

Sosial medianın gənclərin kimlik formalaşmasına təsiri: nəzəri yanaşmalar əsasında təhlil

Fidan Əliyeva 

Xülasə. Rəqəmsallaşmanın sürətlənməsi və sosial medianın geniş yayılması gənclərin ünsiyyət, özünüifadə və sosial qarşılıqlı əlaqə formalarını əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirmiş, kimlik formalaşması prosesinə yeni imkanlar və çağırışlar yaratmışdır. Bu baxımdan sosial medianın gənclərin kimlik inkişafına təsiri müasir sosial elmlərdə aktual tədqiqat istiqamətlərindən biri hesab olunur. Tədqiqatın məqsədi sosial media mühitində gənclərin kimlik formalaşmasını müasir nəzəri yanaşmalar əsasında təhlil etmək, bu prosesə təsir göstərən əsas mexanizmləri müəyyənləşdirmək və rəqəmsal mühitdə kimliyin transformasiyasını konseptual baxımdan izah etməkdir. Tədqiqat keyfiyyət yanaşmasına əsaslanan nəzəri araşdırma kimi həyata keçirilmiş, sistemli ədəbiyyat icmal, müqayisəli analiz və konseptual təhlil metodlarından istifadə olunmuşdur. Təhlil nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, sosial media gənclərin özünü təqdim etmə, sosial müqayisə, mənsubiyyət hissinin formalaşması və sosial tanınma ehtiyaclarının ödənilməsində mühüm rol oynayır. Eyni zamanda, ideal obrazların təşviqi, sosial təsdiqə asılılıq və rəqəmsal platformalarda davamlı müqayisə kimi amillər kimlik inkişafında psixoloji və sosial risklər yarada bilər. Araşdırma göstərir ki, sosial medianın gənclərin kimlik formalaşmasına təsiri çoxşaxəli və dinamik xarakter daşıyır və bu təsirin düzgün qiymətləndirilməsi rəqəmsal savadlılığın inkişafı, psixoloji rifahın qorunması və gələcək empirik tədqiqatların istiqamətləndirilməsi baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Açar sözlər: sosial media, gənclər, kimlik formalaşması, rəqəmsal kimlik, özünü təqdim etmə, sosial müqayisə, nəzəri yanaşmalar

Bakı Dövlət Universiteti, doktorant, Bakı, Azərbaycan

E-poçt: fidanalievav@unec.edu.az

Daxil oldu: 16 Mart 2026; Qəbul edildi: 18 May 2026; Onlayn dərc edildi: 30 İyul 2026

© Müəllif(lər) 2026. Bu açıq girişli məqalə Creative Commons Attribution–NonCommercial 4.0 Beynəlxalq Lisenziyasının (CC BY-NC 4.0) şərtlərinə uyğun olaraq yayımlanmışdır.

The Impact of Social Media on Youth Identity Formation: an Analysis Based on Theoretical Perspectives

Fidan Aliyeva 

Abstract. The rapid pace of digitalization and the widespread use of social media have significantly transformed young people's communication, self-expression, and patterns of social interaction, creating both new opportunities and challenges for identity formation. In this context, the influence of social media on youth identity development has become one of the most important research topics in contemporary social sciences. The aim of this study is to analyze the process of youth identity formation in the social media environment through contemporary theoretical approaches, identify the main mechanisms influencing this process, and conceptually explain the transformation of identity in the digital environment.

The study was conducted as a qualitative theoretical investigation using a systematic literature review, comparative analysis, and conceptual analysis methods. The findings indicate that social media plays a significant role in young people's self-presentation, social comparison, the development of a sense of belonging, and the fulfillment of their need for social recognition. At the same time, factors such as the promotion of idealized images, dependence on social validation, and continuous comparison on digital platforms may create psychological and social risks for identity development. The study concludes that the impact of social media on youth identity formation is multifaceted and dynamic, and that a proper understanding of this influence is essential for promoting digital literacy, protecting psychological well-being, and guiding future empirical research.

Keywords: social media, youth, identity formation, digital identity, self-presentation, social comparison, theoretical approaches

Baku State University, Doctoral student, Baku, Azerbaijan

E-mail: fidanaliyevav@unec.edu.az

Received: 16 March 2026; Accepted: 18 May 2026; Published online: 30 July 2026

© The Author(s) 2026. This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0).

