی در شکل‌گیری هویت و شخصیت و تأثیر ویژهٔ رسانه بر این امر،

تعداد پژوهش‌ها به‌لحاظ کمّی و ابعاد موردبررسی محدود است. در این پژوهش‌ها، تأثیر پلتفرم‌های نوظهور (متا، تیک‌تاک) و همچنین، هوش مصنوعی در شکل‌گیری هویت، بررسی نشده است. ترکیب روش‌های کیفی-کمی در مطالعات صورت گرفته به لحاظ آماری کمتر پرداخته شده بود؛ علی رغم اینکه بهره‌برداری از این آمارها، می‌توانند منجر به نتایج دقیق‌تر شوند. ترکیب روش‌های کیفی-کمی در پژوهش‌های انجام‌شده، به‌لحاظ آماری کمتر دیده می‌شود؛ این درحالی است که بهره‌گیری از این روش‌ها، می‌تواند سبب دستیابی به نتایج دقیق‌تری شود. همچنین، نیاز جدی به انجام پژوهش‌های طولی برای بررسی روند وضعیت هویت نوجوانان در کشور به‌چشم می‌خورد؛ زیرا، بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده، مقطعی و ویژهٔ جغرافیای محدودی بودند. همچنین، در بیشتر پژوهش‌های موردبررسی، تفکیک سنی دقیقی بین دو بازهٔ نوجوانی انجام نشده بود، درحالی‌که دورهٔ نوجوانی، خود قابل‌تقسیم به بازه‌های زمانی متفاوتی است. بسیاری از پژوهش‌ها نیز، به‌دلیل نوع مطالعات، جامعهٔ آماری محدودی را بررسی کرده بودند و درنتیجه، از غنای کافی برخوردار نبودند. همچنین، بیشتر پژوهش‌ها، یک بعد خاص را مطالعه کرده بودند. این تحلیل نشان می‌دهد که هویت نوجوانان در عصر دیجیتال، در تقابل پیچیده‌ای بین فرهنگ جهانی و ارزش‌های محلی شکل می‌گیرد و نیازمند توجه چندبعدی است. پژوهش‌های آینده می‌توانند به بررسی تطبیقی هویت نوجوانان در فرهنگ‌های غیرغربی با توجه به رسانه‌های محلی بپردازند.

۶. بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، ۵۳ مقالهٔ علمی ـپژوهشی انجام‌شده در حوزهٔ هویت نوجوان و رسانه، در دو مرحله، به‌گونه‌ای نظام‌مند مرور شدند؛ به‌گونه‌ای که ابتدا گزارش‌های آماری پژوهش‌های یادشده استخراج، و سپس، نتایج و یافته‌های آن‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون، بررسی شد. آنچه در نتایج مشهود به‌نظر می‌رسید، غلبهٔ روش‌های کیفی، مانند تحلیل مضمون و مصاحبه، در پژوهش‌ها بود که حاکی از تلاش

پژوهشگران برای درک عمق تجربیات نوجوانان است. بااین‌حال، کمبود روش‌های ترکیبی و مطالعات طولی، امکان بررسی تغییرات هویتی در بلندمدت را محدود کرده است. این کاستی، نیاز به پژوهش‌های آتی با رویکردهای چندبعدی را ضروری می‌کند.

البته رشد پژوهش‌های حوزهٔ هویت نوجوان و رسانه، به‌ویژه در سال‌های اخیر، با تمرکز بر هویت ملی و دینی، حاکی از دغدغه و نگرانی پژوهشگران و سیاست‌گذاران دراین‌مورد است که با توجه به افزایش رسانه‌های تعاملی‌ای مانند شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های فراملی و افزایش ضریب اثر آن‌ها نسبت به رسانه‌های جمعی‌ای مانند رادیو و تلویزیون و نهادهایی مانند خانواده و آموزش‌وپرورش، امری منطقی و حتی ضروری است؛ به‌گونه‌ای که بسیاری از پژوهش‌های انجام‌شده، به‌طور مستقیم، تأثیر این رسانه‌ها (مانند اینستاگرام) را بر هویت ملی و سبک دین‌داری نوجوانان بررسی کرده‌اند. افزون‌براین، فناوری‌های نوظهوری مانند هوش مصنوعی و رشد خرده‌فرهنگ‌های دیجیتال، نهادهای فرهنگی را وادار به سرمایه‌گذاری پژوهشی برای درک پیامدهای هویتی این تحولات کرده‌اند؛ بنابراین، سیاست‌های فرهنگی، هم عامل تولید پژوهش‌ها بوده‌اند و هم مصرف‌کنندهٔ نتایج آن‌ها و این چرخهٔ دوسویه، تبیین‌کنندهٔ اصلی شتاب کنونی در این حوزهٔ پژوهشی است.

