

<http://doi.org/10.22133/mtlj.2023.375558.1148>

Showing off Digital Natives on Instagram: Analysis of the process causes of contagion and prevention measures

Ehsan Salimi^{1*}, Neda Shiri², Simin Farkhini Nia³

¹ Assistant Professor, Department of Law, Faculty of Humanities, Maragheh University, Maragheh, Iran

² Bachelor of Law, Faculty of Humanities, Maragheh University, Maragheh, Iran

³ Master of Criminal Law and Criminology, Faculty of Law, Qom University, Qom, Iran

Article Info

Abstract

Original Article

Received:

05-12-2022

Accepted:

12-5-2023

Keywords:

Life style

Dramatic Personality

Disorder

Ornament Display

Showing Off

Virtual Socialization

*Corresponding author

e-mail: e.salimi@maragheh.ac.ir

Recently, boasting and showing off on social networks has spread widely. This phenomenon has often emerged in image-oriented social networks such as Instagram, primarily among teenagers or the network generation. This article deals with the causes and factors of the tendency to show off, its process, and the epidemic of this phenomenon in the age group of teenagers on Instagram. The current research method is a descriptive-analytical method with the analysis method of "contextual theory" and "experimental theory". To collect data and continue observing the behaviour of 18 predetermined users in the mentioned social network in a certain period (8 weeks), the tool of interviewing 12 other users has also been used. The findings of this research show that the phenomenon of showing off and attracting excessive attention, known as a disease, has its roots in histrionic personality disorder, the biological-genetic causes of which are unclear. Secondly, its high prevalence is primarily the result of disruption in parents' parenting methods, education and imitation, which the metavariables of the cyber sphere have aggravated. Thirdly, excessive self-presentation in social networks is a human-social phenomenon, so preventing this deviation must be exact and causes.

How to Cite:

Salimi, E., Shiri, N., & Farkhini Nia, S. (2023). Showing off Digital Natives on Instagram: Analysis of the causes of contagion and prevention measures. *Modern Technologies Law*, 4(8), 53-67.

Published by University of Science and Culture <https://www.usc.ac.ir>

Online ISSN: 2783-3836



<http://doi.org/10.22133/mtlj.2023.375558.1148>

خودنمایی دیجیتال نیتوها در اینستاگرام: تحلیل فرایند، علل واگیری و تدابیر پیشگیری

احسان سلیمی قلعه^۱، ندا شیری^۲، سیمین فرخی نیا^۳

^۱ استادیار گروه حقوق، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه مراغه، مراغه، ایران

^۲ کارشناس حقوق، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه مراغه، مراغه، ایران

^۳ کارشناسی ارشد حقوق جزا و جرم‌شناسی، دانشکده حقوق، دانشگاه قم، قم، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده
---------------	-------

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۰۹/۱۴

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۲/۲۲

واژگان کلیدی:

سبک زندگی
اختلال شخصیت نمایی
تبرج
خودنمایی
جامعه‌پذیری مجازی

در سال‌های اخیر، تهاجر و خودنمایی در شبکه‌های اجتماعی شیوع گسترده‌ای داشته است. این پدیده، اغلب در شبکه‌های اجتماعی تصویرمحور نظیر اینستاگرام و بیشتر به‌دست نوجوانان یا نسل شبکه بروز و ظهور یافته است. این نوشتار متکفل بررسی علل و عوامل گرایش به خودنمایی و فرایند آن و اپیدمی شدن این پدیده در گروه سنی نوجوانان در اینستاگرام است. روش تحقیق حاضر، توصیفی - تحلیلی با شیوه تحلیل «تئوری زمینه‌ای» و «نظریه‌آزمایی» است. به‌منظور گردآوری داده‌ها علاوه بر مشاهده مستمر رفتار هجده کاربر از پیش تعیین شده در شبکه اجتماعی مذکور در بازه زمانی مشخص (هشت هفته)، از ابزار مصاحبه با دوازده کاربر دیگر نیز استفاده شده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که اولاً پدیده خودنمایی و جلب توجه مفرط، که بیماری شناخته می‌شود، ریشه در اختلال شخصیت نمایی (هیستریونیک) دارد که علل زیستی - ژنتیکی آن چندان مشخص نیست؛ ثانیاً شیوع بالای آن بیش از همه معلول اختلال در شیوه‌های فرزندپروری والدین، آموزش و تقلید است که به‌منظور فرامتغیرهای سپهر سایبر تشدید شده است؛ ثالثاً پدیده خودنمایی مفرط در شبکه‌های اجتماعی، پدیده‌ای با ماهیت انسانی - اجتماعی است؛ بنابراین پیشگیری از این انحراف نیز باید با ماهیت و علل آن هم‌سنخ و هم‌جنس باشد.

*نویسنده مسئول

رایانامه: e.salimi@maragheh.ac.ir

نحوه استناددهی:

سلیمی قلعه، احسان، شیری، ندا، و فرخی نیا، سیمین (۱۴۰۲). خودنمایی دیجیتال نیتوها در اینستاگرام؛ تحلیل فرایند، علل واگیری و تدابیر پیشگیری. حقوق فناوری‌های نوین، ۴(۸)، ۴۳-۶۷.

ناشر: دانشگاه علم و فرهنگ <https://www.usc.ac.ir>

شاپای الکترونیکی: ۳۸۳۶-۲۷۸۳

مقدمه

برخی ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی، که از آن با عنوان فرامتغیر^۱ یاد می‌شود - شامل تعاملی بودن، سرعت بالا، فرامکانی بودن، انتشاریافتگی و تکثرپذیری، تشدید واقعیت، هویت‌گریزی یا هویت‌پذیری سیال و فقدان محدودیت سنی و جنسی - موجب گرایش بالای شهروندان به استفاده از این شبکه‌ها شده است. مطابق با آمار موثق، مدت زمانی که کاربران به حضور در شبکه‌های اجتماعی اختصاص می‌دهند بسیار بیشتر از زمانی است که به ورزش، مطالعه و تعاملات واقعی با هم‌سالان و بستگان می‌پردازند^۲ (مرکز رصد فرهنگی کشور، ۱۴۰۱). این وابستگی به شبکه‌های اجتماعی در میان نوجوانان و به‌ویژه پس از پاندمی کرونا، به مراتب شدیدتر است؛ تا آنجا که اگر گفته شود فرایند جامعه‌پذیری برای این نسل مجازی شده است، دور از واقع نیست. با پیدایش این نسل، تعابیری دیگری که مؤید درجه شدیدتری از پیوند و وابستگی بین این نسل و فضای مجازی به کار می‌رفت، معنا و مصداق خود را از دست داده و تعابیر دیگری که مؤید درجه شدیدتری از پیوند و وابستگی بین این نسل و فضای مجازی است، نظیر نسل اینترنت، بومی‌های دیجیتال یا دیجیتال نیتوها^۳ جایگزین شده‌اند (حاجی ده‌آبادی و سلیمی، ۱۳۹۸، ص ۴۲). آنچه موجب نگرانی می‌شود این است که نوجوانان بسیاری از رفتارهای غیر معمول، بیمارگونه و منحرف شهروندان بزرگسال را، که به فضای مجازی کشیده شده است، به سرعت تقلید می‌کنند. یکی از این رفتارهای بیمارگونه در شبکه‌های اجتماعی، خودنمایی مفرط و تفاخر به ظاهر جسمانی، موقعیت مالی و وضعیت اجتماعی و... است که به سرعت در میان کاربران نوجوان شیوع یافته است.^۴ این دسته از کاربران ممکن است برای رفع عطش توجه‌طلبی، شخصیتی ضداجتماعی شوند و خط قرمزهای خانواده و جامعه را نادیده بگیرند و به منزله مهره‌ای خطرناک و مستعد خشونت و بزهکاری برای جامعه و وسیله‌ای مناسب برای سوءاستفاده بزهکاران تبدیل شوند. از این روی، پرداختن به این موضوع ضرورت مضاعف می‌یابد؛ زیرا این پدیده در وضعیت حاضر از عادت‌های فردی به یک «فرهنگ اجتماعی»^۵ در حال تبدیل شدن است و سبک زندگی^۶ جمعیت فراوانی از شهروندان فضای سایبر را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد و اتفاقاً کودکان و نوجوانان معصومی که به سبب توسعه سریع و قارچ‌گونه شبکه‌های اجتماعی و محدودیت‌های شدید ناشی از بیماری کووید ۱۹ فرایند جامعه‌پذیری ناقصی داشتند بیش از دیگران در معرض آسیب‌ها و مخاطرات این پدیده اجتماعی هستند.

پیشینه پژوهش

در میان مرتبط‌ترین پژوهش‌ها با موضوع مقاله حاضر، پژوهش‌هایی که هم‌زمان کلیدواژه‌های سبک زندگی، اختلال شخصیت خودنمایی و شبکه‌های اجتماعی مجازی را در خود جمع کرده‌اند بحث خودنمایی مجازی را در نتیجه وجود برخی ویژگی‌های فضای اینترنت و شبکه‌های اجتماعی - از جمله سهولت در ایجاد حساب کاربری و عدم لزوم احراز هویت خاص و امکان ناشناس ماندن - پی گرفته‌اند. برای نمونه، شمشادی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی جامعه‌شناختی با عنوان «شناسایی مؤلفه‌های فرهنگ حاکم در شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام» با استناد به نظریه‌های روان‌شناختی بنت و گافمن، شخصیت‌های دوگانه کاربران فضای مجازی را بررسی کرده و از دو نوع شخصیت جلو صحنه و پشت

۱. فرامتغیرها عواملی هستند که همه چیز را تحت تأثیر قرار می‌دهند و در رابطه‌ای متقابل، تأثیر و تأثیرپذیری پیچیده‌ای بر یکدیگر دارند. برای مطالعه بیشتر در این زمینه ر.ک: عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۰). مطالعات جهانی شدن؛ دوفضایی شدن‌ها و دوجاهانی شدن‌ها، تهران: انتشارات سمت.

