

بررسی مقایسه‌ای هویت واقعی و مجازی افراد (مورد مطالعه: جوانان شهر یاسوج)

مدیریت

اطلاعات

دوره ۴، شماره ۲

پاییز و زمستان ۱۳۹۷

سید علی پرهیز

کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه شاهد، تهران^۱

ابوالفضل ذوالفقاری

دانشیار علوم سیاسی، دانشگاه شاهد، تهران

چکیده: در این پژوهش، تمایز بین هویت جوانان در دنیای واقعی و دنیای مجازی به‌عنوان یکی از مسائل مهم فضای مجازی مورد بررسی قرار گرفت. تعریف و باز‌نمایی افراد از هویت خود، در جهان واقعی و مجازی به خاطر شرایط حاکم بر این دو جهان تا حدودی متفاوت است. استفاده از این فضا همراه با مزایا و معایب مختلف، ما را با مسائل مختلفی مواجه کرده که یکی از آن‌ها مسئله هویت و بحران هویت و تفاوت هویت جوانان است. چارچوب نظری پژوهش بر اساس نظریه‌های جامعه‌شناسانی چون گیدنز و استوارت هال در مورد هویت؛ گربنر و نئومان (تأثیر رسانه‌های جمعی)؛ شلر، استون، رینگولد، میلر و تامپسون (فضای مجازی و هویت)؛ اندرسون (پارادایم دوجهرانی شدن و آینده هویت‌های هم‌زمان) ارائه شده است و در نتیجه، یک مدل پژوهشی طراحی شد. جامعه آماری پژوهش جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال شهر یاسوج، که بالغ بر ۴۵۳۱۲ نفر بودند تعیین شد. بر طبق فرمول کوکران ۳۸۰ نفر به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند و داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه گردآوری شد. در نهایت، فرضیه کلی پژوهش تأیید شد: بین هویت واقعی افراد در دنیای واقعی و هویت آن‌ها در دنیای مجازی تفاوت معنی‌داری وجود دارد و نتایج تفاوت ابعاد مختلف هویت در فضای واقعی و فضای مجازی را نشان داد و تفاوت‌های هویت (خود اختلاقی) در برخی ابعاد بر اساس متغیرهایی مانند سن، جنس، تحصیلات، سطح درآمد و میزان استفاده از فضای مجازی معنی‌دار است.

کلیدواژه‌ها: تفاوت هویتی، فضای مجازی، هویت، هویت مجازی.

مقدمه

بشریت با پشت سر گذاشتن جهان صنعتی وارد عصر اطلاعات^۱ شده است. در عصر اطلاعات و در جامعه اطلاعاتی بخش زیادی از وقت انسان‌ها در فضای مجازی (اینترنت) گذرانده می‌شود. بشر امروز در فضای تعاملی اینترنت زندگی می‌کند. فضای مجازی، فضای کاملاً صنعتی است که محصول فناوری‌های نوین ارتباطات، مخابرات و کامپیوتر است. این فضا دارای ویژگی‌های متمایز از محیط طبیعی است (شهریاری و خسروی ۱۳۹۰، ۱۰۵). چنین فضایی که به‌عنوان واقعیت مجازی یکپارچه، در نظر گرفته می‌شود، از ویژگی‌هایی چون بی‌مکانی^۲، فرا زمان^۳ بودن، صنعتی بودن محض، عدم محدودیت به قوانین مدنی متکی بر دولت-ملت‌ها و نیز برخورداری از فضاهای فرهنگی، اعتقادی، اقتصادی، سیاسی و آزادی هویت بدنی و جنسی جدید، برخوردار است (زنگویی ۱۳۹۱، ۱۳۲).

در سال‌های اخیر، استفاده از اینترنت و سایر عرصه‌های فضای مجازی توسط افراد و گروه‌های اجتماعی، سیاسی و ... به‌ویژه در بین جوانان، رشد شتابانی داشته و از آنجاکه جوانان زودتر از بزرگسالان کار کردن با فناوری‌های ارتباطی را می‌آموزند و به‌تبع آن بیشتر از این امکان بهره‌برداری می‌کنند، لذا بیشتر در معرض تأثیرپذیری از این رسانه‌ها قرار می‌گیرند (میرمحمدی و ساروخانی ۱۳۹۱، ۵). فضای سایبر این امکان را به اشخاص می‌دهد که هویت حقیقی خویش را مخفی کنند و با هویت ساختگی جدیدی وارد آن شوند و در یک‌لحظه چند هویت مختلف و گاه متضاد داشته باشند. می‌توانیم در فضای سایبر با این هویت مجازی زندگی کنیم و با دیگران تعامل کنیم؛ درحالی‌که دیگران هویت واقعی ما را نمی‌بینند و از آن مطلع نیستند بلکه آنچه از ما می‌فهمند، همان هویت مجازی است که شکل داده‌ایم (ایمانی ۱۳۹۰، ۶۲؛ اخگری ۱۳۸۱، ۲۸).

برای کاربران ساکن در کشورهای مدرن به علت همسانی فضای مجازی و دنیای واقعی و مدرن بودن این هر دو جهان، این دو فضا در امتداد هم قرار داشته و هرکدام با سهمی متفاوت ولی از یک جنس، خود فرد را می‌سازند؛ اما در کشورهای نیمه مدرن و نیمه سنتی مثل کشور ما که هنوز دارای بسیاری از شاخص‌های جامعه سنتی است و در بسیاری از حوزه‌های زندگی هنوز تحت تأثیر کامل مدرنیته قرار نگرفته، حضور در فضای مجازی فرصتی هرچند کوچک و ناقص به وجود آورده که در پرتو آن بتوان برخی ویژگی‌های موجود در متن زندگی روزمره و جوامع مدرن را تجربه کرد. کاربران ایرانی خصوصاً جوانان به علت موانع و محدودیت‌های موجود در شرایط عینی و ذهنی زندگی خود و در فرار از فشارهای الزام‌آور هنجارهای اجتماعی موجود و در جهت گسترش تعاملات اجتماعی با دپگرانی که امکان برقراری کنش متقابل با آنان در دنیای واقعی بسیار نادر یا پرهزینه (چه از لحاظ اجتماعی، سیاسی و یا حتی اقتصادی) است و در پی جبران فقدان جامعه مدنی گسترده، حوزه عمومی مستقل از دولت، کسب تجربه‌های جدید و فرصت‌های بیشتر، به فضای مجازی روی آورده و زیستن در این فضا را به‌طور فعال یا نیمه فعال تجربه می‌کنند؛ این تجارب بسته به میزان عمق و وسعتشان موجب بازاندیشی در هویت فردی جوان ایرانی و متزلزل شدن

1. Information Era
2. Spaceless
3. Tranctime

جدی فراروایت‌های موجود در اذهان آنان شده و دستیابی به هویتی مدرن را علی‌رغم شرایط موجود در زندگی آنان، برایشان فراهم می‌آورد و در برخی موارد نیز با کشیده شدن دنباله و تبعات زیستن و تعامل در این فضا به دنیای واقعی هرروزه جوانان، سبک زندگی آنان نیز به‌طور ملموس و در سطحی انضمامی نیز تغییر می‌کند (خطیبی جعفری ۱۳۸۴، ۱۶۹). جامعه آماری موردنظر ما یعنی جوانان شهر یاسوج به‌عنوان جامعه‌ای در حال گذار نیز از شرایط مذکور کشورهای نیمه سنتی و ازجمله کشور ما مستثنا نیستند و با توجه به حضور گسترده آنان در فضای مجازی و امکان ظهور و بروز هویت‌های مختلف توسط افراد و دیگر ویژگی‌های فضای مجازی، مسئله این است که آیا هویت این افراد در دنیای واقعی با هویتی که آن‌ها در فضای مجازی به نمایش می‌گذارند متفاوت است؟ آیا ابعاد مختلف هویت (سیاسی، خانوادگی، شغلی، جنسیتی، مذهبی، عاشقانه، ظاهری، مدرن و قومی) در زندگی روزمره با ابعاد هویت‌های مجازی متفاوت‌اند؟

تعریف مفاهیم

هویت

در فرهنگ عمید هویت چنین تعریف شده است: «هویت»^۱ یعنی حقیقت شخص یا شیء که مشتمل بر صفات جوهری او باشد. هویت در لغت به معنای شخصیت، ذات، هستی و وجود و منسوب به «هو» است (شرفی ۱۳۹۲، ۷). این واژه در اصطلاح علمی به معنای «چیستی شناسی» یا «کیستی» است (میرمحمدی و ساروخانی ۱۳۹۱، ۴). هویت به معنای هستی و وجود است و با تعریفی که افراد و اقوام و ملت‌ها از «خود» دارند رابطه‌ای نزدیک و تنگاتنگ پیدا می‌کند هویت داشتن مستلزم آگاهی و شناخت از «خود» در مقابل «دیگری» است. خصوصیت و ویژگی‌هایی که جوامع و ملت‌ها بر مبنای آن خود را می‌شناسند و می‌شناساند مبنای هویت آنان است (قیصری ۱۳۸۶، ۹۴).

بیشتر روان‌شناسان و نظریه‌پردازان شخصیت، هویت را در درجه نخست امری فردی و شخصی می‌دانند و معتقدند که دو معنا و جنبه اصلی هویت به ویژگی‌های شخصیتی و احساس فرد معطوف هستند. البته اکثر این دسته از نظریه‌پردازان، هویت اجتماعی را انکار نمی‌کنند. روانشناسان اجتماعی و جامعه‌شناسان معتقدند که احساس هویت [فردی] به‌واسطه دیالکتیک میان فرد و جامعه شکل می‌گیرد. آن‌ها کم‌وبیش می‌پذیرند که هویت معمولاً در نگرش و احساسات افراد نمود می‌یابد، ولی بستر شکل‌گیری آن زندگی جمعی است. هویت اجتماعی نمود یافته در شخصیت، جدا از دنیای اجتماعی دیگر افراد معنایی ندارد (ژاکوبسن ۱۹۹۸، ۹ به نقل از گل‌محمدی ۱۳۹۳، ۲۲۲-۲۲۳).

هویت مجموعه‌ای از معانی است که چگونه بودن را در خصوص نقش‌های اجتماعی به فرد القا می‌کند و یا وضعیتی است که به فرد می‌گوید او کیست و مجموعه‌ای از معانی را برای فرد تولید می‌کند که مرجع کیستی و چیستی او را تشکیل می‌دهد. عاملی در کتاب خود آورده است که اندیشمندان بسیاری همچون

ویلیامز^۱، گیج، کوین نیلسون^۲، بومن^۳، یونگ و لایت معتقد به نسبی بودن هویت یا هویت‌ها هستند. از نظر گیج (۱۹۶۲) هویت نسبی است و افراد از حیث‌های متفاوت، دارای هویت‌های متفاوت‌اند. یک فرد می‌تواند هویت شغلی، هویت فامیلی و هویت دینی داشته باشد. از نظر نیلسون (۱۹۷۰) رئیس بانک و شهردار یک شهر، هر دو یک شهروند هستند، ولی به لحاظ موقعیت رسمی هویت‌های متمایزی دارند. از نظر آنتونی گیدنز (۲۰۰۱) هویت مربوط به فهم افراد در مورد اینکه چه کسی هستند و چه چیزی برای آن‌ها مهم است تبیین می‌شود. این فهم هویتی، منتزع از منابع معنا ساز مهمی مثل دین، ملیت، نژاد، جنسیت، طبقه اجتماعی و تمایلات گروهی و قومی است (عاملی ۱۳۹۰، ۱۷۷-۱۷۹).