در پژوهش‌های موردبررسی، نظریه‌های روانشناختی (اریکسون و مارسیا) و جامعه‌شناختی (گیدنز و کاستلز) چارچوب اصلی را شکل می‌دهند. کمبود بهره‌گیری از نظریه‌های انتقادی (مانند فوکو یا بوردیو)، لزوم بررسی نقش قدرت و سرمایهٔ فرهنگی در شکل‌گیری هویت را نشان می‌دهد؛ برای مثال، تأثیر طبقهٔ اجتماعی یا دسترسی نابرابر به فناوری بر هویت‌یابی نوجوانان، کمتر موردتوجه بوده است. تحلیل مضمون یافته‌ها نیز، تصویری چندوجهی از تعامل پیچیده بین فناوری و فرایندهای هویت‌یابی نوجوانان ارائه می‌دهد. درمجموع در این پژوهش، ۴ مضمون اصلی شناسایی شد که شامل انواع تعامل هویت نوجوان و رسانه، تأثیر رسانه بر ابعاد هویتی متفاوت، عوامل مؤثر بر بحران هویت در نسبت با رسانه و رسانه به‌مثابه ابزار هویت‌ساز است.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که رسانه‌های دیجیتال، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی‌ای مانند اینستاگرام و تلگرام، نه‌تنها به‌عنوان ابزار ارتباطی، بلکه به‌مثابه ابزار هویت‌ساز عمل می‌کنند. این فضاها امکان بازتعریف هویت را از طریق «خودکارگردانی»، «تجربهٔ نقش‌های پرشمار»، و «تعامل با گفتمان‌های فراملی» فراهم می‌کنند، اما هم‌زمان، چالش‌هایی مانند دوگانگی هویتی و گسست از هویت بومی را نیز تشدید می‌کنند. نوجوانان در فضای مجازی، هویت‌های سیال و چندلایه‌ای می‌سازند که با هویت واقعی آن‌ها در تضاد است. این فرایند، برپایهٔ نظریهٔ هویت بازاندیشانهٔ گیدنز، نشان می‌دهد که رسانه‌ها، بستری برای «بازاندیشی خود» و «آزمایش نقش‌ها» هستند. در بخش تأثیر رسانه بر ابعاد گوناگون هویتی، شاهد رویارویی گزینشی نوجوانان با محتوای دینی در اینستاگرام (مانند انتخاب برخی مؤلفه‌ها و طرد بقیهٔ موارد) ــ که موجب شکل‌گیری سبک دین‌داری نمایشی شده است ــ هستیم. شکاف بین دانش و رفتار در رویارویی با هویت ملی، آشکارا در نوجوانانی که رسانه‌های اجتماعی را ترجیح می‌دهند، مشهود است. این گروه، هویت ملی را کمتر از کاربران رسانه‌های جمعی (مانند تلویزیون) درونی می‌کنند، که نشانگر نقش محوری نوع رسانه در شکل‌گیری هویت است. مصرف محتوای ماهواره‌ای و شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه در دختران نوجوان، موجب بازتعریف نقش‌های جنسیتی سنتی و تقابل با کلیشه‌های فرهنگی شده است.

درمجموع می‌توان گفت، رسانه‌های دیجیتال در ایران، به‌مثابه «تیغ دولبه» عمل می‌کنند؛ ازیک‌سو، با فراهم کردن فضایی برای بازاندیشی و خلاقیت هویتی، به نوجوانان امکان می‌دهند تا فراتر از محدودیت‌های سنتی حرکت کنند؛ ازسوی‌دیگر، با تشدید تعارضات بین هویت واقعی و مجازی به بحران‌هایی مانند سردرگمی نقش و انزوای اجتماعی دامن می‌زنند. این دوگانگی، ضرورت بازتعریف سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و آموزشی را آشکار می‌کند. برنامه‌هایی مانند آموزش سواد رسانه‌ای، تقویت محتوای هویت‌ساز ملی در پلتفرم‌های دیجیتال، و تشویق به گفت‌وگوی بین‌نسلی و

حضور فعال خانواده می‌تواند به کاهش این تعارضات کمک کند. سرانجام، هویت نوجوان ایرانی در عصر دیجیتال، نه یک شکل یگانهٔ متأثر از عامل رسانه، بلکه یک فرایند پویا است که در تقاطع فرهنگ، فناوری، و قدرت به‌گونه‌ای دائم بازسازی می‌شود. با توجه به شواهد به‌دست‌آمده از تحلیل مضامین، چند راهبرد مدیریتی برای رویارویی با چالش‌های هویتی پیشنهاد می‌شود:

با توجه به سبک دین‌داری گزینشی در نوجوانان اینستاگرامی، برنامه‌های آموزشی باید بر تقویت تفکر انتقادی متمرکز شوند.

همچنین، نتایجِ یافته‌ها، نشان می‌دهد که نوجوانانی که خانواده‌هایشان با «سبک گفت‌وگومحور» بر مصرف رسانه نظارت می‌کنند، کمتر دچار بحران هویت می‌شوند؛ ازاین‌رو، مطلوب است که خانواده، میانجی اصلی تولید معنا در جامعه قرار گیرد؛ سرانجام، با توجه به ضعف رسانه‌های ملی در رقابت با پلتفرم‌های جهانی، می‌بایست، الگوهای محتوایی، با توجه به زمینه‌های فرهنگی ایرانی ـاسلامی، مورد بازنگری قرار بگیرند.