۲. براساس آماری که مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۹ ارائه کرده، سرانه روزانه استفاده از شبکه‌های اجتماعی یک ساعت و سی و دو دقیقه بوده است. این در حالی است که در همین سال، سرانه ماهانه مطالعه کتب غیردرسی میانگین چهار ساعت برآورد شده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۹).

3. Digital Natives

۴. مطابق با داده‌های تحصیل شده از طریق مشاهده و مطالعات پژوهش‌های داخلی و خارجی با رویکردهای روان‌شناسی، جرم‌شناسی و فقهی (انجمن روان‌پزشکی آمریکا، ۱۳۹۳، ص ۱۰۱۰؛ هزارجریبی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۹۶؛ فقیهی و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۲۰۷)، در میان اقشار مختلف، دختران نوجوان تمایل بیشتری به خودنمایی و جلب توجه دیگران دارند؛ تا آنجا که برخی کاربران نوجوان با آزادی عملی که فضای مجازی برای آن‌ها به ارمغان آورده است، هویت مجازی خود را مطابق با میل و انتظار خود می‌سازند و بعضاً در صفحات خود، با نقش‌ها و جلوه‌گری‌های متنوعی ظاهر می‌شوند و در جذب نگاه دیگران از طرق گوناگون، نظیر انتشار داده‌های تصویری جذاب از خود، بیان موضوعات حاشیه‌ای و شایعه‌پراکنی برای خود و دیگران و... تلاش می‌کنند.

5. Social Culture

6. Life Style

صحنه نام برده است و حضور در رسانه را جایی می‌داند که افراد سعی دارند نمایشی ایدئال از نقشی ایدئال را بازی کنند و از طریق جذابیت پروفایل، تصویر جذاب، زیبایی خود یا جالب بودن موضوعاتی که به اشتراک می‌گذارند و در یک کلام خود را در معرض توجه سایر کاربران قرار دهند. در پژوهش مذکور، شبکه‌های اجتماعی برای بازآفرینی هویتی که از لحاظ اجتماعی جذاب و مطلوب است مکان خوبی به‌شمار می‌آیند و این امر بستگی دارد به این‌که افراد مایل‌اند دیگران چگونه قضاوتشان کنند. قدسی و بی‌نیاز (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی رابطه بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و نشانه‌های اختلال شخصیت نمایشی در دانش‌آموزان»، به رابطه بین سرمایه اجتماعی (مانند اعتماد اجتماعی، تعهد اجتماعی، اهداف مشترک، مشارکت متقابل و هنجارهای روابط متقابل) و اختلال شخصیت نمایشی پرداخته و با روش آماری و میدانی، میزان اختلال شخصیت نمایشی را در دانش‌آموزان با شرایط فرهنگی و اجتماعی متفاوت بررسی کرده‌اند. نتایج تحقیقات این پژوهشگران گویای آن است که هر اندازه که میزان اعتماد اجتماعی و تعهد اجتماعی بیشتر باشد، میزان سلامت روانی افراد بیشتر بوده و میزان ابتلا به اختلال شخصیت نمایشی کمتر است؛ درحالی‌که هرچه تضاد خانوادگی در بین دانش‌آموزان بیشتر باشد، میزان سلامت روانی آن‌ها کمتر و در نتیجه میزان اختلال شخصیت نمایشی در آن‌ها افزایش می‌یابد. همچنین فقیهی و همکاران (۱۳۹۹) موضوع جلب توجه مفرط به منزله اختلال شخصیت نمایشی را در مقاله‌ای با عنوان «بررسی اختلال شخصیت نمایشی در آموزه‌های اسلامی و تطبیق آن با یافته‌های روان‌شناسی» از منظر علت‌یابی این پدیده و شناسایی ویژگی‌های شخصیتی مشترک در مبتلایان به این اختلال، با رویکرد تطبیقی بین آموزه‌های دینی و دستاوردهای روان‌شناسی بررسی کرده‌اند. این پژوهش مدعی است علل و زمینه‌های ایجاد این اختلال، «کمبود عزت نفس و احساس خواری در نفس» است. همچنین براساس یافته‌های این پژوهش، ویژگی‌های شخصیتی مشترک میان مبتلایان به این اختلال در آموزه‌های اسلامی و علم روان‌شناسی عبارت‌اند از: ظاهرسازی و اغواگری، خودمحوری، توجه‌طلبی و ستایش‌خواهی، عملکرد هیجانی سطحی و بدون تأمل، وابستگی شخصیتی، افسردگی و بی‌انگیزگی. وجه متمایز پژوهش حاضر آن است که اپیدمی خودابرازی و جلب توجه - با تمرکز بر شبکه‌های اجتماعی مجازی و به‌طور خاص، شبکه اجتماعی اینستاگرام - در حکم پدیده‌ای پیش‌رونده و فلج‌کننده نظام‌های ارزشی و استعداد‌های علمی و در یک کلمه، مهلک‌کاری مؤثر قشر عظیم و کارآمد جامعه یعنی نوجوانان تحلیل و علت‌یابی شد.

روش پژوهش

تحقیق حاضر، با روش کیفی و الگوی «مردم‌نگاری مجازی» تدوین یافته و برای تحلیل موضوع، شیوه‌های تحلیل «نظریه‌آزمایی»^۱ و «تئوری زمینه‌ای»^۲ را به‌کار گرفته است. در این راستا، برای تحلیل فرایند خودنمایی از نظریه فنون ختنی سازی ماتزا و برای تحلیل علت‌شناسی اپیدمی شدن خودنمایی از نظریات معاشرت‌های ترجیحی ساترلند^۳ و تقلید گابریل تارد^۴ (1907) بهره‌برداری شده است. مصاحبه آنالاین به‌منزله ابزار اصلی و مشاهده به‌مثابه ابزار تکمیلی جمع‌آوری داده‌ها انتخاب شده است؛ بنابراین علاوه بر مشاهده مستمر هجده کاربر با رفتار خودنمایی حاد به مدت هشت هفته با هدف علت‌شناسی دقیق پدیده خودنمایی بیمارگونه در شبکه‌های اجتماعی، با دوازده کاربر شبکه اجتماعی اینستاگرام^۵ نیز، که مبتلا به اختلال مذکور تشخیص داده شدند، دست‌کم به مدت بیست دقیقه مصاحبه عمیق به عمل آمده است. پرسش‌ها بیشتر حول محور چرایی انجام رفتارهای خاص از جنس خودنمایی بیمارگونه بود. همه تلاش‌ها بر این بوده است که داده‌ها با روش مشاهده مشارکتی^۶ جمع‌آوری شوند

1. Theory Testing
2. Grounded Theory
3. Edwin H. Sutherland
4. Gabriel Tard

۵. انتخاب اینستاگرام از میان شبکه‌های اجتماعی رایج از آن روی بود که در میان انواع شبکه‌های اجتماعی، اینستاگرام به‌منزله شبکه اجتماعی تصویر محور به علت الگوریتم‌های هوشمند در مرتب‌سازی افراد با سلاقی و علاقی مشابه به شدت زمینه‌های تأثیر و تأثر کاربران از یکدیگر را فراهم می‌کند؛ آن‌گونه که اغلب در سطحی فراگیر و عمومی و در مدت‌زمان بسیار کوتاهی می‌توان رواج یک الگوی رفتاری مشابه، مد (Fashion)، و تقلید یک چالش (Challenge) به‌ویژه توسط کاربران نوجوان در این شبکه را شاهد بود؛ بنابراین تحقیق حاضر بر این شبکه اجتماعی متمرکز شده است.

۶. در روش مشاهده مشارکتی، محقق خود جزئی از گروه یا جامعه آماری می‌شود و به‌منظور دستیابی به ناب‌ترین اطلاعات در فعالیت‌های گروه مشارکت می‌کند (Bernard, 1998).

و به‌منظور ممکن نبودن نشرِ عین عبارات بسیاری از پاسخ‌ها، به دلایل اخلاقی، تاحدامکان عباراتی با مفهومی مشابه عبارت پاسخ‌دهندگان درج شده است.