Giriş

Texnologiya və ünsiyyət vasitələrinin son onilliklərdə sürətlə inkişaf etməsi insanları həm fərdi, həm də sosial baxımdan dəyişən yeni bir dünyaya yönəltməkdədir. Xüsusilə rabitə texnologiyalarının sürətlə inkişaf etdiyi bu dövrdə fiziki məkan və zaman anlayışı ortadan qalxmış, fərdlər özlərini fərqli virtual məkanlarda ifadə edə biləcək vəziyyətə gəlmişdir. Bu proses nəticəsində formalaşan sosial şəbəkələr şəbəkə istifadəçilərinin həm auditoriya, həm də informasiya məzmununun təkrar istehsalı və onun əldə edilməsi subyekti kimi çıxış edə bildiyi onlayn mühitdir (Əlibəyli, 2026). Bu baxımdan media yalnız fərdlər və toplumlar üçün informasiya qaynağı olmaqdan çıxmış, həm də fərdi və ictimai kimlikləri formalaşdıran və istiqamətləndirən mühüm sosial gücə çevrilmişdir. Müasir dövrdə medianın rolunu anlamaq üçün müxtəlif nəzəri yanaşmalara nəzər salmaq vacibdir. Xüsusilə Marshall McLuhan, Jean Baudrillard və Louis Althusser kimi nəzəriyyəçilərin fikirləri bu mövzunu daha dərinlən anlamağa imkan verir (McLuhan, 1962; Baudrillard, 1994; Althusser, 1971).

Marshall McLuhan 20-ci əsrdə fəaliyyət göstərmiş bir nəzəriyyəçi olsa da, onun media ilə bağlı irəli sürdüyü fikirlər yalnız öz dövrü ilə məhdudlaşmır. O, internet və rəqəmsal media kimi texnologiyaların hələ formalaşmadığı bir dövrdə – əsasən televiziya və çap mətbuatı kimi vasitələr üzərindən çıxış edərək medianın cəmiyyət üzərindəki təsirini izah etməyə çalışmışdır. McLuhanın yanaşması, xüsusilə texnoloji determinizm perspektivindən, medianı sadəcə kommunikasiya vasitəsi kimi deyil, insanın qavrayışını, düşüncə tərzini və sosial münasibətlərini formalaşdıran əsas qüvvə kimi dəyərləndirir.

Texnologiyanın inkişafı ilə paralel baş verən qloballaşma nəticəsində “qlobal kənd” ortaya çıxmış və dünya artıq ortaq bir mədəniyyət çərçivəsinə doğru yönəlməyə başlamışdır (McLuhan, 1962). McLuhanın “qlobal kənd” konsepsiyası elektron kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı nəticəsində dünyanın məkan və zaman baxımından sıxlaşaraq, fərdlər arasında ani və davamlı qarşılıqlı əlaqənin mümkün olduğu vahid bir kommunikasiya mühitinə çevrildiyini ifadə edir. Texnologiyalar sadəcə insanların istifadə etdiyi ixtiralar deyil, eyni zamanda insanları yenidən “ixtira edən”, yenidən formalaşdıran vasitələrdir. Digər tərəfdən, Baudrillard isə mediaya daha tənqidi yanaşır. O, medianı reallığı əks etdirən vasitə kimi deyil, reallığı simulyasiya edən və yeni bir hiperreallıq yaradan sistem kimi qiymətləndirir. Onun fikrincə, media simvollar və təsvirlər vasitəsilə informasiyanı sürətlə yayaraq insanların gerçəklik haqqında təsəvvürlərini dəyişdirir və nəticədə həqiqətlə görüntü arasındakı sərhədlər aradan qalxır (Baudrillard, 1994).

Althusser isə medianı hakim qrupların sadəcə birbaşa təsir vasitəsi kimi deyil, dövlətin ideoloji aparatlarından biri kimi qiymətləndirir. Onun fikrincə, media mövcud ictimai nizamın və hakim ideologiyanın təkrar istehsalını təmin edən əsas mexanizmlərdən biridir. Bu vasitə ilə fərdlərin düşüncə tərz, dəyərləri və dünyagörüşü formalaşdırılır, nəticədə insanlar mövcud sosial sistemi təbii və legitim kimi qəbul etməyə meyllənirlər (Althusser, 1971).