تضاد منافع

هیچ‌گونه تضاد منافعی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

حمایت مالی

این مقاله از هیچ‌گونه حمایت مالی از سوی نهادها، سازمان‌ها یا منابع خاصی برخوردار نبوده است.

منابع

ابراهیمی ورزنه، لیلا؛ و فتحی، الهام (۱۴۰۳). مطالعه کیفی نگرش نوجوانان و جوانان دختر طرفدار محصولات سرگرمی کره‌جنوبی. روان‌شناسی فرهنگی زن، ۵۹(۱۵)، ۷۵-۹۰. doi: 10.61186/iau.1119437

ابراهیمی، مهدی؛ و نیکنام راد، سیدمحمدغفار (۱۳۹۳). فراتحلیل هویت‌پژوهی در ایران (با عطف نظر به مقالات یک دهۀ گذشته (۱۳۸۱-۱۳۹۱). فصلنامه مطالعات ملی، ۱۵(۵۷)، ۱۷۷-۱۴۹.

احمدی، شیرین؛ و پرهام، فاطمه (۱۴۰۱). نمودهای هویت ملی در متون تالیفی و ترجمه‌ای ادبیات نوجوان. فصلنامه مطالعات زبان و ترجمه، ۵۵(۳)، ۱۲۱-۱۵۳.

اعتمادی، مرجان؛ سیدنقوی، میرعلی؛ بامدادصوفی، جهانیار؛ حمزه‌پور، مهدی (۱۳۹۸). طراحی مدل مفهومی ساختاری تفسیری رهبری ناب؛ مبتنی بر رهیافت‌های جامع جوهره مفهوم ناب .نشریه علمی مدیریت فردا، ۵۷(۱۷)، ۲۵۰ -۳۳۳.

آقاپور، فرزانه (۱۳۹۹). بازنمایی هویت قومی در رمان نوجوان «دشت متلاطم» تو بلوچ نیستی... اگر هم باشی، از ما نیستی. مجله علمی پژوهشی مطالعات ادبیات کودک دانشگاه شیراز، ۱۱(۱)، ۱-۲۷. doi: 10.22099/jcls.2019.33713.1698

بارکر، کریس(۱۳۹۶). مطالعات فرهنگی: نظریه و عملکرد(ترجمه نفیسه حمیدی و مهدی فرجی). تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

برک، لورا (۱۳۸۷). روان‌شناسی رشد؛ از نوجوانی تا پایان زندگی (ترجمه یحیی سیدمحمدی؛ ج۲). تهران: انتشارات ارسباران. (تاریخ اصل اثر ۲۰۰۱)

بورن، اد (۱۳۷۹). بعد فرهنگی ارتباطات برای توسعه (ترجمه مهرسیما فلسفی). تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما. (تاریخ اصل اثر ۲۰۰۰)

بیابانگرد، اسماعیل؛ و پورنوروز، منیژه (۱۳۸۴). بررسی هویت در برنامه‌های نوجوان شبکه‌های یک و دو سیما. فصلنامه پژوهش های ارتباطی، ۱۲(۴۴)، ۳۹-۶۴.

توانی، مسلم؛ کرم‌اللهی، نعمت؛ و محمدی، اصغر (۱۴۰۱). تحلیل جامعه‌شناختی هویت و کاربران در شبکه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام (مورد مطالعه: دانش‌آموزان سوم دبیرستان شهر شیراز). فصلنامه جغرافیا، (۴۸)، ۴۳۲-۴۴۷. doi: 10.22034/jgeoq.2022.320779.3491

جان‌پرور، محسن؛ بهرامی جاف؛ ساجد، صالح‌آبادی؛ و ریحانه، مازندرانی، دریا (۱۴۰۰). فرا تحلیل کیفی روش و نتایج مرتبط با پژوهش‌های بازارچه‌های مرزی در ایران، مجلّۀ جغرافیا و توسعۀ ناحیه‌ای، ۲۰۵-۱۷۹. doi:10.22067/jgrd.2021.68121.1002

جعفری، علی؛ و فرجزاده، غلامعلی (۱۴۰۳). نقش رسانه‌های جمعی و اجتماعی در برساخت هویت ملی دانش‌آموزان دوره متوسطه: یک مطالعه پدیدارشناسی. فصلنامه علمی رسانه، ۳۵(۱)، ۸۳-۱۰۲. doi: 10.22034/bmsp.2023.343626.1806

جعفری، فاطمه؛ بهرامی، سوسن؛ و جعفری هرندی، رضا (۱۴۰۰). پیش‌بینی میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی براساس سبک‌های هویت در دانش‌آموزان شهر قم. علوم و فنون مدیریت اطلاعات، ۷(۳)، ۲۱۹-۲۴۲. doi: 10.22091/stim.2020.6037.1455

جهانبخش، لاله؛ سلطانی، حسن؛ و مریدی، محمدرضا (۱۴۰۳). بررسی بازنمود مؤلفه‌های هویت فرهنگی ایرانی در کتاب‌های مصور نوجوان با استفاده از روش نشانه‌شناسی اجتماعی .جلوه هنر، ۳۹-۵۲. doi: 10.22051/jjh.2023.43144.1948