هویت شامل ابعاد مختلفی است که نگارنده به مقایسه نه بعد هویتی (مذهبی، خانوادگی، سیاسی، قومی، مدرن، شغلی، جنسیتی، عاشقانه و ظاهری)، در دوجهان اول و دوم پرداخته است. بعلاوه، از جمله ابعاد دیگر هویت می‌توان به هویت ملی، فرهنگی، مصرفی و... اشاره کرد (احیایی ۱۳۹۴، ۱۸-۳۶).

فضای مجازی

«فضای مجازی مکان نیست، دالان و راهرویی است بین مکان‌ها. شما درحالی‌که در محل خودتان اقامت دارید، می‌توانید در فضای مجازی گردش کرده و مردمی را ملاقات کنید که در مکان‌های دیگری زندگی می‌کنند اما می‌توانید با استفاده از فضای مجازی در جهان ذهنی خودتان باشید ... بنابراین فضای مجازی نوعی فرا فضا و فضای ذهن است. فضایی که ما هرروز دست به عمل می‌زنیم و با مردمان و اندیشه‌ها و مکان‌ها و زمان‌هایی دیگر ملاقات می‌کنیم» (کاستلز و انیس ۱۳۸۴، ۴۷ به نقل از ذکایی و خطیبی ۱۳۸۵، ۱۶۶). تیم جوردن در قدرت مجازی می‌گوید: «تسلط جسم بر ذهن، با سیستم پیچیده رایانه‌ای، خفه و درهم‌شکسته می‌شود ... فضای مجازی، تعالی جامعه ذهن را مقدور می‌سازد» (به نقل از دینلو ۱۳۹۲، ۱۱۵-۱۱۷).

اینترنت یک بانک اطلاعاتی صرف نیست بلکه همان‌طور که کاستلز معتقد است جهانی موازی با جهان واقعی است و مدخلی است برای ورود به جامعه الکترونیکی. هیچ‌گاه نباید فراموش کرد که اینترنت، تافته جدا بافته‌ای از زندگی واقعی و روزمره ما نیست؛ بلکه واسطه ارتباط مهمی است که خصوصیات و کیفیات تازه به دنیای ما بخشیده و در مقابل از ساختارها و نظام‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی بسیار تأثیر پذیرفته و روندهای موجود یا بالقوه موجود این ساختارها را تشدید یا تضعیف می‌کند (ذکایی و خطیبی ۱۳۸۵، ۱۶۶). کاربران در جهان مجازی از طریق آواتارهایشان (افکار و ایده‌ها) که نمایش تصویری خودشان هستند، تعیین مکان می‌شوند. این اصطلاح یعنی «آواتار»^۴ در زبان سانسکریت به معنی بدن انسان یا حیوانی است که می‌تواند توسط خدایی تصاحب شود. این واژه توسط نیل استفسون^۵ در رمان

1. Williams
2. Kevin Nihsson
3. Bowman
4. Avatar
5. Neal Stephenson

خود، «سقوط برف^۱» ساخته شد (پتر^۲ ۲۰۱۰، ۱۶۸). زندگی دوم در میان آمریکاییان محبوب‌ترین است. آن‌ها تنوع زیادی از سازمان‌های جهان واقعی در زندگی دوم (خودشان) ارائه می‌دهند. تعدادی از دولت‌ها سفارتخانه را در جزیره دیپلماسی زندگی دوم نگه‌داشته‌اند (برای مثال مالدیو، سوئد و استونی). علاوه بر این، بسیاری از دانشگاه‌ها فضایی برای خودشان دارند که برای اهداف آموزشی استفاده می‌کنند. اخیراً سازمان‌های مذهبی زندگی دوم را به‌خوبی کشف کرده‌اند (پتر ۲۰۱۰، ۱۷۰).

هویت مجازی

ایده هویت مجازی^۳ در فضای دیجیتالی، برگرفته از فضای حقیقی است که در آن مفهوم بی‌نامی ساخته شد. هویت مجازی و حریم شخصی ارتباط نزدیک باهم دارند (خسروی ۱۳۸۳، ۱۰). در مورد زندگی دوم، هویت مجازی یک‌نهاد است که در فضای مجازی ساخته‌شده و احساسات و افکار مردم را بیان می‌کند. هویت مجازی از عناصر مجازی (نماد یا آواتار و محیط‌زیست) و نیز عناصر غیرمجازی (استفاده از زبان، واکنش به اتفاقات خاص و غیره) تشکیل می‌شود (پتر ۲۰۱۰، ۱۷۱). در ارتباطات دیجیتال، اصطلاحات هویت مجازی و هویت برخط دارای دو معناست؛ معنای نخستین به یک بازنمایی یا ارائه از خود در اینترنت اشاره می‌کند. افراد در بافت‌های دیجیتال دارای یک بازنمایی مجازی هستند و به‌صورت موجود فیزیکی حقیقی ظاهر نمی‌شوند. بازنمایی مجازی مجموعه‌ای از داده‌های دیجیتال درباره یک کاربر مانند نام، نام کاربری، نشانی پست الکترونیک، تاریخ برخط، تصاویر، زبان، نام مستعار، پروفایل و... است. دومین معنای هویت مجازی، ناظر بر تفکرات، ایده‌ها، دیدگاه‌ها و یا خیال‌پردازی‌هایی است که کاربران در بازنمایی‌های مجازی به خود نسبت می‌دهند که شاید انتقال ناهشیارانه تفکرات، هیجانات و دیگر جنبه‌های خود واقعی آنان به خود برخط باشد (شفی^۴، نایان^۵ و عثمان^۶ ۲۰۱۲، ۱۳۵). در تعاملات چهره به چهره معمول، هویت تحت مجموعه منحصربه‌فردی از محدودیت‌ها ساخته می‌شود. حضور بدن جسمی در برخوردهای اجتماعی، از ادعای هویت‌هایی که با بخش نمایان هویت‌های فیزیکی مردم در تضاد است، جلوگیری می‌کند (به‌عنوان مثال جنس، نژاد و هر آنچه قابل‌رؤیت است) و دانش به اشتراک گذاشته‌ی هر یک از پس‌زمینه‌ها و مشهوریت اموال شخصی همدیگر؛ کار را برای فرد تظاهرکننده به چیزی که از آن او نیست، سخت می‌کند (پتر ۲۰۱۰، ۱۷۱).

پیشینه پژوهشی

یافته‌های پژوهش منیزه اخوان (۱۳۸۶) در پاسخ به این سؤال که چه تفاوتی میان شخصیت واقعی و مجازی خود می‌بینید؟ نشان می‌دهد که حدود نیمی از پاسخگویان معتقدند که تفاوتی میان شخصیت

1. Snow Fall
2. Peter
3. Virtual Identity
4. Shafie
5. Nayan
6. Osman

واقعی و وبلاگی آنان وجود ندارد. تقریباً پاسخگویان به وجود تفاوت کم و خیلی کم میان شخصیت واقعی و وبلاگی خود معتقد بودند؛ اما ۵,۳۲ درصد از پاسخ‌های زنان به این اشاره می‌کند که شخصیت وبلاگی که آن‌ها برای خود ساخته‌اند، بسیار نزدیک‌تر به شخصیت حقیقی آن‌هاست؛ یعنی زنان بیشتر از مردان معتقدند که در جریان جامعه‌پذیری از خود واقعی‌شان فاصله گرفته‌اند و نمی‌توانند آن‌طور که فکر می‌کنند هستند، در زندگی واقعی خود باشند و فضایی که در وبلاگ وجود دارد به آن‌ها کمک کرده تا بخشی از خود واقعی که می‌اندیشند هستند را متجلی سازند. در زمینه ارتباط با غیرهمجنسان ملاحظه می‌شود که زنان بیشتری نسبت به مردان گفته‌اند که وبلاگ نویسی به مقدار «زیاد» و یا «خیلی زیاد» فرصت برای آن‌ها فراهم کرده تا بتوانند با افرادی غیرهمجنسان خود ارتباط برقرار نمایند. بعلاوه، وبلاگ نویسی فرصت به مردان و زنان داده تا بتوانند به راحتی و به‌دوراز محدودیت‌های فضای واقعی، نظرات و آراء خود را بنویسند و زنان بیشتر از مردان به اهمیت این بعد اشاره کرده‌اند (اخوان ۱۳۸۶، ۱۲۱-۱۳۷).

رهبری قاضی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود به این نتیجه رسیده‌اند که هرچند مؤلفه‌های میزان استفاده از فضای مجازی، مدت‌زمان عضویت و میزان اعتماد به محتوی شبکه‌ها، تأثیری بر مصرف‌گرایی سیاسی ندارد، اما زمانی که سطح فعالیت افراد در شبکه‌های اجتماعی عمیق‌تر می‌شود و آنان در شبکه‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی عضویت می‌یابند و اخبار موجود در چنین شبکه‌هایی را دنبال می‌کنند، تمایل آنان به مصرف‌گرایی سیاسی افزایش می‌یابد.

یافته‌های پژوهش شفیع‌نی (۱۳۹۴) حکایت از آن دارد که رشد بی‌رویه و البته بدون نظارت و کنترل ناپذیر استفاده از امکانات فضای مجازی برای تقویت و تشویق خاص‌گرایی‌های قومی در کردستان بدون شک به تضعیف پیوند کردها با نشانه‌های هویت ملی منجر شده است و در موارد متعدد مطالعات مختلفی که در رابطه با هویت خواهی کردها صورت گرفته، نتایج حاکی از اولویت هویت قومی در درجه نخست و حتی اولویت هویت فراملی بر هویت ملی نزد کردهای ساکن ایران است. این یافته‌ها، اهمیت و حساسیت توجه به فضای مجازی را در مناطق مختلف جامعه ایران نشان می‌دهد.

نتایج فرضیات پژوهش حسین پور و عرب مؤمنی (۱۳۹۶) گویای تأثیر محیط تعاملی، تأثیر فضای صمیمی و احساس رضایت از فضای مجازی، تأثیر گروه‌ها و اجتماعات مختلف، تأثیر محتوا و تولیدات شبکه‌های اجتماعی بر هویت نهاد خانواده، بالاتر از حد متوسط است و در همه فرضیات بین میانگین نظری و میانگین عملکردی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. به عبارتی، هرچه استفاده از فضای مجازی بیشتر باشد ارتباط با اعضای خانواده و کارکرد نهاد خانواده کاهش می‌یابد.