Bu yanaşmaları birlikdə nəzərdən keçirdikdə, ortaq bir nəticəyə gəlmək mümkündür: media neytral deyil. O, həm düşüncəni formalaşdırır, həm də ideoloji təsir yaradan güclü bir vasitədir. Müasir sosial elmlərdə kimlik anlayışı sabit və dəyişməz xüsusiyyət kimi deyil, sosial qarşılıqlı təsirlər, mədəni kontekst və kommunikasiya prosesləri nəticəsində davamlı şəkildə formalaşan dinamik sosial konstruksiya kimi izah edilir (Mead, 1934; Hall, 1996). Sosial media bu prosesi daha da sürətləndirərək fərdlərə müxtəlif auditoriyalar qarşısında fərqli özünü təqdim etmə strategiyalarından istifadə etmək, alternativ sosial rolları sınaq və rəqəmsal mühitdə yeni kimliklər formalaşdırmaq imkanı yaradır (Talamo & Ligorio, 2001; Papacharissi, 2018).

Papacharissi (2018) qeyd edir ki, kimliklə bağlı əsas məsələ “biz kimik?” və ya “haradan gəlmişik?” suallarından daha çox, fərdin özü ilə necə münasibət qurması və özünü başqalarına necə təqdim etməsidir. Bu baxımdan Hall (1996) kimliyi hazır və dəyişməz bir mahiyyət kimi deyil, məhz təmsil və təqdim etmə prosesində davamlı şəkildə qurulan və yenidən formalaşan bir konstruksiya kimi qiymətləndirir. Xüsusilə yeniyetməlik dövründə bu proses daha intensiv xarakter alır. Bu mərhələdə gənclər özlərini yalnız müəyyən sosial qrupun üzvü kimi deyil, eyni zamanda həmin qrup daxilində müstəqil və fərqli xüsusiyyətlərə malik fərd kimi dərk etməyə başlayırlar. Onlar öz düşüncələrinin, maraqlarının, dəyərlərinin və şəxsi xüsusiyyətlərinin başqalarından fərqləndiyini anlayır və bu fərqliliklər əsasında öz kimliklərini formalaşdırırlar (Kroger, 2007).

Müasir dövrdə dövlət, millət, cəmiyyət və ya mədəniyyət baxımından kimlik – toplumu formalaşdırır fərdlərin ortaq varlıqda eyniləşməsi, ortaq ideallarda və simvollarla birləşməsi, ortaq kədər və sevincləri paylaşması kimi başa düşülürdüsə, postmodern dövrdə bu yanaşmalar tənqidi şəkildə sorgulanmışdır (Akça, 2005). Son illərdə sosial media və rəqəmsal kimlik mövzusunda aparılan tədqiqatların sayı əhəmiyyətli dərəcədə artsa da, sosial mediada kimliyin formalaşmasına təsir edən əsas mexanizmlərin vahid konseptual çərçivədə sistemləşdirilməsi hələ də aktual elmi problemlərdən biri olaraq qalır. Xüsusilə təcrübə, kontekst və özünüifadə komponentlərinin qarşılıqlı əlaqəsi, eləcə də çoxlu kimlik fenomeni və rəqəmsal mühitdə autentik mənlik hissəsinin transformasiyası ilə bağlı mövcud nəzəri yanaşmaların integrativ şəkildə təhlilinə ehtiyac vardır (Brandtzaeg & Chaparro-Domínguez, 2020).

Metodlar

Bu tədqiqat keyfiyyət yanaşmasına əsaslanan nəzəri araşdırma və sosial mediada kimliyin formalaşması və transformasiyasını mövcud elmi ədəbiyyat əsasında təhlil etməyi hədəfləyir. Tədqiqatın metodoloji bazasını ədəbiyyat icmalı, müqayisəli analiz və konseptual təhlil təşkil edir.