جهانبخش، لاله؛ و سلطانی، حسن (۱۴۰۰). تأثیر عصر جهانی‌شدن در بازنمایی هویت ملی در تصویرگری‌های کتاب‌های داستانی تألیفی نوجوان در ایران. پژوهش‌نامه گرافیک نقاشی، ۴(۷)، ۲۷- ۱۳. doi: 10.22051/pgr.2022.41465.1155

جوکاری، مهناز؛ و حسامپور، سعید (۱۴۰۱). برساخت بدن و هویت‌یابی دختران در رمان نوجوان ایرانی؛ بررسی موردی: آثار عباس جهانگیریان .جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۴(۳)، ۴۸-۶۶. doi: 10.34785/J016.2022.029

حسین،, سیدجواد؛ بشیر، حسن؛ و عروج، مژگان (۱۴۰۳). مرور نظام‌مند پژوهش‌های خانواده و رسانه (با تاکید بر شبکه‌های اجتماعی مجازی، سینما و تلویزیون). زن در فرهنگ و هنر، ۱۶(۴)، ۵۲۴-۵۰۵. doi:10.22059/jwica.2024.381647.2073

حسینی انجدانی، مریم (۱۳۹۰). چشم‌اندازهای پژوهشی پیرامون فرصت‌ها و چالش‌های اینترنت در رشد هویت نوجوانان. پژوهش‌های ارتباطی، ۱۹(۷۲)، ۶۵-۹۱. doi: 10.22082/cr.2012.23444

حسینی انجدانی، مریم؛ درویزه، زهرا؛ خسروی، زهره؛ و پورشهریاری، مه‌سیما (۱۳۸۸). نقش رسانه‌ها در رشد هویت ملی نوجوانان شهر تهران .پژوهش‌های ارتباطی، ۱۶(۲)، ۶۴-۳۹.

حسینی، وجیهه؛ صنعت‌جو، اعظم؛ شریف، عاطفه؛ و یزدی امین، سید امیر (۱۳۹۷). تحلیل محتوای داستان‌های نوجوانان از حیث ابعاد هویت‌یابی بر پایه نظریات اریکسون، مارسیا و برزونسکی. تعامل انسان و اطلاعات، ۵(۱).

حقیقتیان، منصور؛ و عزیزی، جلیل (۱۳۹۱). رسانه‌های نوین و چالش هویت اجتماعی دانش‌آموزان (نمونه آماری: دانش‌آموزان شهر شیراز). فصلنامه علمی-پژوهشی خانواده و پژوهش، ۹(۲)، ۳۵-۵۶.

حیدری، آرمان؛ اکوانی، سیدحمداله؛ و کشفی، محمدباقر (۱۳۹۲). رسانه‌ها و هویت فرهنگی: مطالعه دانش‌آموزان متوسطه شهر یاسوج. مطالعات ملی، ۱۴(۳)، ۱۴۸-۱۲۳.

حیدری، آرمان؛ میرفردی، اصغر؛ و رمضانی باصری، عباس (۱۳۹۳). مقایسهٔ جنسیتی هویت دینی و رابطهٔ آن با مصرف رسانه‌ای (تلویزیون و ماهواره)؛ مورد مطالعه: دانش‌آموزان متوسطهٔ شهر مرودشت. دین و ارتباطات، ۲۰(۲۴)، ۴۳-۵. doi: 10.30497/rc.2014.1550

حیدری، آرمان؛ و رمضانی باصری، عباس (۱۳۹۵). اینترنت، برنامه‌های ماهواره‌ای و هویت دینی (مطالعه موردی: دانش‌آموزان متوسطهٔ شهر مرودشت). جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، ۲(۱)، ۲۶-۷. doi: 10.22034/ijes.2016.43675

حیدری، حسین؛ و جعفرزاده‌پور، فروزنده (۱۳۹۳). فراتحلیل رابطه هویت ملی و هویت قومی در ایران. راهبرد اجتماعی فرهنگی، (۲)۳، ۹۶-۶۳.

خادمی، الهام؛ آباد، مرضیه؛ مهدوی، محمدجواد؛ و کرمانی، مهدی (۱۴۰۳). خوانش تطبیقی بازتاب هویت در رمان نوجوان عربی و فارسی براساس نظریه اریک اریکسون (مطالعه موردی: فاتن و هستی). زبان و ادبیات عربی، ۱۵(۳)، ۷۸-۶۰. doi: 10.22067/jallv15.i3.2309-1311

خانی جزنی، جمال (۱۳۸۸). هویت مجازی. تهران: مهرتاب.

خانیکی، هادی (۱۳۸۷). رسانه‌ها و هویت دستخوش تغییر جوانان. مجله رسانه. ۱۳(۱).