پژوهش شامانی و همکاران (۱۳۹۵) مبین آن است که در زمینه رابطه و پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت فرهنگی می‌توان گفت که بین میزان جوانان منطقه ۱۲ شهر تهران و وضعیت فرهنگی هویت ایشان رابطه معنادار و معکوسی وجود دارد؛ یعنی هرچه میزان استفاده و فعالیت جوانان در شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش پیدا می‌کند، هویت فرهنگی آنان کاهش می‌یابد و از حساسیت آن‌ها به هویت فرهنگی خویش کاسته می‌شود. به‌علاوه، تعامل در فضای مجازی تأثیر دوگانه‌ای بر هویت دینی دارد؛ از یک‌سو از شدت ابعاد تجربی و پیامدی کاسته می‌شود و از سوی دیگر هویت دینی جوانان در بعد شناختی افزوده می‌شود. همچنین یافته‌های این پژوهش با آنچه در زمینه همسان‌سازی فرهنگ‌های جهان

سوم با کشورهای غربی صورت می‌گیرد همخوانی دارد. با این حال در سال‌های اخیر مقاومت‌هایی نیز در این زمینه دیده می‌شود که نشان از احیای هویت فرهنگی در فضای مجازی دارد.

پژوهش قاسمی و همکاران (۱۳۹۵) نشان می‌دهد که بین عضویت در شبکه اجتماعی فیس‌بوک و هویت جنسیتی رابطه معناداری وجود دارد. افرادی که عضو فیس‌بوک هستند، هویت جنسیتی مشخص‌تری دارند؛ اما از طرف دیگر رابطه معکوسی بین هویت جنسیتی و مدت‌زمان عضویت و میزان استفاده از فیس‌بوک وجود دارد. به عبارت دیگر هرچه مدت‌زمان عضویت و میزان استفاده از فیس‌بوک بیشتر باشد، شکل‌گیری هویت جنسیتی با مشکل روبرو گردیده و مخدوش‌تر می‌گردد؛ بنابراین، می‌توان گفت عضویت در فیس‌بوک عامل تأثیرگذاری بر مشخص شدن هویت جنسیتی است اما استفاده بیش‌از حد از آن می‌تواند آن‌ها را از هویت جنسیتی خود دور کند.

یافته‌های پژوهش افشار و همکاران (۱۳۹۵)، حاکی از آن است که بین مدت‌زمان استفاده از فیس‌بوک، میزان استفاده از فیس‌بوک و میزان واقعی تلقی کردن محتوی مطالب فیس‌بوک، با هویت شخصی مدرن کاربران رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد؛ یعنی با افزایش متغیرهای یادشده هویت شخصی مدرن دختران و زنان تقویت می‌شود. دیگر یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که بین نوع استفاده و هدف کاربران در استفاده از فیس‌بوک (هدفمند و غیر هدفمند) رابطه معناداری وجود دارد؛ یعنی رابطه انگیزه و هدف کاربران، هم کاربرانی که استفاده هدفمند دارند و هم کاربرانی که استفاده غیر هدفمند دارند، با هویت شخصی مدرن مستقیم و مثبت است، در حالی که انتظار می‌رفت کاربرانی که استفاده هدفمندتر دارند احتمال تأثیرپذیری‌شان بیشتر باشد. همچنین یافته‌های پژوهش گویای آن است که بین میزان مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از فیس‌بوک و هویت شخصی مدرن رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.

از مهم‌ترین نتایج پژوهش قیصری بهمند (۱۳۹۰)، این است که هویت سیاسی وبلاگ نویسان جناح اصول‌گرایی هویت مشروعیت بخش و هویت سیاسی جناح اصلاح‌طلب، هویت مقاومت شناسایی شد. یافته‌های دیگری نیز این پژوهش در برداشته است و نشان از پویندگی هویت و فعالیت‌های سیاسی در فضای مجازی دارد.

باقری و زارعیان (۱۳۹۲) در تحلیل دومتغیره داده‌ها نشان می‌دهند که هر چه دانشجویان در تعامل بیشتر با فضای مجازی قرار داشته باشند، از هویت دینی آن‌ها کاسته خواهد شد و بالعکس. علاوه بر این، تحلیل دو متغیری هویت ملی و تعامل در فضای مجازی نشان می‌دهد که بین هویت ملی دانشجویان و فضای سایبر، رابطه معکوس وجود دارد. بر اساس یافته‌های پژوهش، شاخص‌های سیاسی و اجتماعی نسبت به شاخص‌های فرهنگی تاریخی بیشترین آسیب را از فضای مجازی متحمل شده‌اند و در زمینه هویت دینی نیز فضای سایبری بیشترین تأثیر را بر ابعاد پیامدی و تجربی و کمترین تأثیر را بر بعد شناختی گذاشته است.

پژوهش الدا^۱ و همکاران (۲۰۱۵)، بیانگر این مطلب است که یک جامعه مجازی متعلق به گروه مینانگ‌کابو^۲ -یکی از بزرگ‌ترین گروه‌های قومی در اندونزی- وجود دارد. اعضای این گروه علاقه ویژه‌ای به

1. Elda Franzia
2. Minangkabau

فرهنگ مینانگ کابو دارند. آن‌ها به این گروه مجازی می‌پیوندند تا موضوعات مختلفی را که زندگی مردم مینانگ کابو را تحت تأثیر قرار می‌دهد، به اشتراک بگذارند و در مورد این هویت فرهنگی به تبادل نظر بپردازند. به‌طور کلی، این پژوهش بیان می‌دارد، ادراک هویت فرهنگی، مخصوصاً برای جوانان، مستلزم ابقای آن در جهان به‌طور گسترده در حال تحول است. برای تداوم ادراک هویت فرهنگی باید عموم مردم در گفتگوهای آزاد درباره فرهنگ که در جوامع مجازی مربوط به رسانه‌های جدید یا در شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی مطرح می‌شوند، مشارکت کنند و در زندگی واقعی آن را به کار برند. این پژوهش بر نقش فضای مجازی در کنار زندگی واقعی، به‌منظور فهم، شناخت و تداوم هویت فرهنگی تأکید دارد.^۱

یافته‌های پتر (۲۰۱۰) نشان می‌دهد که مقدار اطلاعاتی که در یک وب‌سایت خاص ارائه شده است، در طی فرایند تصمیم‌گیری مصرف‌کننده نقش مهمی ایفا می‌کنند. اگر نمادها (آواتارهای) شخصی شده در کنش‌های تجاری مبتنی بر اینترنت به‌خوبی شکل بگیرند، مصرف‌کنندگان احساس ریسک‌پذیری بسیار کمی می‌کنند. زندگی دوم، یعنی در جهان اجتماعی مجازی بودن، به ساکنانش چنان ارزش‌ها و فرصت‌هایی می‌دهد تا آن‌ها را به میزان بالایی در سیستم جهانی‌اش درگیر کند. همچنین یک نماد جذاب که اطلاعات کافی درباره محصولات خود فراهم می‌کند می‌تواند به‌آسانی یک تجارت موفق باشد.

سونگ^۲ و جین^۳ (۲۰۱۲) به این نتیجه رسیدند که بین درک کاربران نمادی مجازی از ویژگی‌های فیزیکی خود مجازی - که از طریق نمادی شخصی شده نمایش داده شده- و خود واقعی در جهان واقعی تفاوت قابل‌ملاحظه‌ای وجود دارد. نتایج تجزیه‌وتحلیل مقدماتی درباره اختلاف بین خود واقعی و خود مجازی نشان داد که کاربران نمادی (مجازی)، خود مجازی را به لحاظ فیزیکی جذاب‌تر از خود واقعی درک می‌کنند. به‌علاوه، مخاطبان مجازی، دیگری واقعی^۴ را به لحاظ فیزیکی جذاب‌تر از دیگری مجازی^۵ درک می‌کنند.

شفی، نایان و عثمان (۲۰۱۲) به این مسئله علاقه‌مند است که دانشجویان دانشگاه چگونه هویتشان را از طریق پروفایل‌های فیس‌بوک می‌سازند. این مطالعه نشان می‌دهد هویت آنلاین متنی و ادراک بصری، بر اساس ارزش‌های مربوط به ارتباط اجتماعی، محبوبیت و دامنه خود ادراک شده از طریق نام‌های کاربری، زبان و تصاویر پروفایل به‌دقت انتخاب شده در پروفایل‌های دانشجویان، بازسازی می‌شوند. فرهنگ و جنسیت ممکن است یافته‌های این پژوهش را تحت تأثیر قرار دهند. این مطالعه نشان می‌دهد کاربران مالزیایی زنی که خود آنلاینشان را با پنهان کردن هویت آنلاینشان به‌طور جزئی معرفی می‌کنند، آگاه‌تر و راحت‌تر هستند. مردان مالزیایی کم‌تر بازدارنده هستند. آن‌ها همان قدر از نام واقعی‌شان استفاده کردند که از نام کاربری‌شان و همان قدر از تصاویر خودشان استفاده کردند که از تصاویر پروفایلشان. ناامنی، خود ارتقائی و هم ادراکی^۵ هویت آنلاین دانشجویان را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

پژوهش ناتلیا^۱ (۲۰۱۲) نشان می‌دهد که هویت شخصی و روابط عاطفی، خودشان ویژگی‌های برجسته هویت برای نسل جوان روسیه هستند. دومین جزء مهم هویت، یک گروه اجتماعی خاص است (مانند خانواده، مذهب، حزب سیاسی). جامعه روسیه همان‌طور یک جهان است به‌وسیله روندهای جهانی تحت تأثیر قرار گرفته است. هویت اجتماعی ثابت در جهان پویا ضرورتاً غیرممکن است. بنابراین، آنچه ما یک «بحران هویت» می‌نامیم یک بحران نیست.

چارچوب نظری پژوهش

نظریه‌های هویت و فضای مجازی

رضایی قادی در کتاب خود «فضای مجازی، هویت، فرهنگ» نقل می‌کند: "نظریه‌های هویت و فضای مجازی به سه دسته تقسیم می‌شوند:

۱. نظریه‌های اجتماعی با رویکرد مثبت: شری ترکل، استون و هوارد رینگولد،
۲. نظریه‌های اجتماعی با رویکرد منفی: هیوبرت دریفوس، زیگمونت باومن و جان تاملینسون،
۳. نظریه‌های اجتماعی با رویکرد میانه: میلر و جان تامپسون."

در این پژوهش ما از نظریات اجتماعی با رویکرد مثبت و میانه‌رو به‌عنوان چارچوب نظری استفاده می‌کنیم که به شرح زیر است:

ترکل در کتاب «زندگی بر روی صفحه‌نمایش»، در پی پاسخگویی به این سؤال اساسی است که چگونه رایانه‌ها با تغییر ندادن شرایط زندگی ما، خودهای ما را تغییر می‌دهند؟ وی معتقد است که فضای مجازی در حال سوق دادن ما به فرهنگی پست‌مدرن بر مبنای تمایز و پراکندگی است، چراکه حضور در فضای مجازی به علت ویژگی خاص آن از جمله امکان گمنامی و حذف نشانه‌های فیزیکی به خود کاربر اجازه می‌دهد که به‌آسانی نقش‌های متعدد و متفاوتی را در زمان‌های مختلف و با تنظیمات مختلف مورد دلخواه و پسند خود، بازی کند. بعلاوه، فضای مجازی از نظر وی تا حدودی فضایی رهایی‌بخش است چراکه به خود کاربر اجازه می‌دهد در آن‌واحد خالق، بازیگر، کارگردان، تهیه‌کننده و در مجموع همه‌کاره نمایش مطلوب خود باشد. **ترکل و استون** اظهار می‌دارند که صفحه‌نمایش رایانه در حقیقت موقعیتی جدید برای تحقق خیال‌ها و تمایلات عقلانی، دخیل کردن فرایندهای تفسیر، تخیل و آرزوهای طرفین تعامل در گفتگو، فراهم می‌آورد» (ترکل ۱۹۹۷ به نقل از رضایی قادی ۱۳۹۱، ۱۲۲؛ قاسمی، عدلی‌پور، و میرمحمدتبار ۱۳۹۲، ۱۳۱).