۱. گرایش به خودنمایی؛ نیاز طبیعی - فطری یا اختلال روانی

هنری موری، روان‌شناس آمریکایی، در کتاب *کاوشی در شخصیت*^۱، که نظریه‌هایی درباره شخصیت را ارائه کرده، «نیاز روانی» را چنین توصیف کرده است: «قابلیت واکنش نشان دادن، به شیوه‌ای خاص، تحت شرایطی خاص» (Murray, 1964, p. 52). براساس نظریه موری، این نیازهای روانی اغلب در سطح ناخودآگاه ذهن انسان نقش آفرینی می‌کنند، اما نقش مهمی نیز در شخصیت انسان دارند. موری نیازها را بر دو دسته تقسیم کرده است: نیازهای اولیه و نیازهای ثانویه. نیازهای اولیه بر پایه نیازهای بیولوژیک هستند، مانند نیاز به اکسیژن، غذا و آب و نیازهای ثانویه عموماً روان‌شناختی هستند، مانند نیاز به پرورش، استقلال، موفقیت، احترام و خودنمایی. در تقسیم‌بندی دیگری، مازلو «نیازهای انسانی را به صورت یک سلسله‌مراتب ملاحظه کرده که از پایین‌ترین نیازها شروع شده و به بالاترین آن‌ها صعود می‌نماید و نتیجه می‌گیرد که پس از ارضای یک سطح از نیازها، نیازهای سایر سطوح اهمیت پیدا می‌کنند و آن‌ها خواهند بود که بر رفتار شخص تسلط خواهند داشت» (هزارجریبی و صفری، ۱۳۹۱، ص ۶۷). در هرم سلسله‌مراتب نیازهای مازلو، نیاز به پذیرش و احترام به ترتیب در مرتبه سوم و چهارم جای دارند. اریک فروم روان‌شناس شهیر دیگری است که عقیده دارد انسان پنج نیاز ویژه دارد و منشأ آن نیازها را تنهایی انسان می‌داند. از نظر وی، این نیازها عبارت‌اند از: نیاز به ارتباط‌داشتن، نیاز به سرآمدبودن، نیاز به ریشه‌داشتن، نیاز به احساس هویت، و نیاز به داشتن قالب روانی (شاملو، ۱۳۸۲، ص ۹۶). براساس دیدگاه کرونباخ، نیازها را می‌توان در پنج دسته طبقه‌بندی کرد. نیاز به محبت، نیاز به مقبول مقامات بالاتر واقع‌شدن، نیاز به تأیید همگان داشتن، نیاز به استقلال و وابسته‌نبودن، نیاز به کسب احترام و عزت‌نفس (الوانی، ۱۳۷۰، ص ۵۹). الکساندر ماری، روان‌شناس فرانسوی، نیز در طبقه‌بندی بیست‌گانه نیازها، نیاز به خودنمایی را مطرح و آن را این‌گونه تعریف می‌کند: «نیاز به خودنمایی یعنی خود را طرف توجه قرار دادن، روی دیگران تأثیرگذاردن، دیگران را تحریک کردن، کنجکاوی آن‌ها را برانگیختن و آن‌ها را سرگرم کردن» (رحیمی‌نیک، ۱۳۷۴، ص ۲۱). وی بیان می‌کند که رفتار شخص فقط از نیازها یا انگیزه‌های درونی او ناشی نمی‌شود، بلکه محیط زندگی او و نوع نگاهش به آن محیط نیز در این رفتار مؤثر است. بنابر نظریات ذکرشده، می‌توان ابراز داشت که تمایل انسان به ابراز خود یا خودنمایی در مفهوم عام ذاتاً در همه انسان‌ها وجود دارد و در هر یک از تقسیم‌بندی‌های مذکور با دسته خاصی از نیازها منطبق می‌شود؛ بنابراین صرفاً هنگامی که این گرایش از حد و اندازه متعارف خود خارج و با نمایشی شدن رفتارها و نمایش افراطی همراه می‌شود، می‌توان از اختلال خودنمایی مفرط یا خودنمایی بیمارگونه سخن گفت.

آنگاه که این تمایل به مرز اختلال می‌رسد، افزون‌بر آثار روحی که در فرد دارد، بروز خارجی هم می‌یابد؛ ارتباطات عاطفی بسیار سطحی و ناپایدار می‌شود و کیفیت ارتباط با خانواده، دوستان و همکاران از دیده و تأییدشدن متأثر می‌شود. بیماران مبتلا به این بیماری اگر به اندازه مطلوبشان در معرض توجه قرار بگیرند، رابطه خوبی با دیگران خواهند داشت؛ در غیر این صورت به سرعت رابطه را پس می‌زنند. فراتر از این، زمانی است که احساس می‌کنند دیگران به اندازه کافی به آنان توجه نکرده‌اند، به شدت خشمگین شده و رفتارهای پرخاشگرانه از خود بروز می‌دهند و بعضاً با انجام اقداماتی نظیر خودکشی در جلب توجه دیگران می‌کوشند. در بیشتر موارد، افراد مبتلا به اختلال شخصیت نمایشی برای دیده‌شدن رفتارهایی را انجام می‌دهند که باعث تزلزل نظام ارزشی خانواده و جامعه می‌شود. درحالی‌که سطوح بالای روابط با اعضای خانواده موجب افزایش جهت‌گیری مثبت و بادوام در روابط اجتماعی می‌شود و این امر خود را در سطوح مختلف اجتماعی شدن نشان می‌دهد (محسنی و همکاران، ۱۳۹۸). انجمن روان‌پزشکی آمریکا شیوع این اختلال در فضای واقعی و در میان شهروندان را کمتر از ۲ درصد جامعه اعلام کرده است (انجمن روان‌پزشکی آمریکا، ۱۳۹۳، ص ۱۰۱۰)؛ اما به نظر می‌رسد که با ظهور فناوری اطلاعات و ارتباطات و به‌ویژه با پیدایش شبکه‌های اجتماعی تصویر محور نظیر اینستاگرام، آمار مبتلایان به این اختلال نمایشی و شیوع این بیماری در حال گسترش است.

۳. علت‌شناسی نظری خودنمایی بیمارگونه

با وجود آن‌که دانش روان‌شناسی با کاربرست مطالعات تجربی متعدد علل و عوامل بسیاری را برای بروز و ظهور انواع بیماری‌ها و اختلالات روانی بیان کرده است، به علت پیچیدگی پدیده انسان و ناملموس بودن و تدریجی بودن فرایندهای بیماری باید اذعان داشت که از یک‌سو، هنوز همه علل و عوامل بیماری‌ها و اختلالات روانی احصا نشده‌اند و از سوی دیگر، تشخیص دقیق علت بیماری یک بیمار از میان علل و عوامل احصاشده امری بسیار دشوار است. از همین روی است که درخصوص بسیاری از بیماری‌های روانی گفته می‌شود که علت هر اختلال روانی متأثر از مجموعه‌ای از عوامل محیطی، خانوادگی، ژنتیک و حتی خواست و اراده فرد است (Anastasio & Judith, 1999).

پدیده خودنمایی به‌وضوح با یک اختلال روانی شناخته‌شده به نام «اختلال شخصیت نمایشی»^۱ کاملاً مرتبط است. این اختلال الگوی تهییج‌پذیری و توجه‌خواهی مفرط است که در روند آن هیجانانگیز و عواطف فرد به نشانه‌های جسمانی تبدیل می‌شود (فقیهی و همکاران، ۱۳۹۹). افرادی که نیاز به دیده شدن در آن‌ها به‌صورت کافی و سالم تأمین نشده باشد، در رفع این نیاز از راه‌های غیرمنطقی و نادرست تلاش می‌کنند. درواقع توانایی این افراد در مدیریت هیجانانگیز و تمایلات نفسانی به‌شدت کاهش می‌یابد. این افراد همواره برای جلب توجه از ابزار ظاهری استفاده می‌کنند. آن‌ها به تأثیرگذار شدن در دیگران با ظاهرشان بسیار اهمیت می‌دهند و وقت، انرژی و پول فراوانی را صرف پوشاک و آرایش خود می‌کنند (انجمن روان‌پزشکی آمریکا، ۱۳۹۳). به‌عبارت‌دیگر، این افراد قادر به تعیین چشم‌انداز و دورنمایی مثبت برای آینده خود نیستند و مسئولیت‌پذیری کافی برای اداره زندگی خود را ندارند. یکی از عقاید اصلی افراد مبتلا به این اختلال بی‌کفایت بودن است و این‌که نمی‌توانند از عهده امور زندگی خود برآیند. این عقیده باعث می‌شود سعی کنند فرد دیگری را برای جبران این کاستی‌ها بیابند (هالجن، ۱۳۹۰). بیماران مبتلا به این اختلال، تحریک‌پذیر و هیجانی‌اند و رفتارهای پرنرگ و لعاب‌نمایشی و برون‌گرایانه دارند، اما به‌رغم رفتار متظاهرانه و پرزرق‌وبرقی که دارند اغلب نمی‌توانند دل‌بستگی عمیقی را به مدت طولانی حفظ کنند. این بیماران خود را همتای برترین ستاره‌های سینما می‌دانند و همواره ستاره متظاهر مجلس‌اند و با دلربایی، جذابیت‌های ظاهری و اغواگری و عشوهرگری می‌کوشند در کانون توجه باشند. آنان هیجان‌ها و روابطی پرشور، درعین حال سطحی و پیوسته درحال تغییر دارند. آنان با فخرفروشی درباره داشتن سهام سازمان‌های بزرگ یا مهارت‌های ورزشی می‌کوشند توجه دیگران را جلب کنند. علائق و نگرش‌های آنان به‌سهولت تحت تأثیر دیگران یا نقشی که هم‌اکنون ایفا می‌کنند قرار می‌گیرد. آنان به‌سرعت روابط صمیمانه پرشوری را برقرار می‌کنند، ولی به‌سرعت خسته می‌شوند و احساس می‌کنند که قدرشناسی کافی از آنان به عمل نیامده است (فرانسس، ۱۳۹۲، ص ۱۳۴). هرچند علت اصلی اختلال شخصیت نمایشی ناشناخته است، اما مانند اغلب اختلالات روان‌شناسی، فرض بر این است که این اختلال از نظر منشأ، چندعاملی است و احتمالاً به دلیل مجموعه‌ای از عوامل ارثی و محیطی بروز می‌یابد. در برخی خانواده‌ها، اختلال در تاریخچه خانوادگی دیده می‌شود که تئوری ارثی بودن اختلال شخصیت نمایشی را تقویت می‌کند. باین‌همه، به باور بسیاری از روان‌شناسان، هر رفتاری اعم از این‌که ناشی از سلامت روانی باشد یا ناشی از اختلال روانی، ریشه در تجربه‌های زیستی فرد در دوران کودکی دارد. نخستین سال‌های زندگی نقش تعیین‌کننده‌ای در سازش‌یافتگی سال‌های آتی دارد و مشکلات این دوره طلیعه سازش‌نیافتگی‌های بعدی خواهد بود (رنجبر همقاوندی و همکاران، ۱۳۹۷). زیربنای شخصیت انسان از دوران کودکی او شکل می‌گیرد. دراین‌میان، خانواده به‌منزله نخستین کانون تربیت و آموزش کودک، اهمیت بسیاری در شکل‌گیری شخصیت افراد دارد. نتایج موفقیت‌آمیز رشد روانی و اجتماعی در دوران کودکی، امکان حل تعارضات روانی و اجتماعی را در مراحل بعدی زندگی به فرد می‌دهد (رفعت‌جاه و شکوری، ۱۳۸۷)؛ بنابراین می‌توان ریشه برخی از علل و عوامل خودنمایی را در شرایط دوران کودکی و سبک فرزندپروری والدین سراغ گرفت.