خوش‌صورت موفق، اعظم؛ و محسنی، مریم (۱۴۰۳). بازنمود هویت جنسیتی ادراک‌شده نوجوانان علاقه‌مند به موسیقی کی‌پاپ. مطالعات فرهنگی اجتماعی حوزه، ۸(۲)، ۱۸۷-۱۶۳. doi: 10.22081/scs.2024.68586.1309

خیامی، عبدالکریم؛ و بادین‌فکر، محمدجواد (۱۴۰۱). برهم‌کنش سبک زندگی و هویت در ساخت خرده‌فرهنگ‌های دیجیتالی جوانان؛ مورد مطالعه: هواخواهان ایرانی گروه موسیقی کره‌ای اکسو. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۸(۶۶)، ۲۴۹-۲۲۵. doi: 10.22034/jcsc.2021.522713.2319

ربانی، حدیث؛ و علی‌آبادی، فاطمه (۱۴۰۱). تأثیر فضای مجازی بر سبک زندگی و هویت نوجوانان در دوران اپیدمی کرونا. مجله راهبردهای نو در روانشناسی و علوم تربیتی، ۴(۱۲)، ۱۸۱-۱۷۲.

ربیعی، علی؛ عبداللهی، عظیمه‌سادات؛ و شیروی خوزانی، یاسر (۱۳۹۴). بررسی رابطه تماشای تلویزیون‌های ماهواره‌ای با هویت جنسیتی دختران نوجوان شهر اصفهان. فصلنامه مطالعات اجتماعی-روان‌شناختی زنان، ۱۳(۳)، ۱۲۸-۹۹. doi: 10.22051/jwsps.2015.2153

رجایی، فرهنگ(۱۳۸۲). مشکل هویت ایرانیان امروز. تهران: نی.

رجب‌زاده، احمد(۱۳۸۶). جامعه‌شناسی(۱). تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی.

رضوی‌زاده، نورالدین؛ ایرانمنش، هانیه؛ و نوری، عباس (۱۴۰۳). نقش اینستاگرام در هویت‌سازی و سبک زندگی: مطالعه موردی دانش‌آموزان پسر دبیرستانی شهر پرند. فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۲۱۳-۱۸۷. doi: 10.22083/jccs.2024.481508.3947

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

سلطان‌محمدی، عطیه؛ و پورسید آقایی، زهرا سادات (۱۴۰۲). آسیب‌شناسی پدیدارشناسانه هویت جنسیتی دختران نوجوان در فضای مجازی. فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی، ۱۴(۵۴)، ۸۴-۶۱. doi: 10.22054/qccpc.2023.71537.3058

شاکری ورزنه، مریم؛ و صالحی نجف‌آبادی، نعمت‌اله (۱۴۰۲). اثربخشی آموزش رژیم مصرف رسانه‌ای به والدین بر هویت دینی و هویت ملی دانش‌آموزان دختر متوسطه دوم. جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، ۴(۴)، ۱۷-۱۰.

شریفی رهنمو، سعید؛ شریفی رهنمو، مجید؛ و هدایتی‌منظور، جواد (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام با هویت دینی نوجوانان ۱۵ تا ۱۸ ساله شهر همدان. نشریه مطالعات فرهنگی پلیس، ۵(۱)، ۵۸-۲۹.

شهابی عنبران، بهجت؛ جعفری، علی؛ هاشمی، شهناز؛ و سلطانی‌فر، محمد (۱۴۰۲). هویت‌های دوگانه در فضای مجازی-واقعی نوجوانان (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه استان اردبیل). فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ- ارتباطات، ۲۴(۶۱)، ۶۴-۳۳. doi: 10.22083/jccs.2023.331813.3560

شهابی، بهجت؛ جعفری، علی؛ هاشمی، شهناز؛ و سلطانی‌فر، محمد (۲۰۲۲). هویت‌های دوگانه در فضای مجازی و واقعی بر اساس تجارب زیسته نوجوانان؛ تحلیل مضمون. مهارت‌های روانشناسی تربیتی، ۲(۱۳)، ۵۷-۴۹.

شهیدی، عباسعلی (۲۰۱۹). تأثیر عضویت در شبکه‌های اجتماعی بر سطوح هویت‌یابی و احساس امنیت اجتماعی نوجوانان. پژوهش‌های اعتقادی کلامی، ۹(۳۵)، ۱۵۲-۱۴۳.

شیخ‌زاده، محمد؛ بنی‌اسد، رضا (۱۴۰۰). تحلیل مضمون: مفاهیم، رویکردها و کاربردها. قم: انتشارات لوگوس.

عبدلی، سارا؛ یوسف‌فام، عالیه؛ و خمسه، شروین (۱۴۰۳). چگونگی شکل‌گیری هویت کودک و نوجوان در داستان‌های کودکانه «محمدحسین محمدی» براساس دیدگاه «اریکسون» و «گیدنز». مطالعات ادبیات کودک دانشگاه شیراز، ۱۵(۱)، ۱۶۵-۱۳۷. doi: 10.22099/jcls.2023.46631.1972

عبدی‌پور، نصیبه؛ و جمشیدی‌مهر، پرویز (۱۴۰۰). تأثیرات آموزش آنلاین بر الگوهای هویتی-تربیتی. پویش در آموزش علوم انسانی، ۷(۲۴)، ۹۰-۷۵.