از نظر **رینگولد** شرکت در اجتماعات مجازی از سویی از فشارهای ناشی از وفق خود با انتظارات گروهی و جمعی در دنیای واقعی کاسته و آزادی بیشتری را به فرد در جهت تحقق خود مطلوب و ایدئال وی و تعامل با سایرین مطلوب خود وی داده و از سوی دیگر نیز از فشارهای محیطی و جغرافیایی بر کاربر بسیار می‌کاهد. "شرکت در اجتماعات مجازی محلی، قومی، منطقه‌ای و غیره باعث تقویت جنبه‌های قومی هویت و شرکت در اجتماعات جهانی و بین‌المللی در فضای مجازی تا حدی می‌تواند باعث شکل‌گیری

نوعی هویت جهانی یا جهان‌وطنی در فرد کاربر شود" (رینگولد ۱۹۹۳ به نقل رضایی قادی ۱۳۹۱، ۱۲۲-۱۲۵؛ قاسمی، عدلی‌پور و میرمحمدتبار ۱۳۹۲، ۱۳۱-۱۳۲).

میلر (۱۹۹۵) در مقاله معروف خود تحت عنوان «ارائه و نمایاندن خود در زندگی الکترونیکی» و با نام فرعی «گافمن در اینترنت» در پی توزیع نحوه ارائه خودهای مجازی در فضای مجازی با استفاده از چارچوب نظریه نمایش گافمن و نظریات وی در باب نحوه ارائه خود در زندگی روزمره است. حال سؤال اصلی میلر در اینجاست که "چگونه حقیقتاً نمایش خود در فضای محدود فناورانه و دائماً رو به گسترش فضای مجازی رخ می‌دهد و ساختار تعاملات بدون چهره بر روی شبکه چگونه است؟! از نظر وی در مجموع می‌توان گفت که افراد در فضای مجازی فرصت ارائه خود مطلوب و ایدئال خویش را تا حدودی در اختیار دارند، خودهایی که می‌توانند پشت‌صحنه فرد در دنیای واقعی یا ترکیبی از پشت‌صحنه یا جلوی صحنه وی باشند. فضای مجازی در این معنا هم می‌تواند در حکم جلوی صحنه خود و دیگران، هم در حکم پشت‌صحنه آنان باشند. البته بدیهی است اجرای نقش‌های بعضاً متفاوت و رفت‌وآمد مداوم بین پشت‌صحنه و جلوی صحنه ممکن است کمی ناپایداری هویتی برای فرد کاربر ایجاد کند (میلر ۱۹۹۵ به نقل از رضایی قادی ۱۳۹۱، ۱۲۴؛ قاسمی، عدلی‌پور و میرمحمدتبار ۱۳۹۲، ۱۳۳-۱۳۴)

«**تامپسون** معتقد است پیشرفت رسانه‌ها و شکل‌گیری و توسعه رسانه‌های جدیدی مثل اینترنت، با گسترش منابع نمادین موجود برای فرایند خودسازی، سازمان بازتاب‌دهنده خود را عمیق‌تر و برجسته‌تر کرده، افق‌های زندگی افراد را مدام تغییر داده و آنان را به سوی کشف شکل‌های دیگر زندگی رهنمون می‌سازد. فراوانی و کثرت مطالب و مواد رسانه‌ای شده در این وضعیت، در مجموع می‌تواند امکان‌نگاهی دیگر را برای افراد فراهم کرده و آنان را قادر سازد که به‌طور انقلابی درباره همه‌چیز، خودشان، سایرین، شرایط زندگی‌شان، اندیشه‌هایشان، سبک‌های زندگی موجود و غیره ببانندیشند. در کل رسانه‌ها خصوصاً رسانه‌های جدید افراد را قادر می‌سازند که به‌راحتی و بدون تغییر محیط‌های زمانی و مکانی زندگی‌شان به قلمروهای جدید و کاملاً متفاوتی از تجربه حرکت کنند. این وضعیت به انضمام گشودگی‌ها و امکاناتی که برای فرد مدرن به همراه دارد می‌تواند برای فرد مدرن موقعیتی بسیار تشویق‌زا ایجاد کند، چراکه دقیقاً این تجارت در محیطی صورت می‌گیرد که ممکن است از حیث مکان یا زمان و از حیث شرایط اجتماعی و مادی زندگی کاملاً با محیط کنش روزمره فرد متفاوت و حتی در تضاد با آن باشد» (به نقل از رضایی قادی ۱۳۹۱، ۱۲۵-۱۲۹).

پارادایم دوج جهانی شدن‌ها

عاملی در مقاله خود «دوج جهانی شدن و آینده هویت‌های هم‌زمان» آورده است "این‌که فرد در جهان آینده، چه تلقی نسبت به خود و دیگری دارد، سؤالی است که مستلزم توجه به سه مؤلفه است:

۱. فضای حاکم بر انسان در جهان آینده،

۲. چرخش و استمرار روندها،

۳. لایه‌ای شدن و هم‌زمان شدن هویت‌ها."

نسبت به مؤلفه اول، مهم‌ترین تغییر، ظهور و استقرار جهان دوم و چرخه‌های شدن‌ها در این جهان است. جغرافیای فرهنگی و هویتی آینده بر محور جغرافیای سیاسی و زمینی جهان واقعی ترسیم نخواهد شد. فضای جدید، رابطه متفاوتی با فناوری را به وجود آورده است. اندرسون (۱۹۹۶) در کتاب «تکامل آن‌گونه که در گذشته بوده است، نیست» بحث می‌کند که انسان امروز، موجود دیگری شده است و نقطه مرکزی این تغییر، مربوط به تعامل بین انسان و فناوری است. از نظر اندرسون، معلوم نیست روند افزایش نیروی انسان، اشتراکی شدن فضاها و فرا هویتی شدن تا چه مقدار پیش خواهد رفت. هرچه هست، از نظر او این روند در حال شدن است و منشأ هویت‌های متفاوتی خواهد بود (به نقل از عاملی ۱۳۸۳).

در ارتباط با مؤلفه دوم استوارت هال (۱۹۹۱ الف) تأکید می‌کند تاکنون نسبت تاریخ چنین بود که هویت در حال و آینده به نوعی تکرار هویت در گذشته بود؛ بنابراین استمرار هویت‌ها امری قابل فهم بود، ولی امروز، نوعی تغییر جزء ذات حرکت ثابت تاریخ شده است. به همین دلیل، مفاهیم بزرگ شکل نمی‌گیرد و سیلان تغییرات نوعی خرده‌گرایی را به وجود آورده است. مؤلفه سوم بیانگر این امر است که تکثیر دوج جهانی شدن‌ها و فرایندهای بومی-جهانی در درجه اول به قول کریس بارکر «کلیت^۱» فرهنگی را تبدیل به یک تجزیه فرهنگی کرده است. این روند فرهنگی موجب ظهور ساختارهای جدیدی شده است که تولیدکننده روندهای هم‌زمان و درعین حال متضاد بسیاری در جهان معاصر شده است (به نقل از عاملی ۱۳۸۳).

با توجه به پارادایم دوج جهانی شدن‌ها، می‌توان گفت هویت‌های ثابت پیشینی که ساخته شده جهان اول (جهان واقعی)، بودند، در مواجهه تعاملی با جهان دوم (جهان مجازی)، پایه هویت‌های جدیدی را می‌گذارند که ظرفیت ایجاد تضادهای گسترده بین زندگی، فرهنگ و هویت در جهان واقعی و مجازی را خواهد داشت. دوران انتقال فرد از زندگی در جهان واقعی به زندگی در «فضای مجازی»، دوران چالش‌ها، ناهنجاری‌های گسترده و بحران هویت‌هاست. ولی به نظر می‌رسد با استقرار و هنجاری شدن جهان دوم در کنار جهان اول، در سه دهه آینده، شاهد شکل‌گیری جغرافیا و نهادهای شناخته شده جهان مجازی در کنار جهان واقعی باشیم که فرد در آن فضا احساس آشنایی، تسلط و هویت مشخص داشته باشد. به عبارتی می‌توان گفت، جهان آینده، جهان مسلط شدن انسان بر روندهای دوج جهانی شده است» (به نقل از عاملی ۱۳۸۳، ۱۰-۱۱)

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به موضوع و هدف پژوهش، از روش تحقیق کمی و به شیوه پیمایشی اجرا شد. پژوهش حاضر به لحاظ گردآوری اطلاعات، پیمایشی، به لحاظ معیار زمان، مقطعی و به لحاظ کاربرد، بنیادی است. در این طرح پژوهشی از پرسش‌نامه محقق ساخته برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده کردیم. با الگوگیری از مقیاس ICS^۲ دودسته سؤالات موازی برای سنجش هویت در فضای آنلاین و آفلاین (جهان واقعی و فضای

1. Whole
2. Internet Social Capital Scale

مجازی) که اکثر آن‌ها بر اساس طیف لیکرت است، در پرسشنامه طراحی شد (ویلیمز ۲۰۰۶، ۱۰؛ به نقل از حدادی ۱۳۹۰، ۷۹). مبنای اعتبار پرسش‌نامه در مرحله اول اعتبار صوری^۱ یعنی با تأیید داوران صاحب‌نظر و در مرتبه دوم اعتبار معیار^۲ (پژوهش‌های پیشین) است. پایایی^۳ پرسش‌نامه نیز با انجام پیش‌آزمون و سنجش آلفای کرونباخ و اصلاح و حذف برخی از گویه‌ها موردبررسی و تأیید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از نرم‌افزار SPSS (بسته آماری ویژه تحقیقات اجتماعی) استفاده شد. جهت آزمون فرضیات پژوهش از آزمون t همبسته، t مستقل، تحلیل واریانس یک‌راهه، آزمون تعقیبی شفه و آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. جامعه آماری پژوهش را کل جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال شهر یاسوج تشکیل دادند که بر مبنای سالنامه آماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۰، ۴۵۳۱۲ نفر بودند. جمعیت نمونه طبق فرمول کوکران ۳۸۰ نفر تعیین شد. برای انتخاب آن‌ها از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده گردید.