Məqalənin hazırlanması zamanı sosial media, rəqəmsal kimlik, özünüifadə, auditoriya, kontekst və kimlik transformasiyası mövzularına dair beynəlxalq elmi mənbələr sistemli şəkildə təhlil edilmişdir. Mənbələrin seçilməsi zamanı onların elmi etibarlılığı, mövzuya uyğunluğu və müasirliyi əsas meyar kimi götürülmüşdür. Araşdırmada əsasən Web of Science, Scopus, SpringerLink, Taylor & Francis, Sage Journals və Google Scholar bazalarında indeksləşən elmi nəşrlərdən istifadə edilmişdir. Əldə olunan nəzəri yanaşmalar tematik şəkildə qruplaşdırılmış və sosial mediada kimliyin formalaşmasına təsir edən əsas komponentlər – təcrübə, kontekst və özünüifadə – çərçivəsində müqayisəli şəkildə təhlil edilmişdir. Bundan əlavə, klassik sosial nəzəriyyələrlə müasir rəqəmsal media tədqiqatları arasında əlaqələr müəyyənəndirilmiş və sosial media mühitində kimliyin transformasiyasını izah edən konseptual çərçivə formalaşdırılmışdır.

Müzakirə və nəticələr

Sosial media mühitində kimliyin formalaşması çoxölçülü və dinamik prosesdir. Bu baxımdan, kimliyin necə qurulduğunu anlamaq üçün təcrübə, kontekst və özünüifadə kimi əsas komponentlərin ayrıca təhlil edilməsi vacibdir. Bu komponentlər sosial mediada fərdin kimliyini necə qurduğunu, müxtəlif situasiyalarda necə təqdim etdiyini və qarşılıqlı təsirlər nəticəsində necə yenidən formalaşdırdığını izah etməyə imkan verir.

Ənənəvi sosial mühitdən fərqli olaraq, rəqəmsal platformalar istifadəçilərə eyni vaxtda çoxsaylı qarşılıqlı əlaqələr qurmaq imkanı yaradır. Bu şəraitdə təcrübə yalnız birbaşa ünsiyyət nəticəsində deyil, həm də başqalarının paylaşımalarını izləmək, onları müqayisə etmək, müşahidə etmək və mənimsəmək yolu ilə formalaşır. Bu baxımdan, sosial media istifadəçilərin həm aktiv, həm də passiv öyrənmə təcrübələri qazandığı mühüm sosial mühit kimi çıxış edir (Brandtzaeg & Chaparro-Domínguez, 2020).

Təcrübənin mühüm elementlərindən biri də özünüaçma (self-disclosure) prosesidir. Sosial mediada şəxsi fikir və təcrübələrin paylaşılması qarşılıqlı etimadın və sosial yaxınlığın formalaşmasına şərait yaradır. Bu nəticə Altman və Taylorun Sosial Penetrasiya nəzəriyyəsi ilə uyğunluq təşkil edir və şəxsi məlumatların paylaşılmasının sosial münasibətlərin dərinləşməsində mühüm rol oynadığını təsdiqləyir (Altman & Taylor, 1973).

Kimliyin formalaşmasına təsir göstərən digər əsas mexanizm kontekstdir. Sosial media istifadəçiləri eyni vaxtda müxtəlif sosial qruplar və auditoriyalarla qarşılıqlı əlaqədə olduqlarından, onların özünü təqdim etmə forması fəaliyyət göstərdikləri sosial mühitdən və auditoriyanın xüsusiyyətlərindən asılı olaraq dəyişir (Hewitt, 2000; Marwick & boyd, 2011).

Marwick və boydun (2011) "context collapse" yanaşması göstərir ki, müxtəlif auditoriyaların eyni rəqəmsal məkanda birləşməsi istifadəçilərin kimlik təqdim etmə strategiyalarını daha mürəkkəb hala gətirir. Bu nəticə Goffmanın (1959) özünü təqdim etmə nəzəriyyəsi ilə də uyğunluq təşkil edir və göstərir ki, sosial mediada kimlik sabit xüsusiyyət deyil, fəaliyyət göstərilən sosial kontekstdən asılı olaraq davamlı şəkildə yenidən qurulan dinamik sosial konstruksiyadır. DeVito et al. (2018), eləcə də Brandtzaeg və Chaparro-Domínguez (2020) tərəfindən qeyd olunduğu kimi, istifadəçilər müxtəlif platformalarda və müxtəlif auditoriyalar qarşısında fərqli özünü təqdim etmə strategiyalarından istifadə edir, nəticədə hansı kimliyin dominant olacağı mövcud sosial kontekst tərəfindən müəyyənləşdirilir (Nuttbrock & Freudiger, 1991).