۴. تحلیل فرایند خودنمایی در شبکه‌های اجتماعی مجازی

قطع نظر از علت و منشأ اولیه این اختلال، فرایند خودنمایی در شبکه‌های اجتماعی در قالب نظریه فنون خنثی‌سازی ماتزا به خوبی تبیین می‌شود. مطابق این نظریه، افراد برای تحمل نگرش‌های ناسازگارانه خود درباره رفتارهای انحرافی، مجموعه‌ای از سازوکارهای درونی را به کار می‌گیرند. این سازوکارها به آنان کمک می‌کند که ناسازگاری میان ارزش‌های کج‌روانه و ارزش‌های هم‌نوآگرایانه را کاهش دهند و در واقع به توجیه وجدان خود پردازند و آسان‌تر مرتکب رفتار مدنظر شوند. به عبارت دیگر، این نظریه بیانگر آن است که مجرمان برای این‌که تصویر ذهنی قبیح جرم را به هنگام ارتکاب جرم از ذهن خود بزایند و به آسانی مرتکب جرم شوند، با استفاده از روش‌ها و فنونی به توجیه اعمال و رفتار مجرمانه خود می‌پردازند. این فنون عبارت‌اند از: انکار مسئولیت، انکار ضرر و زیان، انکار قربانی، محکوم کردن محکوم‌کنندگان و توسل به علقه‌های برتر (احمدی، ۱۳۹۲، ص ۳۴). برای تحلیل فرایند خودنمایی بیمارگونه و بررسی علل و عواملی که فرد را مجاب به چنین رفتارهایی می‌کند، نظریه مذکور به منزله نظریه جرم‌شناختی پایه در این پژوهش استفاده شد و بر مبنای رهیافت‌های این نظریه در مصاحبه‌های مجازی، که از دوازده نفر (شش پسر و شش دختر) از کاربران اینستاگرام، که رفتارهای نمایشی افراط‌گونه‌ای داشتند و نمود بارز در صفحات مجازی ایشان خودنمایی و تفاخر بود، پرسش‌هایی به عمل آمد. جزئیات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در مصاحبه و جزئیات دلایل ابرازی ایشان به ترتیب در جدول‌های ۱ و ۲ مشاهده می‌شود.

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در مصاحبه

ردیف	نام مستعار مصاحبه‌شونده	سن	جنسیت	وضعیت تأهل، تحصیل و اشتغال	محل سکونت
۱	گلی	۱۶	دختر	مجرد/ دانش‌آموز/ بی‌کار	استان البرز
۲	رها	۱۶	دختر	مجرد/ دانش‌آموز/ بی‌کار	استان تهران
۳	مریم	۱۷	دختر	مجرد/ دانش‌آموز/ بی‌کار	استان مازندران
۴	طیبه	۱۹	دختر	مجرد/ دیپلمه/ بی‌کار	استان تهران
۵	مژده	۲۳	دختر	متأهل/ دانشجوی بلاگر	استان خوزستان
۶	هستی	۲۴	دختر	مجرد/ دیپلمه/ بلاگر	استان تهران
۷	علی	۱۹	پسر	مجرد/ دیپلمه/ بی‌کار	استان البرز
۸	اشکان	۲۰	پسر	مجرد/ دانشجوی بی‌کار	استان تهران
۹	سهیل	۲۳	پسر	مجرد/ دانشجوی بی‌کار	استان تهران
۱۰	سینا	۲۴	پسر	مجرد/ دانشجوی بی‌کار	استان البرز
۱۱	سامان	۲۴	پسر	مجرد/ دانشجوی بی‌کار	استان کرمان
۱۲	شاهین	۲۴	پسر	مجرد/ دانشجوی بی‌کار	استان تهران

در مصاحبه مجازی این دوازده کاربر که رفتارهایشان در شبکه اجتماعی اینستاگرام خودنمایی حاد یا بیمارگونه تشخیص داده شد، مشخص شد که همه آن‌ها مستقیم یا غیرمستقیم دست‌کم به یکی از سه مؤلفه نظریه فنون خنثی‌سازی، یعنی انکار ضرر و زیان، انکار قربانی و محکوم کردن محکوم‌کنندگان توسل می‌جستند و مشخص شد که همسو با نظریه فوق، اقداماتی را برای خنثی کردن کنترل‌گرهای درونی وجدان/ شرم/ حیا به کار بسته‌اند. در عین حال برخی، که از حیث سن بزرگ‌سال‌تر از دیگران بودند، دلایل اقتصادی و فقدان کار مناسب با درآمد بالا را دلیل رفتارهای مجازی خود معرفی می‌کردند.

جدول ۲: دلایل ابراز شده در مصاحبه

ردیف	نام مستعار مصاحبه‌شونده	پاسخ اول	پاسخ دوم
۱	گلی	به کسی مربوط نیست	-----
۲	رها	دلم می‌خواد	اشکال داره؟؟؟
۳	مریم	بس که بیرون محدودیم کافی نیست؟	شما خودت خیلی اوکی هستی؟؟؟
۴	طیبه	به شما چه ارتباطی داره	-----
۵	مژده	درآمدش رو دوست دارم	-----
۶	هستی	شغل ما هم اینه	هرکی دوست نداره فالو نکنه
۷	علی	به کسی چه مربوطه	-----
۸	اشکان	شما خودت رو داشته باش	-----
۹	سهیل	مگه چی شده حالا	-----
۱۰	سینا	هرکی دوست نداره نیاد	-----
۱۱	سامان	شما از خودت مطمئنی	-----
۱۲	شاهین	کار و کاسبیم همینه	-----

۵. علت‌شناسی اپیدمی خودنمایی در شبکه‌های اجتماعی

قطع نظر از علل و عوامل پدیده خودنمایی و فرایند وقوع آن، این موضوع که این پدیده به فرهنگی رایج تبدیل شده بسیار حائز اهمیت است؛ زیرا شناسایی مکانیسم اپیدمی شدن پدیده خودنمایی موضوعی است که در کنترل موج‌های ثانوی این پدیده می‌تواند منشأ اثر شود. بررسی علمی موضوع اقتضا دارد که تحلیل فرایندشناسی اپیدمی شدن خودنمایی در شبکه‌های اجتماعی، با کاربست تئوری‌های جرم‌شناسی دنبال شود. به‌منظور تحلیل نظریه‌مند موضوع، رهیافت‌های تئوری‌های ساترلند و تارد (1907) نیز مطرح‌اند. براساس نظریه ساترلند با عنوان معاشرت‌های افتراقی، افراد نگرش‌ها و رفتارهای انحرافی را در دوران نوجوانی و جوانی و در محیط‌های خاص خانوادگی، دوستی، تحصیلی فرامی‌گیرند. دراین‌میان، فراتر از حضور فرد در یک محیط، مشارکت و تعامل وی با دیگران مؤثر است. اصول نظریه ادوین ساترلند (ویلیامز و مک‌شین، ۱۳۸۸، ص ۸۹) عبارت‌اند از: (۱) رفتار منحرفانه آموختنی است؛ (۲) رفتار منحرفانه در تعامل و تماس با اشخاص دیگر و در فرایندی ارتباطی آموخته می‌شود؛ (۳) بخش عمده یادگیری رفتار منحرفانه در درون گروه‌های خودی صورت می‌گیرد؛ (۴) تأثیر معاشرت‌های ترجیحی تابعی از فراوانی مدت، اولویت، شدت، معاشرت‌ها و تماس‌هاست.