یافته‌ها و بحث

یافته‌های توصیفی بیانگر آن است که ۶۰،۳ درصد از جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال جمعیت نمونه مجرد و ۳۸،۷ درصد از آنان متأهل هستند. ۸۵ درصد این جمعیت ۳۸۰ نفری دارای تحصیلات دیپلم به بالا هستند که از این میان ۴۷،۴ درصد تحصیلات لیسانس، فوق لیسانس، دکترا و بالاتر دارند. به لحاظ وضعیت شغلی ۲۵،۸ درصد بیکار، ۳۴،۲ درصد محصل، دانشجوی یا سرباز هستند و تنها ۳۸ درصد آنان در چرخه کار و فعالیت اقتصادی حضور دارند. به عبارتی ۶۲ درصد از جمعیت نمونه بیرون از چرخه کار و فعالیت اقتصادی هستند که امروزه از معضلات اساسی کشور، استان کهگیلویه و بویراحمد و شهر یاسوج به شمار می‌رود.

جدول ۱. توصیف میانگین هویت افراد در دو جهان واقعی و مجازی و تفاوت هویتی آنان در ابعاد مختلف

ابعاد هویت								مذهبی	خانوادگی	سیاسی	شغلی	نسبیتی	مدرن	عاشقانه	ظاهری	قومی
میانگین هویت در جهان واقعی	۴،۷۱	۵،۱۵	۳،۷۲	۴،۵۵	۳،۸۲	۴،۱۹	۴،۶۷									
میانگین هویت در جهان مجازی	۴/۱۸	۳/۳۸	۳/۴۳	۳/۹۲	۳/۰۸	۳/۷۸	۳/۱۲	۳/۴۵	۳/۹۳							
خود اختلافی (تفاوت هویتی)	۰،۵۳	۱/۷۷	۰،۲۹	۰،۶۳	۰،۷۴	۰،۴۱	۱/۵۵	۰،۵۰	۱/۱۴							

1. Face Validity
2. Criterion Validity
3. Reliability

یافته‌های جدول یک حکایت از آن دارد که از حداکثر نمره هویتی یعنی شش، بیشترین نمره هویت در جهان واقعی به ترتیب مربوط به هویت خانوادگی، قومی و مذهبی است. کمترین نمره هویت در جهان مجازی به ترتیب مربوط به هویت مذهبی، قومی و شغلی است و کمترین نمره هویتی در فضای مجازی به ترتیب به هویت جنسیتی، عاشقانه و هویت سیاسی تعلق دارد.

در رابطه با خودِ اختلافی^۱ نتایج نشان می‌دهد که بیشترین نمره اختلافی مربوط به هویت خانوادگی و کمترین نمره متعلق به هویت سیاسی است. به نظر نگارنده همین افراد که وارد فضای مجازی می‌شوند، از خانواده و مسائل خانوادگی بریده و درگیر دوستان، همکاران، مسائل و سرگرمی‌های مختلف می‌شوند و به‌نوعی، از خانواده و هویت خانوادگی خود فاصله می‌گیرند. در نتیجه هرچه افراد بیشتر در فضای مجازی سیر کنند به همان میزان از هویت خانوادگی خود که مهم‌ترین بعد هویتی و نهاد اجتماعی و تربیتی در جامعه ما است فاصله می‌گیرند که منجر به ضعف هویت خانوادگی آنان در فضای مجازی شده است. پژوهش حسین پور و عرب مؤمنی (۱۳۹۶) تأییدی بر این ادعاست. در ارتباط با هویت سیاسی، شایان‌ذکر است که افراد، دوستان و کسانی که ما اطراف خود می‌بینیم تقریباً به همان میزان که در جهان واقعی به مسائل سیاسی می‌پردازند در جهان مجازی هم به همان میزان و حتی در مواردی بیشتر از جهان واقعی اخبار، مسائل، جریان‌ات، احزاب و گروه‌های سیاسی را دنبال می‌کنند و اختلاف هویتی اندک هویت سیاسی در دوجهان واقعی و مجازی هم گواه و هم ناشی از این امر است. در این زمینه پژوهش قیصری بهمند (۱۳۹۰) و رضایی قاضی و دیگران (۱۳۹۶)، تصدیق‌کننده این یافته و تفسیر آن است.

در پاسخ به سؤال نحوه ارائه خود در فضای مجازی، نتایج نشان می‌دهد (۲۶،۸٪) از کلیه آزمودنی‌ها، بر اساس گویه‌های طرح‌شده، به نحو زیادی خود واقعی‌شان، (۲۵،۳٪) به‌طور متوسط خود واقعی‌شان، (۲۳،۴٪) کم خود واقعی‌شان و بیشتر خود غیرواقعی‌شان و (۲۳،۴٪) از کاربران به‌صورت خیلی کم خود واقعی‌شان و بیشتر خودی متفاوت از خود واقعی‌شان را در شبکه‌های مجازی ارائه می‌کنند. به‌طور کلی نزدیک به نیمی از پاسخگویان معتقدند خودی متفاوت از خود واقعی‌شان را در فضای مجازی معرفی می‌کنند. در ادامه نتایج آزمون فرضیات پژوهش را مرور می‌کنیم:

یافته‌های استنباطی: در مرحله اول، برای آزمون فرضیات یک الی نه پژوهش (تفاوت ابعاد مختلف هویت در دوجهان واقعی و مجازی) از آزمون t همبسته استفاده کردیم؛ در مرحله دوم برای اینکه مشخص کنیم آیا تفاوت هویتی افراد در ابعاد مختلف هویت، در دوجهان واقعی و مجازی بر اساس متغیرهایی چون سن، تحصیلات، درآمد، میزان استفاده هفتگی از اینترنت، و غیره معنی‌دار است یا نه از آزمون تجزیه و تحلیل واریانس یک‌راهه و t مستقل (برای تفاوت هویتی بر اساس جنس) استفاده کردیم؛ و در نهایت در ابعادی از هویت که تفاوت هویتی بر اساس متغیرهای مذکور معنی‌دار شد از آزمون تعقیبی شفه برای مشخص کردن

۱. تفاضل نمره هویتی افراد در فضای مجازی از نمره هویتی آن‌ها در دنیای واقعی در هریک از ابعاد هویت بیانگر خود اختلافی یا تفاوت هویتی، در هر بعد از هویت است.

مقایسه میانگین گروه‌ها در هر یک از فرضیات دهم تا ۱۵ پژوهش استفاده کردیم که در ادامه یافته‌ها را مرور می‌کنیم.

فرضیه اول تا نهم پژوهش

بین هویت مذهبی، خانوادگی، سیاسی، شغلی، جنسیتی، عاشقانه، مدرن، ظاهری و قومی افراد در زندگی واقعی و فضای مجازی تفاوت معنی‌داری وجود دارد:

جدول ۲. شاخص‌های آمار استنباطی برای محاسبه‌ی آزمون t همبسته ابعاد مختلف هویت

ابعاد هویت	تفاوت میانگین‌ها	خطای استاندارد تفاوت‌ها	df	t	سطح معنی‌داری	نتیجه
مذهبی	۰,۵۳	۰,۰۴	۳۷۹	۱۳,۸۱	$p < 0/01$	رد فرض صفر
خانوادگی	۱,۰۷۶	۰,۰۵	۳۷۹	۳۵,۴۴	$p < 0/01$	رد فرض صفر
سیاسی	۰,۲۹	۰,۰۵	۳۷۹	۶,۰۸	$p < 0/01$	رد فرض صفر
شغلی	۰,۶۳	۰,۰۸	۳۷۹	۸,۰۲۷	$p < 0/01$	رد فرض صفر
جنسیتی	۰,۷۴	۰,۰۶	۳۷۹	۱۳,۱۴	$p < 0/01$	رد فرض صفر
مدرن	۰,۴۱	۰,۰۴	۳۷۹	۹,۱۶	$p < 0/01$	رد فرض صفر
عاشقانه	۱,۵۵	۰,۰۷	۳۷۹	۲۲,۷۹	$p < 0/01$	رد فرض صفر
ظاهری	۰,۵	۰,۰۵	۳۷۹	۹,۰۲۶	$p < 0/01$	رد فرض صفر
قومی	۱,۱۴	۰,۰۶	۳۷۹	۱۹,۰۵۹	$p < 0/01$	رد فرض صفر

با توجه به نتایج آزمون t همبسته این فرضیات، چون قدر مطلق (t) محاسبه‌شده از ارزش بحرانی t (با درجه‌ی آزادی ۳۷۹ و سطح معنی‌داری ۰/۰۱) در همه فرضیات بزرگ‌تر است، پس فرض صفر رد می‌شود. با توجه به رد فرض صفر با ۹۹٪ اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که بین میانگین هویت مذهبی، خانوادگی، سیاسی، شغلی، جنسیتی، مدرن، عاشقانه، ظاهری و قومی در جهان واقعی با همین ابعاد هویتی در فضای مجازی، در جامعه موردپژوهش تفاوت معنی‌داری وجود دارد. این تفاوت چنانکه ذکر شد بیانگر قوی بودن همه ابعاد هویتی افراد در جهان واقعی نسبت به فضای مجازی است. بیشترین و کمترین اختلاف هویتی به ترتیب مربوط به هویت خانوادگی و سیاسی است.

فرضیه دهم تا پانزدهم پژوهش

تفاوت هویت واقعی و مجازی (خود اختلافی) افراد در ابعاد مختلف هویت بر اساس متغیر سن، تعداد سال‌های حضور در فضای مجازی، تحصیلات، سطح درآمد، میزان استفاده هفتگی از فضای مجازی و جنسیت معنی‌دار است:

جدول ۳. شاخص‌های آمار استنباطی برای محاسبه One way - تجزیه و تحلیل واریانس یک‌راهه - تفاوت هویتی بر اساس سن، تحصیلات، سطح درآمد، میزان استفاده هفتگی از فضای مجازی و جنسیت (در ابعاد هویتی که اختلاف معنی‌دار بوده است).