Sosial mediada özünüifadə platformaların texniki xüsusiyyətləri, dolayı ünsiyyət və təqdim olunan informasiya üzərində yüksək nəzarət imkanları səbəbindən real həyatda baş verən özünüifadədən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir (Dominick, 1999; Ellison et al., 2006; McKenna & Bargh, 2000; Walther & Burgoon, 1992). Sosial mediada kimlik artıq yalnız istifadəçinin təqdim etdiyi məlumatlarla deyil, eyni zamanda auditoriyanın reaksiyaları ilə də formalaşır. Bəyənmə, şərh və paylaşım kimi sosial geribildirim mexanizmləri gələcək özünüifadə strategiyalarına təsir göstərir və istifadəçilərin sosial baxımdan daha çox qəbul edilən davranış modellərinə üstünlük verməsinə səbəb olur (Kim & Lee, 2011). Bu baxımdan, rəqəmsal kimlik yalnız fərdi seçimlərin deyil, həm də sosial qarşılıqlı təsirlərin məhsulu kimi formalaşır.

Bu prosesin nəticəsi olaraq üç fərqli "mən" forması yaranır: fərdin real həyatda olan "mən"-i, sosial mediada təqdim etdiyi "mən" və başqalarının reaksiyalarına uyğun olaraq formalaşan "mən". Zaman keçdikcə bu üç səviyyə bir-biri ilə üst-üstə düşür və onları ayırd etmək çətinləşir. Beləliklə, sosial medianın yaratdığı geniş özünüifadə imkanları müəyyən sosial və psixoloji riskləri də meydana çıxarır. İstifadəçilərin başqalarının idealizə olunmuş həyat tərzini ilə davamlı müqayisəsi nisbi

məhrumluq hissini gücləndirə, həyat məmnuniyyətinə və özünüqiymətləndirməyə mənfi təsir göstərə bilər (Gurr, 1970; Vogel et al., 2014; Verduyn et al., 2017).

Digər tərəfdən, sosial media bir növ rəqəmsal panoptikon (Foucault, 1977) kimi fəaliyyət göstərir. İnsanlar sosial media mühitində müxtəlif məzmunlar paylaşır, fikir mübadiləsi aparır və özlərini müxtəlif auditoriyalar qarşısında təqdim edirlər. İstifadəçilər paylaşıqları məzmunun müxtəlif auditoriyalar tərəfindən izləndiyini və qiymətləndirildiyini bildikləri üçün öz davranış və özünüifadə formalarını sosial gözləntilərə uyğunlaşdırmağa meylli olurlar (Marwick & Boyd, 2011).

Brandtzaeg və Chaparro-Domínguez (2020) da qeyd edirlər ki, rəqəmsal kimlik zaman keçdikcə yeni sosial kontekstlər fonunda davamlı şəkildə yenidən qurulur və transformasiyaya uğrayır. Bu nəzəri yanaşmalar əsasında "itirilmiş kimlik sindromu" adlı konseptual yanaşma təklif olunur. Bu anlayış sosial mediada davamlı özünü təqdim etmə, sosial təsdiq ehtiyacı və müxtəlif auditoriyaların gözləntilərinə uyğun davranış nəticəsində fərdin vahid və autentik mənlilik hissəsinin tədricən zəifləməsini ifadə edir. Belə vəziyyətdə istifadəçi özünü olduğu kimi deyil, sosial baxımdan daha çox qəbul olunacağını düşündüyü formada təqdim etməyə başlayır. Uzunmüddətli perspektivdə bu proses real və rəqəmsal kimlik arasında fərqi dərinləşməsinə, parçalanmış kimliklərin formalaşmasına və autentik mənlilik hissəsinin zəifləməsinə səbəb ola bilər.