بر مبنای رهیافت‌های این نظریه، باید اذعان داشت الگوهای خانوادگی منحرفانه تأثیر بسزایی در رواج رفتارهای منحرفانه دارند. از باب تمثیل، فرزند با دیدن تجمل‌گرایی پدر با تعویض پی‌درپی ماشین‌های مدل بالا و با تنوع‌طلبی یا تعویض مکرر مبلمان خانه و خودآرایی و تبرج مادر، از آنان الگوبرداری می‌کند و حتی ممکن است شاهد همین الگوی رفتاری والدین در بارگذاری محتوا در فضای مجازی باشد. در همین راستا، تارد اعتقاد دارد که ارتکاب رفتار انحرافی از راه تقلید و یادگیری آموخته می‌شود و در کتاب خود با عنوان *قوانین تقلید*، سه رهیافت را در حکم قانون حاکم بر چگونگی تقلید رفتار منحرفانه معرفی کرده است (Fattah, 1997, p. 214):

(۱) مطابق رهیافت اول، رفتار منحرفانه از وابستگان و نزدیکان بیشتر از دیگران آموخته می‌شود؛ بنابراین همسو با نتیجه نظریه ساترلند، شیوع و رواج پدیده خودنمایی در میان نوجوانان شاید بیش از هر عامل دیگری معلول سبک زندگی خانواده‌های امروز است؛ چراکه خانواده نخستین و مهم‌ترین نهاد پرورش کودک است. کودک از رفتار و کردار خانواده الگوبرداری می‌کند؛ بنابراین والدین اولین الگوهای رفتاری کودک محسوب می‌شوند. بعد از کودکی، در سنین نوجوانی که فرد وارد گروه هم‌سالان می‌شود، الگوهای جدیدی را برای خود تعریف می‌کند و چه بسا ممکن است وارد خرده‌گروه‌های ناپه‌نجان شود. در حالت اول، به‌منظور الگوپذیری کودک در نحوه استفاده والدین از فضای مجازی، نحوه تعامل

والدین در گروه‌های شبکه‌های مجازی و طرز برخورد آنان با ناهنجاری‌های موجود در فضای مجازی، در رفتار کودک در این خصوص تأثیر مستقیم دارد؛

۲) براساس رهیافت دوم، نظریه تقلید، افراد فرودست از افراد فرادست رفتارهای منحرفانه را می‌آموزند و تقلید می‌کنند. پسران نوجوان اغلب با الگوبرداری از ورزشکار محبوب خود و دختران نوجوان با الگوبرداری از نحوه پوشش و آرایش بازیگران محبوب خود، تقلید می‌کنند و به تبرج و خودنمایی می‌پردازند؛ بنابراین در این خصوص نقش رسانه را در گرایش به تن‌نمایی یا برعکس در گرایش به حجاب و عفاف نمی‌توان انکار کرد (The Encyclopedia of psychological complexes, 2011):

۳) براساس رهیافت سوم، رفتار انسان تابع مد است و برحسب عرف و عادت، مدهای جدید جایگزین مدهای قدیمی می‌شود. از این رهیافت نظریه تارد چنین استفاده می‌شود که پدیده خودنمایی در سپهر سایبر موضوعی مسبوق به سابقه در دنیای واقعی است و صرفاً صورت نوینی از تفاخر کلاسیک است. اگر این برداشت پذیرفته شود، ریشه پیدمی را نباید صرفاً در ماهیت رفتار انحرافی دنبال کرد، بلکه در ابزارها و ماهیت نوین سپهر سایبر باید جست. به باور اغلب شهروندان سپهر سایبر، تعداد فالوور یا دنبال‌کنندگان اشخاص و میزان لایک‌هایی که به پست‌هایشان تعلق می‌گیرد، تعیین‌کننده میزان اعتبار آن‌هاست؛ بنابراین کاربران بیشتر درصدد ارائه محتوایی هستند که فالوور و لایک بیشتری دارند. در این حالت، افراد هرچه بیشتر خود را فراموش می‌کنند و در قالب هیجان عمومی مانند دیگران رفتار می‌کنند و به‌گونه‌ای دچار واگیری اجتماعی می‌شوند (محسنی و همکاران، ۱۳۹۸). کودکان و نوجوانانی که اغلب تنهایی یا از شهر خود بیرون نهاده‌اند در این فضا فرصتی می‌یابند تا با انجام کارهای نامتعارف و بعضاً غیراخلاقی در مقیاس جهانی دیده شوند. آنان با افزایش فالوور و لایک احساس موفقیت می‌کنند و به شهرت و محبوبیت جهانی دست می‌یابند. شبکه‌های اجتماعی مجازی برای این دسته از افراد وسیله‌ای زودبازده برای رسیدن به اهدافشان است. شبکه‌های اجتماعی مجازی به دلیل ماهیت و فرامغیرهای خاص خود، انگیزه بیشتری را برای کاربران آن در بازی با هویت، رفتارهای آزمایشی و ارائه تصویری غیرواقعی فراهم می‌سازد که خطر شرمندگی در آن کمتر است (محسنی و همکاران، ۱۳۹۸).

بنابراین، زمینه‌های نمایاندن شخصیت ساختگی در این فضا، بیش از هر مکان دیگری وجود دارد و طیف وسیعی از نسل شبکه یا بومیان سپهر سایبر به علل و عوامل متعدد و بعضاً ناشناخته، شبکه‌های اجتماعی را به‌منزله ابزار دیده و تأیید شدن به‌کار می‌گیرند.

۶. تدابیر پیشگیرانه متناظر با علت‌ها

به‌طور کلی و در عموم جرایم، تدابیر پیشگیرانه مشابهی قابلیت طرح و کاربست دارد. از همین روی است که اغلب پژوهشگران تدابیر عامی نظیر تدابیر خانواده‌محور، ایجاد نشاط و درونی کردن باورهای دینی برای پیشگیری و کنترل جرم سایبری مطرح کرده‌اند (کریم‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۵۵۴). بااین‌همه، باید اذعان داشت که این تدابیر عام کافی نیست و برای هر بزه یا رفتار انحرافی باید به دنبال تدابیر پیشگیرانه متناظر با علل آن بود. درنهایت، با شناسایی علل و عوامل پدیده خودنمایی در فضای سایبر و شناسایی فرایندهای شیوع این پدیده در میان نسلی خاص، شناسایی و اتخاذ تدابیر پیشگیرانه متناسب و متناظر با علل و عوامل هریک از این دو موضوع نیز ضروری است. دراین‌میان، نباید فراموش کرد که درمان یا پیشگیری از اختلال شخصیت نمایشی امری با ماهیت پزشکی است و بی‌شک با تجویز دارو یا اقدامات درمانی تخصصی باید انجام شود. بااین‌همه، برخی رویه‌های رفتاری- تربیتی و اقدامات خاص نظیر «استعدادیابی به‌هنگام و ایجاد زمینه‌های رقابت سالم»، «افزایش اعتمادبه‌نفس و عزت‌نفس» و «آموزش سواد رسانه‌ای و تقویت تفکر انتقادی» در کاهش و کنترل این پدیده مؤثر است.

۶-۱. استعدادیابی به‌هنگام و ایجاد زمینه‌های رقابت سالم

استعداد به مهارت ویژه‌ای گفته می‌شود که هر فرد در زمینه خاصی دارد و می‌تواند کاری را بدون نیاز به تمرین زیاد انجام دهد. والدین باید این مهارت خاص را در زمان کودکی به‌درستی تشخیص دهند و اقدامات لازم برای تقویت آن انجام شود تا با یک برنامه‌ریزی مفید، وقت و انرژی کودک در راستای استعدادش به‌کار گرفته شود و زمینه موفقیت برای کودک فراهم شود. به‌عبارت‌دیگر، اگر انرژی کودک و نوجوان مدیریت نشود

و برنامه‌ریزی شایسته‌ای برای آن صورت نپذیرد، به‌ناچار برای اموری مصرف می‌شود که نه به سود کودک باشد و نه به سود خانواده؛ بنابراین ضروری است والدین برای پرورش این سرمایه بزرگ بشری تدابیر لازم را اتخاذ کنند. اگر کودکان به‌نحو صحیح استعدادیابی^۱ نشوند، بر اثر ناکامی به کارهایی روی می‌آورند که بتوانند احساس شکست و سرخوردگی را از خود دور کنند و چیزی برای عرضه به دیگران و دریافت تأیید و تشویق داشته باشند و برای این منظور، ناگزیر از ابزار ظاهر جسمانی خود استفاده می‌کنند؛ زیرا توسل به ظاهر می‌تواند کوتاه‌ترین مسیری باشد که آنان را به هدفشان، که همان دیده و تأیید شدن است، برساند. پس تشخیص ندادن درست استعداد کودکان و نوجوانان ممکن است زمینه‌های ایجاد اختلال شخصیت‌نمایی در کودک و نوجوان را تقویت و فرد و خانواده را با مشکلات جدی مواجه کند (محمدمی اصل، ۱۳۸۵، ص ۳۴). علاوه بر شناسایی استعداد، فراهم کردن بستر رقابت^۲ نیز موضع مهمی است که در کنترل رفتار انحرافی خودنمایی مؤثر است. رقابت در حقیقت نوعی مقابله و مسابقه میان چند فرد یا گروه برای دستیابی به هدفی مشخص است و به‌تعبیری رقابت غریزه‌ای برای اثبات وجود است (حسینی‌پناه، ۱۳۹۵). این غریزه به‌منزله نیروی محرک انسان برای فعالیت و تلاش عمل می‌کند و انسان را به‌سوی برتری و کمال سوق می‌دهد. انسان از زمان کودکی شروع به رقابت با دیگران می‌کند و در اعلام برتری خود بر سایرین می‌کوشد؛ بنابراین حس رقابت و برتری‌جویی^۳ از شخصیت انسان تفکیک‌ناپذیر است. وظیفه مهمی که بر عهده والدین، به‌منزله اولین مربیان کودک است، کمک به کودک خود است تا در راستای اهداف مثبت و کارآمد از جمله موفقیت در عرصه‌های علمی یا ورزشی به رقابت پردازد. مدیریت رقابت در موضوع و میزان آن امر مهمی است که باید تحت نظر و مشاوره متخصصان دنبال شود؛ زیرا رقابت پیامدهای منفی متعددی دارد؛ نظیر تمرکز بر مبارزه با دیگران به‌جای عملکرد مطلوب، پرورش ناامنی و تحلیل عزت‌نفس، پرورش خصومت، تعصب و پرخاشگری در میان افراد و ایجاد حسادت بی‌مورد، احساس حقارت و شرمساری (صدقاتی و همکاران، ۱۳۹۵). اگر رقابت با مقایسه‌های غلط آمیخته شود، موجب نقض غرض می‌شود. کودک یا نوجوانی که مدام مقایسه می‌شود مهارت‌ها و هدف‌های خود را نادیده می‌گیرد و در پی ناکامی‌های مکرر، سرخورده شده و ناچار برای ترمیم شخصیت سرکوب‌شده خود به دنبال راهی برای ابراز وجود است؛ بنابراین ممکن است دست به خودنمایی با ظاهر یا انجام حرکات خطرناک بزند تا دیده شود و تأیید و تحسین شود. مثال بارز برای این موضوع، خودنمایی دختران نوجوان در قالب پوشش اغواگر و آرایش تحریک‌کننده و نامتعارف، انجام خال‌کوبی‌های سخت و منزجرکننده و همچنین مصرف مشروبات و انواع دخانیات است (Derzon, 2009).