نتیجه آزمون آماري	سطح معنی‌داری	F	میانگین مجذورات	df	مجموع مجذورات	ابعاد هویت		متغیر مستقل
						بین گروهی	درون گروهی	
رد فرض صفر	۰,۰۰	۴,۳۷	۷,۲۸	۵	۳۶,۴۲	بین گروهی	عاشقانه	سن
			۱,۶۷	۳۷۱	۶۱۸,۰۰	درون گروهی		
				۳۷۶	۶۵۴,۴۲	کل		
رد فرض صفر	۰,۰۰	۳,۴۳	۳,۷۶	۵	۱۸,۰۸	بین گروهی	ظاهری	
			۱,۰۱	۳۷۱	۴۰۶,۴۱	درون گروهی		
				۳۷۶	۴۲۵,۲۱	کل		
رد فرض صفر	۰,۰۲	۲,۴۸	۱,۳۴	۷	۹,۰۴	بین گروهی	مذهبی	
			۰,۵۴	۳۷۱	۲۰۰,۰۷	درون گروهی		
				۳۷۸	۲۱۰,۰۱	کل		
رد فرض صفر	۰,۰۱	۲,۵۵	۲,۹۹	۷	۲۰,۰۹	بین گروهی	جنسیتی	
			۱,۱۷	۳۷۱	۴۳۴,۰۲	درون گروهی		
				۳۷۸	۴۵۵,۰۱	کل		
رد فرض صفر	۰,۰۳	۲,۳۱	۲,۵۴	۷	۱۷,۰۸	بین گروهی	ظاهری	
			۱,۰۱	۳۷۱	۴۰۷,۰۷	درون گروهی		
				۳۷۸	۴۲۵,۰۵	کل		
رد فرض صفر	۰,۰۵	۲,۰۷	۲,۶۱	۷	۱۸,۰۲	بین گروهی	قومی	
			۱,۲۶	۳۷۱	۴۶۷,۰۶	درون گروهی		
				۳۷۸	۴۸۵,۰۸	کل		
رد فرض صفر	۰,۰۴	۲,۱۲	۱,۵۴	۷	۱۰,۰۸	بین گروهی	مدرن	
			.۷۲	۳۴۴	۲۴۹,۰۲	درون گروهی		
				۳۵۱	۲۶۰	کل		
رد فرض صفر	۰,۰۴	۲,۱۸	۳,۰۶	۷	۲۵,۰۲	بین گروهی	عاشقانه	
			۱,۶۵	۳۶۶	۶۰۳,۰۹	درون گروهی		
				۳۷۳	۶۲۹,۰۱	کل		
رد فرض صفر	۰,۰۳	۲,۰۲	۲,۴۳	۷	۱۷	بین گروهی	ظاهری	
			۱,۰۱	۳۶۶	۴۰۳,۰۸	درون گروهی		
				۳۷۳	۴۲۰,۰۸	کل		

نتیجه آزمون آماري	سطح معنی داری	F	میانگین مجدورات	df	مجموع مجدورات	ابعاد هویت	متغیر مستقل
		t	خطای استاندارد		تفاوت میانگین		
رد فرض صفر	۰,۰۱	-۲,۵۵	۰,۱۰	۳۷۸	-۰,۲۵		جنسیت
رد فرض صفر	۰,۰۳	-۲,۱۹	۰,۱۱	۳۷۸	-۰,۲۵	سیاسی	
رد فرض صفر	.۰	-۴,۷۵	۰,۱۳	۳۷۸	-۰,۶۳	جنسیتی	
رد فرض صفر	.۰	-۴,۹۵	۰,۱۱	۳۷۸	-۰,۵۳	عاشقانه	
رد فرض صفر	.۰					ظاهری	

با توجه به نتایج آزمون One way محاسبه شده تفاوت هویتی بر مبنی متغیرهای سن، تحصیلات، سطح درآمد، میزان استفاده هفتگی از فضای مجازی و جنسیت در برخی از ابعاد هویت معنی دار و در سایر ابعاد هویتی معنی دار نیست. برای رعایت اختصار نتایج آزمون، صرفاً در متغیرها و ابعادی که اختلاف معنی دار است را در جدول آورده ایم که در ادامه نتایج را مرور می کنیم:

فرضیه ۱۰: خود اختلافی (تفاوت هویتی) بر اساس سن؛ فقط در مؤلفه های عاشقانه و ظاهری معنی دار است، اما در ابعاد مذهبی، خانوادگی، سیاسی، شغلی، جنسیتی، مدرن و قومی معنی دار نیست.

فرضیه ۱۱: خود اختلافی بر اساس تعداد سال های حضور در فضای مجازی؛ در همه ابعاد هویتی معنی دار نیست.

فرضیه ۱۲: خود اختلافی بر اساس تحصیلات؛ در چهار بعد مذهبی، جنسیتی، ظاهری و قومی معنی دار و در سایر ابعاد هویتی معنی دار نشده است.

فرضیه ۱۳: خود اختلافی بر اساس سطح درآمد؛ صرفاً در بعد هویتی مدرن معنی دار و در سایر ابعاد هویتی معنی دار نیست.

فرضیه ۱۴: خود اختلافی بر اساس میزان استفاده هفتگی از فضای مجازی؛ در دو بعد عاشقانه و ظاهری معنی دار و در سایر ابعاد هویتی معنی دار نیست.

فرضیه ۱۵: خود اختلافی بر اساس جنسیت؛ در چهار بعد سیاسی، جنسیتی، عاشقانه و ظاهری معنی دار شده و در سایر ابعاد هویتی معنی دار نیست.

برای تعیین چگونگی تفاوت هویتی در ابعادی که تفاوت معنی دار شده، از آزمون تعقیبی شفه استفاده کردیم که جداول آن را در ادامه آمده است.

جدول ۴. شاخص‌های آمار توصیفی تفاوت انواع هویت در دنیای واقعی از دنیای مجازی بر حسب متغیر سن، سال‌های حضور در فضای مجازی، تحصیلات، میزان استفاده هفتگی از اینترنت

گروه‌ها	هویت مذهبی	هویت خانوادگی	هویت سیاسی	هویت شغلی	هویت جنسیتی	هویت مدرن	هویت عاشقانه	هویت ظاهری	هویت قومی
میانگین خود-اختلافی بر اساس سن	۰.۴۶	۱.۶۹	۰.۲۲	۰.۶۱	۰.۶۲	۰.۴۱	۱.۲۶	۰.۱۹	۰.۹۱
	۰.۵۶	۱.۶۹	۰.۲۷	۰.۶۸	۰.۷۳	۰.۳۵	۱.۲۷	۰.۵۱	۱.۰۷
	۰.۶۷	۱.۸۱	۰.۱۰	۰.۷۲	۰.۶۳	۰.۲۵	۱.۴۹	۰.۴۹	۱.۱۵
	۰.۴۵	۲.۰۶	۰.۴۴	۰.۵۹	۰.۷۴	۰.۴۴	۱.۶۶	۰.۵۴	۱.۳۷
	۰.۵۲	۱.۷۰	۰.۴۱	۰.۲۰	۰.۸۹	۰.۵۰	۱.۹۹	۰.۹۱	۱.۳۱
۰.۵۲	۱.۷۰	۰.۳۸	۰.۹۰	۰.۹۶	۰.۵۵	۲.۰۶	۰.۷۱	۱.۲۶	
م خ ا بر اساس سال‌های حضور	۰.۷۲	۱.۸۶	۰.۵۳	۰.۳۹	۰.۶۶	۰.۶۱	۱.۶۴	۰.۶۶	۱.۴۲
	۰.۵۶	۱.۷۱	۰.۱۸	۰.۶۴	۰.۸۳	۰.۴۱	۱.۵۸	۰.۵۶	۱.۰۸
	۰.۴۲	۱.۷۷	۰.۳۱	۰.۷۲	۰.۷۸	۰.۳۲	۱.۵۹	۰.۴۳	۱.۱۱
	۰.۴۸	۱.۷۵	۰.۲۱	۰.۶۸	۰.۶۶	۰.۳۷	۱.۳۹	۰.۴۱	۱.۰۳
میانگین خود-اختلافی بر اساس تحصیلات	۰.۷۸	۱.۹۵	۰.۴۸	۰.۱۳	۱.۳۱	-	۱.۷۹	۰.۴۰	۱.۷۰
	۰.۴۹	۱.۲۴	۰.۳۷	۰.۸۶	۰.۶۴	۰.۰۸	۰.۹۸	۰.۲۶	۰.۹۵
	۰.۵۹	۱.۶۳	۰.۱۸	۰.۶۹	۰.۶۸	۰.۵۳	۱.۰۷	۰.۲۳	۰.۶۴
	۰.۴۸	۱.۷۲	۰.۲۶	۰.۳۹	۰.۶۷	۰.۲۸	۱.۴۲	۰.۳۴	۱.۲۴
	۰.۷۵	۱.۹	۰.۳۲	۰.۸۰	۰.۶۲	۰.۴۴	۱.۷۹	۰.۷۴	۱.۲۸
	۰.۵۷	۱.۸۷	۰.۳۵	۰.۷۸	۰.۸۷	۰.۴۷	۱.۶۷	۰.۶۵	۱.۲۵
	۰.۳۶	۱.۶	۰.۳۲	۰.۴۹	۰.۸۴	۰.۴۸	۱.۸۹	۰.۶۷	۰.۹۳
	۰.۵۵	۲.۱۱	۰.۷۰	۱	۰.۸۸	۰.۴۲	۱.۳۷	۱.۰۴	۱.۰۱
	۰.۵۳	۱.۶۹	۰.۱۶	۰.۶۷	۰.۷۰	۰.۲۲	۱.۳۸	۰.۴۵	۱.۱۱
	۰.۶۰	۱.۷۵	۰.۳۰	۰.۹۰	۰.۶۸	۰.۲۹	۱.۴۸	۰.۴۵	۱.۰۵
میانگین خود-اختلافی بر اساس سطح درآمد خانواده	۰.۶۲	۱.۷۸	۰.۳۵	۰.۵۰	۰.۷۳	۰.۵۲	۱.۶۵	۰.۴۸	۱.۱۸
	۰.۴۶	۱.۸۴	۰.۴۲	۰.۲۱	۰.۶۳	۰.۵۱	۱.۴۱	۰.۵۵	۱.۳۶
	۰.۱۸	۱.۸۶	۱.۱۸	۰.۴۷	۰.۷۷	۰.۵۹	۱.۹۴	۰.۷۵	۱.۲۸
	۰.۵۴	۱.۶۴	۰.۵۷	۰.۴۶	۱.۰۲	۰.۷۱	۱.۴۷	۰.۴۵	۰.۸۷
	۰.۵۳	۱.۰۰	۰.۱۳	۱.۰۰	۰.۱۳	۰.۲۵	۲.۲۷	۰.۷۲	۰.۲۸
	۰.۲۴	۲.۱۴	۰.۰۹	۰.۳۱	۱.۱۵	۰.۴۳	۱.۹۲	۰.۸۶	۱.۳۱

هویت قومی	هویت ظاهری	هویت عاشقانه	هویت مدرن	هویت جنسیتی	هویت شغلی	هویت سیاسی	هویت خانوادگی	هویت مذهبی	گروه‌ها	میانگین خود اختلافی بر اساس میزان استفاده هفتگی اینترنت
۱,۲۲	۰,۶۸	۱,۸۹	۰,۴۹	۰,۸۸	۰,۶۰	۰,۴۸	۱,۸۵	۰,۶۴	بین ۱ تا ۳ ساعت	
۱,۳۰	۰,۵۰	۱,۳۴	۰,۴۱	۰,۶۴	۰,۵۸	۰,۲۹	۱,۷۸	۰,۴۷	بین ۴ تا ۶ ساعت	
۱,۰۳	۰,۴۱	۱,۴۹	۰,۴۳	۰,۶۴	۰,۶۸	۰,۱۷	۱,۶۰	۰,۵۱	بین ۷ تا ۹ ساعت	
۱,۰۵	۰,۶۸	۱,۵۵	۰,۳۷	۰,۶۲	۰,۵۷	۰,۳۲	۱,۸۴	۰,۴۱	بین ۱۰ تا ۱۲ ساعت	
۰,۹۸	۰,۳۵	۱,۳۳	۰,۴۲	۱,۰۰	۰,۳۹	۰,۰۲	۱,۸۰	۰,۳۵	بین ۱۳ تا ۱۵ ساعت	
۱,۰۰	۰,۵۳	۱,۲۵	۰,۰۹	۰,۶۸	۰,۴۳	۰,۴۷	۱,۶۸	۰,۴۴	بین ۱۶ تا ۱۸ ساعت	
۰,۷۲	۰,۱۴	۱,۲۵	۰,۲۴	۰,۸۴	۰,۸۹	۰,۲۲	۱,۷۹	۰,۵۸	بین ۱۹ تا ۲۱ ساعت	
۰,۹۵	۰,۱۹	۱,۲۵	۰,۳۷	۰,۷۱	۰,۹۰	۰,۰۶	۱,۶۳	۰,۴۲	۲۲ ساعت و بیشتر	