Nəticə

Sosial medianın inkişafı gənclərin kimlik formalaşması prosesinə yeni məzmun və dinamika qazandırmışdır. Aparılan nəzəri təhlil göstərir ki, rəqəmsal mühitdə kimlik təcrübə, kontekst və özünüifadə kimi komponentlərin qarşılıqlı təsiri nəticəsində formalaşır və davamlı şəkildə yenidən qurulur. Eyni zamanda, sosial müqayisə, auditoriya reaksiyaları və sosial təsdiq ehtiyacı gənclərin rəqəmsal kimliyinin formalaşmasına təsir edən mühüm amillər kimi çıxış edir. Tədqiqat çərçivəsində irəli sürülən "itirilmiş kimlik sindromu" anlayışı sosial mediada davamlı özünü təqdim etmənin fərdin autentik mənlilik hissəsinə təsirini izah edən konseptual yanaşma kimi qiymətləndirilə bilər. Araşdırmanın nəticələri rəqəmsal kimliklə bağlı nəzəri biliklərin sistemləşdirilməsinə töhfə verir və bu sahədə gələcək empirik tədqiqatların aparılmasının vacibliyini göstərir.

Ədəbiyyat

- Akça, G. (2005). *Modernden postmoderne kültür ve kimlik. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE)*, 15, 1–24.
- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social penetration: The development of interpersonal relationships*. Holt, Rinehart and Winston.
- Althusser, L. (1971). Ideology and ideological state apparatuses. In *Lenin and philosophy and other essays* (pp. 127–186). Monthly Review Press.
- Əlibəyli, E. (2026). Sosial TV ekosisteminə informasiya kontentinin istehsalı və transformasiya prosesləri. In *Elmi Araşdırmalar: XXXI Beynəlxalq Elmi Konfransın materialları* (pp. 23–27). <https://doi.org/10.36719/2663-4619/1/23-27>
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation* (S. F. Glaser, Trans.). University of Michigan Press. (Original work published 1981)
- Brandtzaeg, P. B., & Chaparro-Domínguez, M. Á. (2020). From youthful experimentation to professional identity: Understanding identity transitions in social media. *Social Media + Society*, 6(3), 2056305120948256. <https://doi.org/10.1177/2056305120948256>
- DeVito, M. A., Birnholtz, J., Hancock, J. T., French, M., & Liu, S. (2018). How people form folk theories of social media feeds and what it means for how we study self-presentation. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 2(CSCW), Article 120. <https://doi.org/10.1145/3274313>

- Dominick, J. R. (1999). Who do you think you are? Personal home pages and self-presentation on the World Wide Web. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 76(4), 646–658. <https://doi.org/10.1177/107769909907600403>
- Ellison, N. B., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415–441. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x>
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison*. Pantheon Books.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Gurr, T. R. (1970). *Why men rebel*. Princeton University Press.
- Hall, S. (1996). Who needs identity? In S. Hall & P. du Gay (Eds.), *Questions of cultural identity* (pp. 1–17). Sage.
- Hewitt, J. P. (2000). *Self and society: A symbolic interactionist social psychology* (8th ed.). Allyn & Bacon.
- Kim, J., & Lee, J.-E. R. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(6), 359–364. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0374>
- Kroger, J. (2007). *Identity development: Adolescence through adulthood* (2nd ed.). Sage.
- Marwick, A. E., & boyd, d. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- McKenna, K. Y. A., & Bargh, J. A. (2000). Plan 9 from cyberspace: The implications of the Internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4(1), 57–75. https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0401_6
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg galaxy: The making of typographic man*. University of Toronto Press.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society*. University of Chicago Press.
- Nuttbrock, L., & Freudiger, P. (1991). Identity salience and motherhood: A test of Stryker's theory. *Social Psychology Quarterly*, 54(2), 146–157. <https://doi.org/10.2307/2786933>
- Papacharissi, Z. (2018). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Talamo, A., & Ligorio, M. B. (2001). Strategic identities in cyberspace. *CyberPsychology & Behavior*, 4(1), 109–122. <https://doi.org/10.1089/109493101750142018>
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274–302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Walther, J. B., & Burgoon, J. K. (1992). Relational communication in computer-mediated interaction. *Human Communication Research*, 19(1), 50–88. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1992.tb00295.x>