۶-۲. افزایش اعتماد به نفس و عزت نفس

اعتماد به نفس^۴ یعنی ایمان به توانایی‌ها و استعدادهای خویش. اعتماد به نفس بنیادی‌ترین بخش شخصیت انسان است که بر تمامی جوانب زندگی فرد نفوذ دارد (بهارلو و هاشمی، ۱۳۹۸). کودک یا نوجوانی که اعتماد به نفس دارد خود را برای انجام کارها و وظایفش مسئول می‌داند. اعتماد به نفس تأثیر مستقیمی در موفقیت و ناکامی‌های کودک دارد. کودک و نوجوان وقتی کار مفیدی انجام دهد و به موفقیتی نائل شود، حس اعتماد به نفس در او افزایش می‌یابد؛ چراکه به توانایی‌های خود واقف می‌شود. وقتی کار او نظر بزرگ‌ترها را جلب می‌کند، وی می‌فهمد که او هم می‌تواند؛ پس به خود اعتماد می‌کند و زمینه موفقیت‌های بعدی‌اش مهیا می‌شود. دقیقاً مفهوم مخالف همین نکته نیز صادق است و در صورتی که اعتماد به نفس در کودک ساخته نشود، در پی ناکامی و تأیید نکردن بزرگ‌ترها و والدین، کودک سعی می‌کند از طرق دیگری به تأیید و تحسین شدن دست یابد و ظاهر جسمانی اولین و آسان‌ترین وسیله‌ای است که کودک را به این هدف می‌رساند. همچنین کودک سعی می‌کند خود را انسانی مثبت و موجه جلوه دهد تا تأیید دسته‌ای از افراد را به‌دست آورد. ضعف‌ها و زبونی‌ها، کمبودها و نارسایی‌ها، ناداری‌ها و ناتوانی‌های شغلی و تحصیلی ناشی از فشار و گسست حاصل بین اهدافی که جامعه القا کرده و ابزار دستیابی به اهداف عالی مطابق نظریه نوآوران رابرت مرتون (رایجیان اصل، ۱۳۹۸،

1. Talent Identification
2. Comptition
3. Superiority
4. Comparison
5. Self Confidence

ص ۱۴۵) و در نهایت کاستی‌ها و عقب‌ماندگی‌ها، نواقص جسمانی و فقدان اعتمادبه‌نفس در زندگی عموم افراد، مسائلی هستند که طبق نظریهٔ عقدهٔ حقارت آدلر، آنان را به احساس کوچکی و حقارت وامی‌دارد (اردستانی، ۱۳۷۶، ص ۲۳۱). برخی افراد برای جبران این کمبودها دست به «اعمال جبرانی» می‌زنند تا اعلام کنند که من از دیگران چیزی کم ندارم، اما اغلب این مسئله مشکلاتی را به بار می‌آورد. فردی که از درون احساس پوچی می‌کند به هر ترفندی چنگ می‌زند تا از آن نجات یابد و این خودنمایی و تظاهر را در لباس، گفتار و نوع کلمات و شیوه‌های رفتاری نمایان می‌کند (پریس، ۱۳۸۳، ص ۱۶۳).

مقولهٔ دیگری که تأثیر زیادی در شکل‌گیری هویت کودک دارد عزت‌نفس^۱ است. عزت‌نفس یعنی احساس ارزشمندی و دوست‌داشتن خود. فرد دارای عزت‌نفس را نمی‌توان فردی خودشیفته دانست. عزت‌نفس خودبینی، غرور و تکبر، خودشیفتگی و یا تمایل به برتری نسبت به دیگران نیست (پیدایش و کوگانی بهاروند، ۱۳۹۴)؛ بلکه خود را هم‌تراز انسان‌های موفق دیدن و احساس لیاقت کردن است. خودپندارهٔ^۲ فردی خودشیفته بخشی از سیستم انگیزشی وی می‌شود که شامل اهداف بهتر از دیگران بودن، قدرت و تأمین نیازهای خودخواهانهٔ خود است (Brookes, 2015). درحالی‌که فرد دارای عزت‌نفس خود را برتر از دیگران نمی‌داند، فروتن است و در کنار تلاش برای اهداف خود، به فکر کمک به دیگران است. عزت‌نفس اسکلت روان و شخصیت انسان است. در اهمیت عزت‌نفس همین بس که رضایت ما از زندگی به‌شدت به احساساتمان در میزان ارزش خویش بستگی دارد (گلی، ۱۳۹۴). کودک یا نوجوانی که عزت‌نفس دارد به‌جای توجه‌طلبی از دیگران، همواره در درون خویش، خود را تأیید و تشویق می‌کند و به خود عشق می‌ورزد و به‌این‌تربیت، در تعادل روانی قرار دارد. عزت‌نفس واقعی دریافت تأیید از دیگران نیست، بلکه عزت‌نفس خوش‌بین‌بودن و واقع‌گرا بودن دیگران نسبت به ماست (پیدایش و کوگانی بهاروند، ۱۳۹۴). نیاز به عزت‌نفس نیازی غریزی در انسان است که اگر در کودکی به‌درستی تأمین شود، تضمین‌کنندهٔ خوشبختی فرد و جامعه می‌شود. بررسی‌ها حاکی از آن است که چنانچه نیاز به عزت‌نفس ارضا نشود، نیازهای گسترده‌تر نظیر نیاز به آفریدن، پیشرفت یا درک استعداد بالقوه محدود باقی می‌ماند (پیدایش و کوگانی بهاروند، ۱۳۹۴). به‌عبارت‌بهرتر، چنانچه تحقق پیشرفت‌های علمی، اقتصادی و... در کشورهای توسعه‌یافته منوط به گذر بشر از نیازهای ابتدایی بوده، رسیدن انسان به رسالت وجودی و کشف استعدادهای بالقوه و رسیدن به کمالات مادی و معنوی نیز در گرو تأمین مناسب عزت‌نفس اوست. افزون‌براین، مهم‌ترین تأثیر عزت‌نفس در انسان، احساس کرامت و دوری از گناه است که تأمین‌کنندهٔ سلامت روح و روان و زمینه‌ای برای تربیت صحیح و الهی است (گلی، ۱۳۹۴). موفقیت در روابط سالم اجتماعی و روابط عاطفی نیز یکی دیگر از تأثیرات عزت‌نفس است. فردی که احساس می‌کند بسیار ارزشمند است به‌راحتی با عقیده‌ها و وقایع فشارآور بیرونی، بدون تجربهٔ برانگیختگی منفی و اژه‌پاشیدگی سازمان روانی، مواجه می‌شود (پیدایش و کوگانی بهاروند، ۱۳۹۴ به نقل از کوهن، ۲۰۰۴). این درحالی است که والدین نمی‌توانند عزت‌نفس کودک را از طریق آموزش زبانی افزایش دهند؛ بلکه در سنین کودکی بیشتر آموزش‌ها با الگو برداری اتفاق می‌افتند؛ بنابراین ابتدا باید خود والدین به تحول مثبت ابعاد شخصیتی خود بپردازند تا کودک نیز آموزش و الگوپذیری صحیحی را دریافت کند.

این دو فاکتور بسیار مهم (اعتمادبه‌نفس و عزت‌نفس) باعث می‌شود که کودک و نوجوان ثبات شخصیتی داشته و توانایی «نه» گفتن به تمایلات تخریبگر درونی و همچنین پیشنهادها نامناسب بیرونی را داشته باشند. افراد فاقد اعتمادبه‌نفس و عزت‌نفس فوراً با هر نظری موافقت می‌کنند. این افراد بدون این‌که دربارهٔ نظر دیگران فکر کنند آن را می‌پذیرند و گاهی تا مرحلهٔ اجرا هم پیش می‌روند (گلی، ۱۳۹۴) و به‌شدت به قضاوت‌های دیگران دربارهٔ خود اهمیت می‌دهند و ممکن است تا جایی رفتار و پوشش خود را با میل دیگران تطبیق دهند که به‌کلی خود واقعی‌شان را فراموش کنند و دچار نوعی گم‌گشتگی و سرگردانی شوند؛ اما وجود این دو خصیصه، باعث قاطعیت در تصمیم‌گیری، گزینش اهداف مثبت، بالا رفتن کارایی و رشد فردی و اجتماعی برای نوجوان می‌شود. به باور برخی پژوهشگران، ایجاد هویت جعلی در فضای مجازی و پنهان کردن هویت واقعی ممکن است نشانه‌ای از کمبود عزت‌نفس در نوجوانان باشد. یانگ نشان داد افرادی که زیاد از اینترنت استفاده می‌کنند و در این فضا، هویت‌های نامشخص و بی‌هویتی را آشکار می‌کنند برای هویت فردی خویش - یعنی باورها، اندیشه‌ها، عقاید و افکار شخصی خود -

1. Self-Respect
2. Self-Image

اهمیتی قائل نیستند^۱ (قریانیا میرک محله و خزایی، ۱۳۹۲). آزار و اذیت و نفرت پراکنی و شایعه پراکنی و جلب توجه با آرایش ظاهر و تن‌نمایی در فضای مجازی، نتیجه همین امر است که در برابر دستاوردها و پیشرفت‌های دیگران می‌کوشند دیگران را دچار آشفتگی روانی کنند؛ بنابراین تعاملاتی که در فضای مجازی میان کودکان و نوجوانان شیوع یافته است و اغلب با هدف تحسین و تأیید شدن شکل گرفته است، با فاکتورهای سلامت روان و احساس ارزشمندی مغایر است (Murray, 1964).