جدول ۵. بررسی مقایسه میانگین متغیرهای تفاوت هویتی (خود اختلافی) در ابعاد معنی‌دار شده بر حسب سن،

تحصیلات و میزان استفاده هفتگی، به صورت جفتی از طریق آزمون تعقیبی شفه

متغیر وابسته بر مبنای متغیر مستقل	سطح اول	سطح دوم	تفاوت میانگین‌ها	خطای استاندارد	سطح معنی‌داری
خود اختلافی عاشقانه بر اساس سن	۱۸-۲۰	۳۰-۳۲	-۰,۷۳	۰,۲۳	۰,۰۲
		۳۳-۳۵	-۰,۸	۰,۲۳	۰,۰۱
	۲۱-۲۳	۳۰-۳۲	۰,۷۲	۰,۲۴	۰,۰۴
		۳۳-۳۵	۰,۷۹	۰,۲۴	۰,۰۱
خود اختلافی ظاهری بر اساس سن	۱۸-۲۰	۳۰-۳۲	۰,۷۲	۰,۱۹	۰,۰۰
		۳۳-۳۵	-۰,۵۲	۰,۱۸	۰,۰۶
خود اختلافی مذهبی بر اساس تحصیلات	دکتری و بالاتر	دبیرستان	-۱,۱۴	۰,۳۵	۰,۰۲
		دیپلم	-۱,۰۳	۰,۳۴	۰,۰۵
		فوق‌دیپلم	-۱,۳	۰,۳۵	۰,۰۱
		لیسانس	-۱,۱۲	۰,۳۳	۰,۰۲
خود اختلافی جنسیتی بر اساس تحصیلات	ابتدایی	دبیرستان	-۲,۰۰	۰,۵۶	۰,۰۱
		دیپلم	-۱,۹۹	۰,۵۵	۰,۰۱
		فوق‌دیپلم	-۱,۹۴	۰,۵۷	۰,۰۲

متغیر وابسته بر مبنی متغیر مستقل	سطح اول	سطح دوم	تفاوت میانگین‌ها	خطای استاندارد	سطح معنی‌داری
		لیسانس	-۲,۱۸	۰,۵۵	۰,۰۰
		فوق‌لیسانس	-۲,۱۵	۰,۵۷	۰,۰۰
خود اختلافی قومی بر اساس تحصیلات	دیبرستان	دیپلم	-۰,۶۱	۰,۲۰	۰
		لیسانس	-۰,۶۱۷	۰,۱۹	۰,۰۳
خود اختلافی عاشقانه بر اساس میزان استفاده هفتگی از فضای مجازی	بین ۱ تا ۳ ساعت	بین ۴ تا ۶ ساعت	۰,۵۵	۰,۱۸	۰,۰۵
خود اختلافی ظاهری بر اساس میزان استفاده هفتگی از فضای مجازی	بین ۱ تا ۳ ساعت	بین ۱۹ تا ۲۱ ساعت	۰,۸۲۶	۰,۲۶	۰,۰۴

نتایج آزمون تعقیبی شفه نشان داد که خود اختلافی در ابعاد هویتی معنی‌دار شده بر حسب متغیرهای مختلف سن، تحصیلات و ...، فقط در مقایسه‌های جفتی برخی از گروه‌ها معنی‌دار و در مقایسه سایر گروه‌ها معنی‌دار نیست. برای رعایت اختصار، گروه‌هایی که اختلاف آن‌ها معنی‌دار بوده در جدول بالا آمده است و از آوردن مقایسه سایر گروه‌ها خودداری کردیم. به‌عنوان مثال در متغیر خود اختلافی مذهبی بر اساس تحصیلات، گروهی که تحصیلات دکتری و بالاتر دارند، خود اختلافی مذهبی‌شان با گروه‌هایی که تحصیلات دیبرستان، دیپلم، فوق‌دیپلم و لیسانس دارند، معنی‌دار و با گروه‌هایی که ابتدایی، راهنمایی و فوق‌لیسانس دارند، معنی‌دار نیست که سه گروه آخر در جدول نیامده‌اند.

بحث و تفسیر یافته‌ها

تفاوت هویتی عاشقانه و ظاهری بر حسب سن: به‌طور کلی یافته‌ها گویای آن است که با افزایش سن، افراد علائق، احساسات و عواطف عاشقانه خود را بیشتر در جهان واقعی دنبال می‌کنند تا در فضای مجازی و به‌ظاهر، زیبایی و مدیریت بدن خود در جهان واقعی بیشتر از جهان مجازی اهمیت می‌دهند. افراد جوان اگرچه در دنیای واقعی بیشتر از جهان مجازی مسائل عاشقانه، زیبایی و تناسب‌اندام را دنبال می‌کنند، اما تفاوت هویتی آن‌ها (میزان تفاوت آن‌ها در پرداختن به این مسائل در دوجهان واقعی و مجازی) در این دوجهان کمتر از مسن‌ترهاست.

تفاوت هویتی مذهبی، جنسیتی و قومی بر اساس تحصیلات: افرادی که از تحصیلات دکتری و بالاتر برخوردارند هویت مذهبی آنان در فضای مجازی قوی‌تر است و مسائل مذهبی را بیشتر از دنیای واقعی، در دنیای مجازی دنبال می‌کنند؛ درست بالعکس جوانانی که تحصیلات پایین‌تری دارند. به اعتقاد نگارنده از آنجاکه مراسم و جلسات مذهبی دارای بار محتوایی قوی و پرباری نیست، جوانانی که تحصیلات بیشتری دارند کمتر در امور مذهبی شرکت می‌کنند و بیشتر در فضای مجازی مسائل مذهبی را دنبال

می‌کنند و هویت مذهبی آنان در فضای مجازی قوی‌تر است. جوانانی با تحصیلات ابتدایی، برعکس جوانانی که تحصیلات بالاتری دارند، در فضای مجازی بیشتر از کلیشه‌های جنسیتی مدرن، برابری حقوق و وظایف زن و مرد، حمایت می‌کنند تا در جهان واقعی؛ اما با افزایش تحصیلات، افراد در زندگی واقعی‌شان بیشتر از جهان مجازی از کلیشه‌های جنسیتی مدرن و برابری حقوق زن و مرد حمایت می‌کنند. تمام گروه‌های تحصیلی در دنیای واقعی بیشتر از فضای مجازی به فرهنگ و هویت قومی خود می‌پردازند.

تفاوت هویتی مدرن بر اساس سطح درآمد: با افزایش درآمد خانواده‌ها، تفاوت هویتی مدرن آن‌ها بیشتر شده است یعنی جوانانی که درآمد خانوادگی بیشتری دارند هویت مدرن آن‌ها در جهان واقعی از هویت مدرن آنان در فضای مجازی بیشتر است. البته این تفاوت معنی‌دار نیست.

تفاوت هویتی عاشقانه و ظاهری برحسب میزان استفاده هفتگی از اینترنت: هرچه میزان استفاده هفتگی افراد از اینترنت افزایش می‌یابد، آنان بیشتر در فضای مجازی درگیر علائق، عواطف و احساسات عاشقانه، مسائل مربوط به زیبایی ظاهری و تناسب‌اندام، می‌شوند و تفاوت هویتی عاشقانه و ظاهری آن‌ها در دوجهان اندک است و بالعکس، جوانانی که ساعات کمتری از فضای مجازی استفاده می‌کنند در دنیای مجازی بسیار کمتر به علائق، عواطف، احساسات عاشقانه و همین‌طور زیبایی ظاهری، تناسب‌اندام و بدن خود اهمیت می‌دهند. دلیل چنین امری این است که افرادی که ساعات کمتری از فضای مجازی استفاده می‌کنند، استفاده مفید، بهینه و هدفمندی از امکانات آن دارند و درگیر مسائلی نمی‌شوند که جایگاه اصلی آن فضای مجازی نیست و وقت خود را با مسائلی که برایشان سودمند نیست و صرفاً سرگرمی و اتلاف وقت است، نمی‌گذرانند.

تفاوت هویتی جنسیتی، عاشقانه و ظاهری برحسب جنسیت: نتایج نشان می‌دهد، هویت جنسیتی هر دو گروه زنان و مردان در جهان واقعی نسبت به جهان مجازی قوی‌تر است. به عبارتی آنان در جهان واقعی بیشتر از جهان مجازی از کلیشه‌های جنسیتی مدرن و برابری حقوق زن و مرد حمایت می‌کنند، اگرچه، زنان از هویت جنسیتی مدرن‌تری برخوردارند. یافته‌های توصیفی تفاوت هویت عاشقانه زنان و مردان بیانگر این نکته است که تفاوت هویتی عاشقانه زنان از تفاوت هویتی عاشقانه مردان بیشتر است. زنان بیشتر از مردان، در مقایسه با جهان مجازی، تمایلات عاشقانه خود را در جهان واقعی جستجو می‌کنند. همین‌طور زنان به‌ظاهر خود در زندگی واقعی بیشتر اهمیت می‌دهند تا فضای مجازی، اگرچه مردان هم چنین هستند، اما تفاوت هویتی ظاهری آنان در دوجهان اندک است. به نظر می‌رسد زنان به خاطر حفظ شخصیت و ترس از نقص حریم خصوصی، پیامدهای منفی بیشتر عشق‌بازی‌های مجازی و فشار بیشتر هنجارهای اجتماعی بر آنان، در جهان دوم کمتر از مردان درگیر تمایلات عاشقانه می‌شوند و همین باعث معنی‌داری اختلاف هویتی در این بعد از هویت بر مبنای جنسیت شده است. در مورد تفاوت هویتی عاشقانه و ظاهری، یافته‌های پژوهش، با پژوهش شفی در میان دانشجویان مالزی همخوانی دارد.