عدلی‌پور، صمد؛ سلیمانی، حمید؛ و مفاخری، اقبال(۱۳۹۳). رابطه مصرف رسانه‌ای با هویت اجتماعی و سبک زندگی نوین در بین جوانان شهر تبریز. پژوهش‌های ارتباطی، ۳(۷۹)، ۱۴۶-۱۲۱.

عزیزی، فرید؛ و عزیزی، حمید (۱۴۰۰). ثبت و تحلیل نقش ستارگان موسیقی پاپ و رپ ایرانی در هویت‌یابی و جامعه‌پذیری هواخواهان نوجوان ایرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام (موردمطالعه: امیرحسین تتلو و سید حسین موسوی (ملقب به تهی). فصلنامه علمی مطالعات راهبردی فرهنگ، ۱(۳)، ۱۰۱-۱۲۶. doi: 10.22083/scsj.2021.144756

فرج‌زاده، غلامعلی؛ و جعفری، علی (۱۴۰۲). تجارب زیسته نوجوانان از نقش رسانه‌های سنتی و نوین در هویت ملی. فصلنامه مطالعات ملی، ۲۴(۹۴)، ۵۴-۳۵. doi: 10.22034/rjnsq.2023.365370.1447

فرجی نیری، معصومه؛ صادقی نیری، رقیه؛ و عبدالرحیمی، علیرضا (۱۳۹۸). نسبت‌سنجی مناسبات سبک زندگی مدرن و گسترش فضای مجازی بر فرهنگ، هویت اجتماعی، ارزش‌ها و روابط اجتماعی نوجوانان. مجله سبک زندگی اسلامی با محوریت سلامت، ۳(۳)، ۱۱-۱.

فولاد، مریم؛ نوحی، شهناز؛ آقایی، حکیمه؛ و مسعودی شاهد (۱۴۰۲). مدل‌سازی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی براساس طرحواره‌های ناسازگار اولیه: نقش میانجی هویت معنوی در نوجوانان دختر. مجله مطالعات ناتوانی، ۱۳(۱)، ۱۱۸.

قنبری باغستان، عباس؛ حسین‌زاده، فائزه؛ و غلامی، فرزاد (۱۴۰۲). فرآیند هویت‌یابی «تقلیل‌یافته» نسل زد در شبکه‌های اجتماعی: مطالعه موردی دختران نوجوان در شهر مشهد. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۹(۷۱)، ۱۶۲-۱۳۵. doi: 10.22034/jcsc.2023.2014283.2704

قنبری برزیان، علی (۱۳۹۶). تأثیر فراغت مجازی و بازی‌های رایانه‌ای بر هویت دینی نوجوانان. فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ- ارتباطات، ۱۸(۳۹)، ۹۷-۱۲۰. doi: 10.22083/jccs.2017.96680.2246

قنبری برزیان، علی؛ و همتی، رضا (۱۳۹۴). هویت دینی در جامعه ایرانی: مرور نظام‌مند مطالعات انجام‌شده (۱۳۸۰-۱۳۹۲). جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۶(۳)، ۱۳۸-۱۱۷.

کاستلز، مانوئل (۱۳۹۰). عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ: ظهور جامعه شبکه‌ای (ترجمه احمد علیقلیان و احمد خاکباز). تهران: انتشارات طرح نو. (تاریخ اصل اثر ۱۹۹۷)

کلانتری، عبدالحسین؛ روشن‌فکر، پیام؛ و جواهری، جلوه (۱۳۹۰). مرور سه دهه تحقیقات «علل طلاق» در ایران. مطالعات راهبردی زنان، ۱۴(۵۳)، ۱۶۲-۱۲۹.

کمالی شهرزاد؛ و متقی، رضا (۱۴۰۳). مقایسه طرحواره‌های ناسازگارانه و فضای مجازی بر هویت جنسی همسو و ناهمسو در نوجوانان و جوانان. آموزش پرستاری، ۱۳(۴)، ۱۰۳-۹۰.

کمالی، مریم؛ نوین، حسین؛ و صلاحی، عسگر (۱۴۰۰). بررسی هویت ملی در اشعار کودک و نوجوان (با تکیه بر اشعار ابراهیمی، رحماندوست، شعبانی و کشاورز). فصلنامه مطالعات ملی، ۲۲(۸۵)، ۲۹-۴۸. doi: 10.22034/rjnsq.2021.128210

کوهی، کمال؛ و حسنی، محمدرضا (۱۳۹۰). رابطه استفاده از رسانه‌های نوین با ابعاد هویتی در نوجوانان و جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله شهر تبریز. پژوهش‌های ارتباطی، ۱۹(۷۲)، ۱۰۹-۱۳۰. doi: 10.22082/cr.2012.23446

گافمن، اروینگ(۱۹۵۹). نمود خود در زندگی روزمره. نیویورک: دوبل‌دی.

گودرزی، حسین(۱۳۸۴). جامعه‌شناسی هویت در ایران. تهران: موسسه مطالعات ملی/ تمدن ایرانی.