۳-۶. آموزش سواد رسانه‌ای و تقویت تفکر انتقادی

سواد رسانه‌ای در واقع نوعی درک متکی بر مهارت است که براساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها و محتواها را از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد و نحوه کارکرد رسانه‌ها و معنی‌سازی در آن‌ها را درک نمود (الماسی و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۹۲۷). سواد رسانه‌ای مخاطبانی را آموزش می‌دهد که در فضای سایبر توان گزینش دارند و محتواهای این فضا را به صورت منفعلانه پذیرا نیستند. در این راستا، فرهنگ استفاده صحیح از فضای مجازی باید در مدارس و خانواده‌ها به کودک و نوجوان آموزش داده شود تا زمینه مصونیت آنان از خطرات این فضا فراهم شود و بتوانند از امکانات بی‌ظنیر فضای مجازی برای رشد و پیشرفت مثبت و افزایش آگاهی در زمینه‌های گوناگون بهره‌مند شوند. در صورت منتقل نکردن فرهنگ استفاده صحیح از امکانات فضای مجازی، هنجارهای اخلاقی و ارتباطی خانواده متزلزل خواهد شد. براساس نظریات روان‌شناسان و صاحب‌نظران تعلیم و تربیت، یکی از مهم‌ترین اهداف تربیتی که شخص را در امر تربیت خودکفا می‌کند، بالابردن سطح «تفکر انتقادی» است. در صورتی که نوجوانان به سطح مطلوبی از آگاهی انتقادی دست یابند، قادرند کار درست از نادرست را در هر زمینه‌ای تشخیص دهند. در روشی که بر هدف بالابردن آگاهی انتقادی تمرکز می‌کند، تأکید بر آن است که به جای دادن اطلاعات فراوان به نوجوان و به جای امر و نهی‌های مکرر، باید قدرت تفکر انتقادی او را افزایش داد و از تقلیدپذیری‌اش کاست (فریره، ۱۳۸۶، ص ۴۹). تربیت در فضای سایبر یا آنچه به منزله سواد دیجیتالی یا رسانه‌ای شناخته می‌شود، به جهات مختلفی باید در پی دست‌یافتن به این هدف باشد؛ زیرا اولاً فضای سایبر بسیار گسترده‌تر از آن است که نظام تربیتی قادر به اظهارنظر یا امر و نهی در خصوص تمامی موضوعات آن باشد. ثانیاً این فضا بسیار پویاتر و تحول‌پذیرتر از آن است که محتواهای موردی و جزئی که مورد دستور یا منع قرار گرفته در آن در طول زمان موضوعیت داشته باشد. از همین روی، صاحب‌نظران معتقدند که هرگونه محتوای تربیتی در فضای سایبر باید غایت آگاهی انتقادی را دنبال کند؛ در غیر این صورت کاربردی نخواهد داشت. الگوی آگاهی انتقادی در فضای سایبر در پی آن است که رفتارهای تحلیلی فرد را از سطح تقلید، متابعت اسطوره و کلیشه‌های رایج گذر دهد و معنای عمیق هر متن، روش، رنگ، روند، موضوع، موقعیت یا تصویر را کشف کند (سپنجی و بختیار، ۱۳۹۵، ص ۸۸۲). به باور صاحب‌نظران، نظام آموزشی رایج هیچ‌یک از انتظارات را محقق نمی‌کند؛ حتی آنان که بر مبنای آگاهی انتقادی کتاب‌های درسی را بررسی کرده‌اند، معتقدند این کتب، چه از لحاظ محتوا و فرم و چه از لحاظ صلاحیت علمی^۲، فاقد بضاعت تشخیص داده می‌شوند.

نتیجه‌گیری

پدیده خودنمایی مفرط یا بیمارگونه به منزله یکی از انحرافات اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی تصویر محور، به ویژه اینستاگرام شیوع یافته است. مطابق داده‌های مستخرج از این پژوهش، اغلب نوجوانانی که مرتکب این رفتار می‌شوند رفتار خود را قبیح نمی‌دانند و با توسل به برخی توجیحات

۱. وقتی کودکی احساس ارزشمندی در وجود خود ندارد، ممکن است دو حالت اتفاق بیفتد: ۱. خیلی درون‌گرا شود و درون‌ریزی کند که در این حالت، به شدت منزوی و به فردی منفعل تبدیل می‌شود و شروع به تخریب خود می‌کند؛ ۲. بسیار برون‌گرا می‌شود و برون‌ریزی می‌کند که در این حالت، سعی می‌کند به دیگران برجسب بزند و آنان را تخریب کند؛ در واقع شروع به تخریب خود و جامعه می‌کند. براساس نظریه عزت نفس پایین، افراد به دلیل احساس خودبیزاری نوع دوم برانگیخته می‌شوند و با حالتی پرخاشگرانه نسبت به موقعیت‌ها و افرادی که شایستگی آن‌ها را به چالش می‌کشند برخورد می‌کنند تا از این راه، عزت‌نفس خود را افزایش دهند (Schreer, 2002).

۲. برخی دیگر هم بر عدم صلاحیت معلمان پرورشی نظر داده‌اند و تدریس آن توسط متخصص را پیش شرط کارآمدی آن دانسته‌اند. برای دیدن این نظر بنگرید به: الماسی و همکاران (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی ارائه و تدریس واحد درسی تفکر و سواد رسانه‌ای در سال دهم متوسطه، مقالات منتخب همایش ملی، سواد رسانه‌ای و مسئولیت اجتماعی، جلد دوم، تهران: انتشارات پشتیبان، ص ۹۳۵.

نظیر بی‌مسئولیتی، فقدان خسارت و فقدان بزه‌دیده و فرافکنی، رفتارهای انحرافی خود را توجیه می‌کنند که این موضوع تاحدود زیادی ناشی از مجازی شدن جامعه‌پذیری ایشان است و نتیجه این نگرش آن است که این افراد به‌هیچ‌وجه پذیرای وجود اختلال روانی در خود نیستند؛ بنابراین آگاه‌سازی آن‌ها از مسیری که در آن گرفتار شده‌اند بسیار دشوار است و آوردن آنان به مسیر در مان تحت نظر روانکاو و هم‌نوکردن آنان با ارزش‌های حاکم بر جامعه از آن نیز دشوارتر.

در میان اختلالات روانی مختلف، اختلال شخصیت‌نمایشی با خودنمایی بیشترین ارتباط را دارد. قطع نظر از علل زیستی - ژنتیکی این اختلال، که موضوعی تخصصی و مباحثه‌برانگیز است، موضوعات اکتسابی نظیر «آموزش و تقلید» و «فرزندپروری ناصحیح» در وقوع و شیوع این پدیده مؤثر است. آثار شیوع این پدیده در ابعاد فردی و اجتماعی وخیم است؛ زیرا از یک‌سو به علت سبک زندگی خاص مرتکبان نوجوان، این افراد بیش‌ازپیش در معرض سوءاستفاده و آماج جرم‌شدن قرار می‌گیرند و احتمال بزه‌دیدگی آنان به‌مراتب بیشتر از دیگران است. از سوی دیگر، احتمال بزهکاری مرتکبان این رفتار انحرافی نیز به دلیل تعاملات گسترده‌ای که با بزرگسالان برقرار می‌کنند بیشتر می‌شود. در بعد اجتماعی نیز بدیهی است که خودنمایی نوجوانان ممکن است تأثیرات منفی مستقیمی در هم‌سالان آنان داشته باشد. فراتر از این، ممکن است در نتیجه این رفتار انحرافی، روابط خارج از عرف و شرع بین افراد برقرار و نهاد خانواده تضعیف شود. بنابراین، پیشگیری، کاهش یا کنترل رفتار انحرافی مذکور در شبکه‌های اجتماعی ضرورت دارد. بی‌گمان مسدودکردن شبکه‌های اجتماعی به دلیل اهمیت و ضرورت این ابزارها در زندگی روزمره راه‌حل مناسبی نیست؛ زیرا به‌وضوح مشخص شده که فضای سایبر ماهیتاً محدودیت‌ناپذیر است و حتی اگر مسدودیت توسط متصدیان آن اراده شود، شهروندان سپهر سایبر به‌ویژه نوجوانان با ابزارهای خاص این مسدودیت را درهم می‌شکنند و نتیجه مسدودیت یک شبکه اجتماعی در نهایت ممکن است خالی کردن آن شبکه از افراد موجه و قانون‌مدار باشد؛ بنابراین مواجهه با معضل فوق‌راهکارهای اجتماعی - تربیتی می‌طلبد؛ چراکه جنس این معضل اجتماعی است. بنابراین «استعدادیابی به‌هنگام و ایجاد زمینه‌های رقابت سالم» در میان نوجوانان «تقویت عزت‌نفس و اعتمادبه‌نفس» ایشان و «آموزش سواد رسانه‌ای و تقویت تفکر انتقادی» راهکارهای پیشنهادی این پژوهش است.