پرداختن به مسئله هویت از پیچیدگی خاصی برخوردار است و این به خاطر ابعاد و مؤلفه‌های وسیع آن است. با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان گفت مهم‌ترین ابعاد هویتی جوانان در فضای واقعی هویت خانوادگی، مذهبی و قومی آنان است و دو بعد مذهبی و قومی نیز در فضای مجازی نیز مهم‌ترین ابعاد هویتی جوانان هستند. آزمون فرضیه‌ها نشان داد که میان همه ابعاد هویتی در جهان واقعی و مجازی تفاوت معنی‌داری وجود دارد؛ یعنی اختلاف میانگین نمره هویتی افراد در دوجهان معنی‌دار است و بخشی از این اختلاف ناشی از این است که افراد ساعات کمتری در فضای مجازی حضور دارند و به همین سبب در همه ابعاد هویتی نمره پایین‌تری گرفته‌اند. به‌علاوه نزدیک به نیمی از پاسخگویان معتقدند که خودی متفاوت از خود واقعی‌شان را در فضای مجازی ارائه می‌دهند که خود تأییدی بر صحت نتیجه فرضیات پژوهش است. همچنین تحلیل فرضیات نشان داد که خود اختلافی جوانان در دوجهان واقعی و مجازی بر اساس متغیرهایی چون سن، جنس، تحصیلات، سطح درآمد خانواده و ساعات استفاده از فضای مجازی، متفاوت است اما خود اختلافی کاربران بر اساس مدت‌زمان عضویت در فضای مجازی معنی‌دار نبود. البته شناخت تفاوت هویتی در دوجهان مستلزم مطالعات عمیق‌تر به‌منظور شناخت و مقایسه مؤلفه‌های مختلف هر یک از ابعاد هویت است تا روشن شود که فضای مجازی کدام بخش از هویت و ابعاد هویتی را تقویت و یا دچار تغییر می‌کند؛ چنان‌که پژوهش شامانی و دیگران (۱۳۹۵) مبین تأثیر دوگانه‌ی تعامل در فضای مجازی بر هویت دینی است؛ از یک‌سو، از شدت ابعاد تجربی و پیامدی کاسته می‌شود و از سوی دیگر هویت دینی جوانان در بعد شناختی افزوده می‌شود. با توجه به تأثیر فضای مجازی بر ابعاد مختلف هویت که پژوهش‌های مختلف پیشین حکایت از آن دارد، لازم است متناسب با پیشرفت فناوری و شبکه‌های اجتماعی مجازی، مطالعات، برنامه‌ریزی‌ها و آموزش‌های مناسب صورت گیرد تا پیش از تأثیرگذاری یک‌سویه این شبکه‌ها، نقش مدیریتی، نظارتی و جامعه‌پذیری جامعه و نهادهای ذی‌ربط به‌درستی انجام پذیرد و نوجوانان و جوانان جامعه ما ضمن استفاده بهینه و مفید از فضای مجازی دچار بحران هویت نشوند.

فهرست منابع

- اخگری، محمد. ۱۳۸۱. هویت انسانی در رسانه‌های مجازی. *مجله فلسفه و کلام: اطلاعات، حکمت و معرفت* ۴۰: ۲۸-۳۱.
- اخوان، منیژه. ۱۳۸۶. *دو فضایی شدن جهان، تفاوت‌های جنسیتی در بازنمایی هویت در فضای واقعی و فضای وبلاگ*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران: دانشکده علوم اجتماعی
- احیایی، پویان. ۱۳۹۴. *فضای مجازی و تحولات هویتی در ایران*. تهران: پارسینه.
- افشار، سیمین، سید احمد میرمحمدتبار، نرگس پیرحیاتی، و سمیه اقبالی. ۱۳۹۵. شبکه اجتماعی فیس‌بوک و هویت شخصی مدرن دختران و زنان شهر تهران. پژوهش ارتباطی ۸۷: ۱۳۷-۱۵۷.
- ایمانی، هادی. ۱۳۹۰. هویت مجازی در فضای سایبر. *مجله پیام انقلاب* ۴: ۶۲.
- باقری دولت‌آبادی، علی، فرج‌الله زارعیان جهرمی. ۱۳۸۲. تأثیر فضای مجازی بر هویت و همبستگی ملی. *فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج* ۶۰: ۱۶.
- حدادی، فریده. ۱۳۹۰. *بررسی رابطه سرمایه اجتماعی در جهان مجازی و واقعی با تأکید بر جوانان ۱۵-۲۴ ساله شهر اصفهان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد: دانشگاه شاهد.
- حسین پور، جعفر، و علی عرب‌مومنی. ۱۳۹۶. تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت نهاد خانواده. *مجله برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی* ۳۲: ۳۳-۶۰.
- خسروی، آرش. ۱۳۸۳. *مفهوم‌شناسی هویت در فضای سایبر*. فصلنامه ره‌آورد نور ۳۲ (پیاپی ۴۹): ۲.
- خطیبی جعفری، فخره. ۱۳۸۴. *بررسی رابطه حضور در فضای مجازی و شکل‌گیری هویت مدرن در بین کاربران ایرانی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد: دانشگاه علامه طباطبایی.
- دینلو، دانیل. ۱۳۹۲. اینترنت و واقعیت مجازی. ترجمه مرضیه خادمی. *مجله سیاحت غرب* ۱۱۶: ۱۱۵-۱۲۲.
- ذکائی، محمدسعید و فخره خطیبی. ۱۳۸۵. *رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی*. فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی ۳۳: ۱۱۱-۱۵۴.
- رضایی قادی، خدیجه. ۱۳۹۱. *فضای مجازی، هویت، فرهنگ*. تهران: نوسازی
- رهبری قاضی، محمودرضا، مرضیه فدایی ده‌چشمه، و اعظم شهریاری. ۱۳۹۶. بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مصرف‌گرایی سیاسی. *مجله مطالعات رسانه‌های نوین* ۱۱: ۳۵-۵۹.
- زنگویی، فرنوش. ۱۳۹۱. *بازنمایی هویت مجازی دانشجویان شهر تهران در شبکه‌های اجتماعی مجازی*، مطالعه موردی کاربران فیس‌بوک. پایان‌نامه کارشناسی ارشد: دانشگاه علامه طباطبایی.
- شامانی، اسمعیل، مهدی واحدی، و داریوش نوروزی. ۱۳۹۵. رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت جوانان شهر تهران. *مجله فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی* ۲۸: ۱۶۳-۱۸۲.
- شرفی، محمدرضا. ۱۳۹۲. *جوان و بحران هویت*. تهران: سروش.
- شفیعی‌نیا، عباس. ۱۳۹۴. پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی هویت قومی و ملی کردها). *مجله پژوهش‌های سیاسی* ۱۳: ۶۲-۸۳.
- شهریاری، حمید، و آرش خسروی. ۱۳۹۰. بررسی هویت مجازی در فضای سایبر. *مجله عصر فناوری اطلاعات*. ۶۷: ۱۰۵-۱۱۰.
- عاملی، سعیدرضا. ۱۳۸۳. *دو جهانی شدن و آینده هویت‌های هم‌زمان*. *مضمم خردنامه همشهری* ۲۶: ۱۰-۱۱.
- عاملی، سعیدرضا. ۱۳۹۰. *مطالعات جهانی شدن دوفضایی شدن و دوجلهایی شدن*. تهران: سمت.

قاسمی، وحید، صمد عدلی پور، و بدری برندگی. ۱۳۹۵. تبیین رابطه استفاده از شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک با هویت جنسیتی دانشجویان دانشگاه اصفهان. *مجله رسانه و فرهنگ* ۱۲: ۷۷-۱۰۰.

قاسمی، وحید، صمد عدلی پور، و سید احمد میرمحمدتبار دیوکلایی. ۱۳۹۲. شبکه اجتماعی فیس‌بوک و تغییرات هویت اجتماعی جوانان شهر تبریز. *جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی* ۱: ۱۲۵-۱۵۰.

قیصری بهمند، سودابه. ۱۳۹۰. تحلیل هویت سیاسی در فضای مجازی مطالعه وبلاگ‌های سیاسی-اجتماعی فارسی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد با راهنمایی علی محمد حاضری. تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

قیصری، نوراله. ۱۳۸۶. گفتارهایی در نسبت روشنفکران ایرانی و هویت. تهران: تمدن ایرانی

گل‌محمدی، احمد. ۱۳۹۳. جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت. تهران: نشر نی

میرمحمدی، داوود، و باقر ساروخانی. ۱۳۹۱. فضای مجازی و تحولات هویت ملی در ایران، مطالعه موردی شهر تهران. *مجله مطالعات ملی* ۵۲.

هال، استوارت. ۱۳۸۳. هویت‌های قدیم و جدید، قومیت‌های قدیم و جدید. ترجمه شهریار وفقی‌پور. *فصلنامه ارغنون* ۲۴.

- Elda, Franzia., Yasraf amir piliang, and Acep iwan saidi. ۲۰۱۵. Manifestation of Minangkabau cultural identity through public engagement in virtual community. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 184: 56 – 62.
- Latisha, asmaak. Shafie, surina. Nayan, and Nazira Osman, ۲۰۱۲. Constructing identity through Facebook profiles: online identity and visual smression management of university students in Malaysia. *Procedia. Social and behavioral sciences* 65: 134-140.
- Miller, H. 1995. The presentation of self in the electronic life. *Nottingham: Trent University*.
- Natlia, veshnikova. ۲۰۱۳. Global processes as a factor of Russian citizens, *procedia. Social and behavioral sciences, world conference on psychology and sociology* 82: 178-180.
- Peter, Nagy. ۲۰۱۰. Second life, second choice? The effects of virtual identity on consumer behavior. A conceptual framework, Budapest hangry: *Samposioum for young researcher* 10: 167-180.
- Rheingold, H. 1993. The virtual community in trend david (ed). *Reading digital culture, oxford: Blackwell*.
- Sung, A, and Annie. Jin. 2012. The virtual mallable self and the virtual identity discrepancy model: investing framework for virtual possible selves and others in avatar- based construction and social interaction. *Computer in Human Behavioral* 28: 2160- 2168.
- Turkle, S. 1997. Life on the screen: identity in the age of the internet. *New York: Touchston*.

Comparative study of real and virtual identity of the individuals (Case Study: Young people in Yasuj city)

Sayed Ali Parhiz

MSc, Sociology, Shahhed University, Tehran¹

Abolfazl zolfaghari

Associate. Prof, faculty of human science, Shahhed University, Tehran

Abstract: In this research, the distinction between identity of young people in the real world and the virtual world is considered as one of the important issues of cyberspace. The definition and representation of individuals of their identity is somewhat different in the real and virtual world, due to the prevailing conditions in these two worlds. Using this space together with various advantages and disadvantages has faced us with a variety of issues, which one of those is identity, identity crisis and identity discrepancy. Theoretical framework of research had been presented based on the views of sociologists such as Giddens and Stewart Hall on identity; Graebner, Neumann (the influence of mass media); Scheler, stone, Ringgold, Miller and Thompson (Cyberspace and Identity); Anderson (the paradigm of double world and the emergence of simultaneous identities), and consequently, a research model was designed. The statistical population of the study were young people 18 to 35 years old in Yasouj, (45312 people). According to the Cochran formula, 380 people were selected by multistage cluster sampling method, and the data were collected using questionnaire. Finally, the overall research hypothesis was confirmed: there is a significant difference between the true identity of people in the real world and their identity in the virtual world, and the results showed the difference between different dimensions of identity in real space and virtual space, and identity differences (self-discrepancy) in some dimensions is significant based on the variables such as age, gender, education, income level and the amount of use of cyberspace.

Keywords: Cyberspace, Identity, Identity Differences, Virtual Identity.