گیدنز، آنتونی (۱۳۹۹). پیامدهای مدرنیت (ترجمه محسن ثلاثی). تهران، ایران: نشر مرکز.

گیدنز، آنتونی(۱۳۷۸). تجدد و تشخص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید (ترجمه ناصر موفقیان). تهران: نشر نی. (تاریخ اصل اثر ۱۹۹۱)

لطف‌آبادی، محسن (۱۳۹۲). بازخوانی نظری مفهوم هویت. خردنامه، ۴(۱۰)، ۶۵-۵۳.

محمدی‌زاده، فاطمه؛ و مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۴۰۳). نوجوانان اینستاگرامی و هویت دینی. مطالعات دینی رسانه، ۶(۲۳)، ۱-۳۲. doi: 10.22034/jmrs.2024.209304

مرتضایی فریزهندی، کبری؛ و ادریسی، افسانه (۱۳۹۳). هویت‌یابی ملی در فضای رسانه‌ای. فصلنامه مطالعات ملی، ۱۵(۵۸)، ۷۵-۹۴.

مصرآبادی، جواد؛ و عرفانی آداب، الهام(۱۳۹۴). فراتحلیل روابط راهبردهای یادگیری و عملکرد حل مسئلهٔ ریاضی. نوآوری‌های آموزشی، (۱)۱۴، ۵۵-۳۴.

مهدی‌زاده طالشی، سیدمحمد؛ و مقامیان‌زاده، محمد (۱۴۰۱). نوجوانان و هواخواهی؛ هنجارهای خرده‌فرهنگ دیجیتالی تتلیتی. فصلنامه علوم اجتماعی، ۲۹(۹۷)، ۲۰۵-۲۴۳. doi: 10.22054/qjss.2023.72266.2606

میرطالبی، سیدمحسن؛ باصری، احمد؛ جوادی، علی؛ و رضاییان، مجید (۱۴۰۲). طراحی مدل استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایل در هویت‌یابی نوجوانان. نشریه مطالعات روانشناختی نوجوان و جوان، ۴(۷)، ۱۷۹-۱۹۱.

ناطقی، شاهده زهرا؛ و سجادی، مرضیه سادات (۱۴۰۰). تأثیرات رسانه بر هویت کودکان و نوجوانان. پژوهش‌های اسلامی جنسیت و خانواده، ۸۶-۶۷.

نوری‌راد، فاطمه؛ و خانیکی، هادی (۱۴۰۰). مطالعه رابطه نگرش به رسانه‌های اجتماعی با سبک‌های هویتی نوجوانان. مطالعات رسانه‌های نوین، ۷(۲۷)، ۳۹-۷۶. doi: 10.22054/nms.2021.61500.1228

نیک‌بخش، بهرام (۱۴۰۳). تأثیرات منفی رسانه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی نوجوانان از منظر مددکار اجتماعی. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۲۰(۷۴)، ۱۷۲-۱۴۵. doi: 10.22034/jcsc.2022.540125.2470

نیمروزی، محمدامین؛ و رضایی، علی‌محمد (۱۳۹۸). مقایسه هوش اجتماعی و هویت جنسی، پرخاشگری و گرایش به اعتیاد در نوجوانان وابسته به بازی آنلاین ویدئویی GTA و نوجوانان عادی: مطالعه مقطعی. پژوهش در علوم توانبخشی، ۱۵(۵)، ۲۹۳-۲۸۶. doi: 10.22122/jrrs.v15i5.3463

هادی کرکوندی، مسعود؛ حسینی، سیدحسام؛ رضایی، حسین؛ و موسوی‌فر، سید تقی (۱۴۰۳). واکاوی علل چالش هویت‌یابی نوجوان دو فضایی واقعی-مجازی. پژوهشنامه فرهنگی و اجتماعی کودک و نوجوان، ۲(۱)، ۹۷-۱۳۲. doi: 10.22083/cssca.2024.462002.1023

همدانی، محمدعلی؛ عطاریان، محمد مهدی؛ و گودرزی، زینب (۱۴۰۲). نقش اعتیاد به بازی‌های رایانه‌ای در هویت‌زدایی و پرخاشگری نوجوانان. مطالعات تربیتی و روانشناختی خانواده، ۴(۸)، ۴۷-۷۴.

هنري ماسن، پاول و دیگران (۱۳۹۶). رشد و شخصیت کودك (مترجم: مهشید یاسایی). انتشارات نشر مرکز.