منابع

- احمدی، حبیب (۱۳۹۲). *جامعه‌شناسی انحرافات*. چاپ ششم. تهران: انتشارات سمت.
- الماسی، بهنام، رسول‌زاده، میکائیل و رحمان‌پور، سعید (۱۳۹۵). *آسیب‌شناسی ارانه و تدریس واحد درسی تفکر و سواد رسانه‌ای در سال دهم متوسطه، مقالات منتخب همایش ملی، سواد رسانه‌ای و مسئولیت اجتماعی*. ج ۲. تهران: انتشارات پشتیبان.
- الوانی، مهدی (۱۳۷۰). مدیریت عمومی، تهران: نشر نی.
- انجمن روان‌پزشکی آمریکا (۱۳۹۳). *راهنمای تشخیصی و آماری اختلالات روانی*. ترجمه یحیی سیدمحمدی. تهران: نشر روان.
- بهارلو، فیروزه و هاشمی، سیده آمنه (۱۳۹۸). راهکارهای عملی افزایش اعتمادبه‌نفس کودکان. *کنفرانس ملی پژوهش‌های حرفه‌ای در روان‌شناسی و مشاوره با رویکرد دستاوردهای نوین در علوم تربیتی و رفتاری از نگاه معلم، بندرلنگه*.
- پریس، کارلو (۱۳۸۳). *روان‌درمانی شناختی بیماران روان‌پریش*، تهران: انتشارات صالحیان.
- پیدایش، سعید و کوگانی بهاروند، پریسا (۱۳۹۴). رابطه بین عزت‌نفس و سلسله‌مراتب ارزش‌ها در هویت اجتماعی. *کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی، روان‌شناسی و علوم اجتماعی*. تهران.
- حاجی ده‌آبادی، محمدعلی (۱۳۹۴). *جامعه‌شناسی جنایی*. قم: انتشارات جامعه المصطفی.
- حاجی ده‌آبادی، محمدعلی و سلیمی قلعه، احسان (۱۳۹۸). بزهکاری و بزه‌دیدگی بومی‌های اینترنت. *مطالعات حقوق کیفری و جرم‌شناسی*، ۱۲ (۴۹)، ۴۲.

- حسینی پناه، سیدعلیرضا و زنده دلان، آناهیتا (۱۳۹۵). شناخت و تحلیل نظریه‌های مهارت‌های اجتماعی کودکان و روش‌های کمک به رشد مهارت‌های اجتماعی آن‌ها در محیط‌های مرتبط با کودکان. کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در عمران، معماری و شهرسازی. تهران. رایجیان اصل، مهرداد (۱۳۹۸). درآمدی بر جرم‌شناسی. تهران: انتشارات سمت.
- رحیمی نیک، اعظم (۱۳۷۴). رفتار سازمانی. تهران: نشر انگیزش.
- رفعت‌جاء، مریم و شکوری، علی (۱۳۸۷). اینترنت و هویت اجتماعی. مجله جهانی رسانه، ۳(۱)، ۱-۱۷.
- رنجبر همقاوندی، الهه، علیدوستی شهرکی، حمیدرضا و سلطانی، مهرداد (۱۳۹۷). تأثیر روانشناسی رشد روانی-اجتماعی اریک اریکسون بر محیط کالبدی فضای آموزشی کودکان. ششمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مهندسی عمران، معماری و مدیریت شهری، تهران.
- سپنجی، امیر عبدالرضا و بختیار، سمیرا (۱۳۹۵). تحلیل کیفی و مضمونی کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم متوسطه. مقالات منتخب همایش ملی سواد رسانه‌ای و مسئولیت اجتماعی. تهران: انتشارات پشتیبان.
- شاملو، سعید (۱۳۸۲). مکتب‌ها و نظریه‌ها در روانشناسی شخصیت. تهران: انتشارات رشد.
- شمشادی، امیرحسین، مظفری، افسانه و سلطانی فر، محمد (۱۳۹۹). شناسایی مؤلفه‌های فرهنگی حاکم در شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام. مطالعات رسانه‌های نوین، ۶(۲۴)، ۳۱۱-۳۴۴.
- صادقی اردستانی، احمد (۱۳۷۶). نیازهای جوانان. قم: نشر خرم.
- صادق‌تقی، جعفر، قاسمی، عبدالله و شجاعی، معصومه (۱۳۹۵). تأثیر فعالیت‌های ورزشی رقابتی و غیررقابتی بر رشد اجتماعی دانش‌آموزان مقطع ابتدایی.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۰). مطالعات جهانی شدن؛ دو فضایی شدن‌ها و دوجوانی شدن‌ها. تهران: انتشارات سمت.
- فرانسس، آلن (۱۳۹۲). مبانی تشخیص روان‌پزشکی. ترجمه عبدالرضا منصوری راد. تهران: کتاب ارجمند.
- فریره، پائولو (۱۳۸۶). آموزش شناخت انتقادی. ترجمه منصوره کاویانی. تهران: انتشارات آگاه.
- فقیهی، زهرا، حاجی اسماعیلی، محمدرضا و نشاط‌دوست، حمیدطاهر (۱۳۹۹). بررسی اختلال شخصیت نمایشی در آموزه‌های اسلامی و تطبیق آن با یافته‌های روانشناسی. فصل‌نامه علمی تحقیقات علوم قرآن و حدیث دانشگاه الزهراء، ۱۷(۱)، ۱۸۵-۲۱۵.
- قربان‌نیا میرک‌محل، نرجس و خزایی، کامیابان (۱۳۹۲). واکاوی تأثیرات فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در هویت و سبک زندگی جوانان؛ کارگاه‌های آموزشی مرکز اطلاعات جهاد دانشگاهی. <https://sid.ir/paper/864917/fa>.
- کریم‌زاده، بیاض، پور قهرمانی، بابک و بیگی، جمال (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین تحولات ساختاری در نهاد خانواده با گرایش به بزهکاری سایبری (مطالعه موردی: شهر تبریز). پژوهش‌های انتظامی-اجتماعی زنان و خانواده، ۹(۲)، ۵۵۳-۵۸۲.
- گلی، مهرناز (۱۳۹۴). نقش والدین در پرورش عزت‌نفس فرزندان و سلامت معنوی آنان از دیدگاه اسلام. فصل‌نامه تاریخ پزشکی، ۷(۲۵)، ۱۰۱-۱۲۸.
- محسنی، رضاعلی (۱۳۹۸). الگوپذیری از شبکه‌های اجتماعی در جوامع شهری با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی مجازی. فصل‌نامه مطالعات جامعه‌شناختی شهری، ۹(۳۰)، ۵۶-۸۸.
- محمدی اصل، عباس (۱۳۸۵). بزهکاری نوجوانان و نظریه‌های انحراف اجتماعی. تهران: نشر قم.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۹). نتایج طرح آمارگیری از فرهنگ رفتاری خانوار. قابل بازیابی از: https://amar.org.ir/Portals/0/amarmozuii/infographics/Virtual%20network_99.pdf

- مرکز رصد فرهنگی کشور (۱۴۰۱). مقایسه سرائه مطالعه روزانه در ایران و چند کشور دیگر. قابل بازیابی از: <http://ircud.ir/fbivlx>
- ویلیامز، فرانک پی و مک‌شین، ماری لین دی (۱۳۸۸). *نظریه‌های جرم‌شناسی*. ترجمه حمیدرضا ملک محمدی. چاپ سوم. تهران: نشر میزان.
- هالچین، ریچارد پی و کراس ویتبورن، سوزان (۱۳۹۰). *آسیب‌شناسی روانی*. ترجمه یحیی سیدمحمدی. تهران: نشر روان.
- هزارجریبی، جعفر و صفری شالی، رضا (۱۳۹۱). *آنا‌تومی رفاه اجتماعی*. تهران: انتشارات جامعه و فرهنگ.
- هزارجریبی، جعفر، سیدغراب، محمد، جعفری کافی‌آباد، صابر و دبستانی، سیدمهدی (۱۳۹۳). بررسی نیازها، علایق و اولویت‌های دختران نوجوان شهر تهران. *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، ۶ (۱۸)، ۶۳-۱۰۹.
- Anastasio, P. A., Rose, K. C., & Chapman, J. (1999). Can the media create public opinion? A social-identity approach. *Current Directions in Psychological Science*, 8(5), 152-155. in <https://www.jstor.org/stable/20182590>
- Bernard, H. R. (1998). *Handbook of methods in cultural anthropology*. London & New Delhi: Sage publications
- Brookes, J. (2015). The effect of overt and covert narcissism on self-esteem and self-efficacy beyond self-esteem. *Personality and Individual Differences*, 85, 172-175. In: <http://www.sakkyndig.com/psykologi/artvit/brookes2015.pdf>
- Derzon, J. (2009). The role of the family in crime and delinquency: Evidence from prior quantitative reviews. *Southwest Journal of Criminal Justice*, 6(2), 108-132. in https://www2.wested.org/www-static/online_pubs/Crime.Delinquency.pdf
- Kohn, A. (1994). The truth about self-esteem. *Phi Delta Kappan*, 76(4), 272-283.
- Tarde, G. (1907). *La criminalité comparée*. F. Alcan.
- and aggression: Is inflated self-esteem related to aggressive driving. *North American Journal of Psychology*, 4(3), 333-342. In: <https://trid.trb.org/view.aspx?id=733689>
- Fattah, Ezzat A. (1997). *Criminology: Past, Present and Future*, Great Britain: Macmillan Press LTD. <https://www.erudit.org/en/journals/crimino/2000-v33-n1-crimino142/004720ar.pdf>
- Schreer, G. E. (2002). Narcissism and aggression: Is inflated self-esteem related to aggressive driving? *North American Journal of Psychology*, 4(3), 333-342. In: <https://trid.trb.org/view.aspx?id=733689>
- The Encyclopedia of psychological complexes* (2011). Types of Psychological Complexes. in: <http://analyticalpsychology.wordpress.com>
- Murray, H. A. (1964). Explorations in Personality, 1963. *Journal of Projective Techniques and Personality Assessment*, 28(2), 172-172.