وفادار، مژگان؛ رستگار خالد، امیر؛ و بقایی سرابی، علی (۱۴۰۳). نقش مصرف محصولات فرهنگی رسانه‌های آسیای شرقی (انیمه، کی‌دراما و کی‌پاپ) در هویت دختران نوجوان ۱۸-۱۲ سال در تهران. پژوهش‌های ارتباطی، ۳۱(۱۱۸)، ۱۱۱-۱۴۵. doi: 10.22082/CR.2024.2024614.2669

ویندال، سون؛ سیگنایترز، بنو؛ و اولسون، جین (۱۳۸۷). کاربرد نظریه‌های ارتباطات (ترجمه علیرضا دهقان؛ چاپ دوم). تهران: جامعه‌شناسان. (تاریخ اصل اثر ۱۹۹۲)

یاوری عطا؛ و حسینی، سیدبشیر (۱۴۰۳). تقویت هویت ملی و دینی نوجوانان از طریق آموزش توحید در قالب سرگرم‌آموزی در برنامه‌های تلویزیونی. پژوهش‌های مشاوره، ۲۳(۹۲)، ۱۷۶-۲۰۲. doi: 10.18502/qjcr.v23i92.17849

یعقوبی، ابوالقاسم؛ و بی‌تا، محدثه (۱۴۰۳). فراتحلیل رابطه سبک‌های هویت و عملکرد تحصیلی. فصلنامه اندازه‌گیری تربیتی، ۱۵(۵۵)، ۱۴۴-۱۱۶. doi: 10.22054/jem.2024.74178.3467

Ainsworth, Sh. (2008). How do animations influence learning? School of Psychology and Learning Sciences Research Institute, University of Nottingham, University Park, Nottingham, NG7 2RD, UK.

Andreassen, S., Randers, I., Ternulf Nyhlin, K., & Mattiasson, A.-C. (2007). A meta-analysis of qualitative studies on living with oesophageal and clinically similar forms of cancer, seen from the perspective of patients and family members. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-Being*, 2(2), 114–127. doi:10.1080/17482620701305589

Avci, H., Baams, L., & Kretschmer, T. (2024). A Systematic Review of Social Media Use and Adolescent Identity Development. *Adolescent Research Review*, 10(2), 219–236. doi:10.1007/s40894-024-00251-1

Baran, S.J & Davis, D.K. (2012). *Mass Communication* Theory: Foundations, Ferment, & Future. Austrailia: Wadsworth Cengage Learning.

Barker, C. (2004), *The Sage Dictionary of Cultural Studises*, London:Sage Publications.

Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.

Cherry, G., Boland, A. & Dickson, R. (2023). Doing a systematic review: A student′s guide (Third ed.). SAGE Publications Ltd.

Diamond, A. (2020), Chapter 19–Executive functions. *Handbook of Clinical Neurology*: *Elsevier*, 225-240. doi:10.1016/B978-0-444-64150-2.00020-4

Erickson, E. H. (1968). *Identity. Youth and Crisis*. New York: Norton.

García-Holgado, A., & García-Peñalvo, F. J. (2018). Mapping the systematic literature studies about software ecosystems. In F. J. García-Peñalvo (Ed.), Proceedings TEEM'18. *Sixth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality*, 910-918. doi: 10.1145/3284179.3284330

Gerbner, G., & Gross, L.(1976). Living with Telveision. The Violence Profile. *Journal Of Communication*, 26. 173-199. doi: 10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x

Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity*. Cambridge, England: Polity Press.

Graneheim, U. H., & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2), 105–112. doi:10.1016/j.nedt.2003.10.001

Hutton, B., Salanti, G., et. al. (2015). The PRISMA Extension Statement for Reporting of Systematic Reviews Incorporating Network Meta-analyses of Health Care Interventions: Checklist and Explanations. *Annals of Internal Medicine*, 162(11), 777–784. doi:10.7326/M14-2385

Kitchenham, B. (2004). Procedures for Performing Systematic Reviews. Keele University Technical Report. Kitchenham.

Mayer, R. E. (2014). *Cognitive Theory of Multimedia Learning*. *The Cambridge Handbook of Multimedia Learning*, 43–71. doi:10.1017/cbo9781139547369.005

Petticrew, M., & Roberts, H.(2006). Systematic reviews in the social sciences: A practical guide. *Oxford*, UK: Blackwell.

Schachter, Elli (2014). "Multiple identities as viewed by Eriksonian theory and its critics:A psychological perspective with relevance to contemporary Jewish education". *International Journal of Jewish Education and Research*. 2013 (5-6). 71-90. doi:10.22067/jallv15.i3.2309-1311i

Steensma, T.D., Kreukels, B.P., de Vries, A.L., Cohen-Kettenis, P.T. (2013). Gender identity development in adolescence. *Horm Behav*. 64(2), 288-97. doi: 10.1016/j.yhbeh.2013.02.020

Stryker, S., & Burke, P. J. (2000). The past, present, and future of an identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 63, 284–297.

Timulak, L. (2008). Meta-analysis of qualitative studies: A tool for reviewing qualitative research findings in psychotherapy. *Psychotherapy Research*, 19(4–5), 591–600. doi:10.1080/10503300802477989

Valkenburg, P.M., Meier, A., & Beyens, I. (2022). Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence. *Curr Opin Psychol*. 44, 58-68. doi: 10.1016/j.copsyc.2021.08.017

Vannucci, A., Simpson, E.G., Gagnon, S., Ohannessian, C.M.. (2020). Social media use and risky behaviors in adolescents: A meta-analysis. *J Adolesc*. 79, 258-274. doi: 10.1016/j.adolescence.2020.01.014

Woodward, K., (2002), *Identity and Difference*. London: Sage Publication.