

تأثیر فضاهای مجازی بر ابعاد هویتی دانشجویان^۱

تاریخ پذیرش: ۹۲/۰۲/۲۸
حسن غنیمتی^۲

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۱/۳۰
علی بقایی سرابی^۳

از صفحه ۱۲۹ تا ۱۵۶

چکیده

پژوهش حاضر به مطالعه تأثیر فضای مجازی^۱ یا رایاسپهر (فضای سایبر)^۲ بر گونه‌های هویتی دانشجویان می‌پردازد. اهمیت این بحث از آن روست که انقلاب ارتباطی اخیر، نوع جدیدی از روابط گروهی بین انسان‌ها را مطرح کرده است که در آن هر چه بیش از پیش ظهور هویت‌هایی را شاهدیم که بنیان‌ها و اصول خود را نه بر اساس فضای واقعی اجتماعی بلکه از فضای مجازی رسانه‌ای تعریف می‌کنند. مقاله حاضر نتیجه مطالعه‌ای است برای ساخت مدل نظری از تأثیر استفاده از اینترنت و حضور در رایاسپهر بر هویت پاسخگویان و ابعاد آن و در محیط دانشگاهی آزمون تجربی شد. بر اساس مدل نظری^۱، مدت و میزان استفاده از اینترنت و حضور در رایاسپهر بر هویت و ابعاد آن تأثیر گذار است^۲. متغیرهای زمینه‌ای همچون سن، جنسیت و پایگاه اجتماعی و اقتصادی خانواده بر این رابطه تأثیر گذار است. روش به کار گرفته در این بررسی ترکیبی از مطالعه اسنادی و پیمایشی بود. نتایج بررسی نشان می‌دهد بین استفاده از اینترنت و هویت‌یابی رابطه وجود دارد. میزان این رابطه بر ابعاد مختلف هویت متفاوت است. همچنین، در نتایج حاصل از رابطه، بین برخی متغیرهای زمینه‌ای و هویت‌یابی تفاوت مشاهده شد.

واژگان کلیدی: هویت، فضای مجازی، دانشجویان

۱. این مقاله برگرفته از طرحی پژوهشی است با عنوان «بررسی هویت دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن در فضای سایبر» با حمایت دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رودهن.

۲. مربی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن (نویسنده مسئول)
Abaghaei@ut.ac.ir

۳. مربی، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

4. virtual space

5. cyber space

مقدمه

اجتماع سنتی بر پایه ارتباطات شفاهی، گفت‌وگو و تعامل مستقیم بین افراد شکل می‌گیرد. در چنین اجتماع ارگانیکی (به زعم تونیس (Habermas, 1987) نوع ارتباطات حاکم، سبب شکل‌گیری هویت ثابت سنتی می‌شود. نمونه آرمانی چنین اجتماعی در نوشته‌های یورگن هابرماس در کتاب کنش ارتباطی درباره پاریس قرن ۱۸ متجلی می‌شود دال بر اینکه جامعه مدنی، که خارج از معادلات قدرت عمل می‌کند، عرصه ایده‌آلی برای کنش ارتباطی ایجاد می‌کند (Habermas, 1987). حال آنکه، بودریلارد در کتاب سایه اکثریت خاموش به ذکر این نکته می‌پردازد که جامعه مدرن، جامعه اکثریت خاموش است و در آن هر گونه گفت‌وگو و کنش ارتباطی با شکل‌گیری توده^۱ با شکست روبه‌رو می‌شود (Baudrillard, 1983). محصول نهایی چنین جامعه‌ای، توده‌های بی‌شکلی است که در مکان‌های ساکت، دور از هم، ناپایدار و متمایز، به حرکت‌های کاتوره‌ای خود می‌پردازند و در نتیجه برخوردهای اتفاقی با یکدیگر در مسیری دیگر حرکت می‌کنند، بی‌آنکه از مقصد خود اطلاع یا در انتخاب نوع مسیر دخالتی داشته باشند.

دنیای مدرن با رشد روزافزون وسایل ارتباطی الکترونیکی شتاب بالایی در مسیر آشفستگی و تکثر بیشتر معنایی به خود گرفته و محتوای ارتباطی را در حد بالایی تغییر داده است. مفهوم رایاسپهر (فضای سایبر) را که نوربرت وینر (دوران ۱۳۸۵)^۲ بنیان نهاد، امروزه با تمامی ارتباطات در دنیای مدرن و هویت تکه‌تکه سوژه مدرن انطباق کامل دارد. رایاسپهر را شاید به جرأت بتوان از هم گسیخته‌ترین و متکثرترین فضای ممکن نامید. این فضا، کاملاً مرکز‌گریز، بی‌مرز و فاقد نقطه ثقل و اتکاست. حرکت از پنجره‌ای به پنجره دیگر در فضای اینترنت، یادآور لغزش‌های مکرر و بی‌انتهای «دریادایی» از دالی^۳ به دالی دیگر است. در عین حال، نشانه‌هایی مانند گفت‌وگوی اینترنتی^۴ یک شخص با چند کلمه شناسایی^۵ مختلف در فضاهای بسته و در مقابل صفحه نورانی نمایشگر از شکل‌گیری آیین‌ها^۶ و شکل‌های مختلف زندگی در بافت‌های جدیدی حکایت می‌کند، که در آن تکثر در اشکال مختلف، امکان ایجاد هر گونه معنای کامل را ناممکن می‌کند. در این فضا امکان تعریف مفاهیم به قطع و مشخص از بین می‌رود. مفهوم هویت نیز از این قاعده مستثنی نیست.

رایاسپهر و جذابیت‌های آن به تدریج مورد توجه بسیاری از نظریه‌پردازان قرار گرفت و به تدریج مفاهیم جدیدی همچون رایاسپهر فمینیسم^۷، قدرت مجازی^۸، رایاسپهر پانک، روابط مجازی^۹، دموکراسی رایاسپهری،

1. mass
2. Norbert Wiener
3. signifier
4. chat
5. ID
6. rituals
7. cyber feminism
8. virtual power
9. virtual relations

رایاسپهر درام، اعتیاد اینترنتی، افسردگی اینترنتی و قماربازی اینترنتی و جزآن در این باره مطرح شد. به طور کلی، اینترنت و فضای مجازی را می توان دارای دو ویژگی دانست:

۱. در هم شکستن مرزهای مرسوم گروهی و متعاقب آن تغییر در برجستگی نسبی تشابه و تفاوت که بیشترین تأثیر را بر «هویت های اجتماعی» می گذارد؛

۲. گمنامی یا جعل نام به معنای پنهان داشتن هویت که در ارتباطات رایانه ای امری ممکن و معمول است (دوران، ۱۳۸۵: ۱۱۰-۱۱۲).

گزارش های ارتباطات جهانی حاکی از افزایش چشمگیر تعداد کاربران اینترنت، تعداد رایانه های شخصی، مشترکان اینترنت و جزآن طی دو دهه گذشته است. تغییرات وسیع در سطح جامعه در اثر کاربرد اینترنت در حوزه هایی از قبیل تجارت الکترونیکی، تحصیلات مجازی، تورها و تفریحات مجازی، به ویژه روی نوجوانان و جوانان اهمیت دارد، زیرا کاربران اینترنت و وسایل ارتباطی جدید عمدتاً از این گروه اند. همچنان که ولاک و همکارانش^۱ (۲۰۰۶) اشاره می کنند: «اینترنت به یک عنصر جدایی ناپذیر در زندگی جوانان امروز تبدیل شده است. بسیاری از جوانان از اینترنت به عنوان وسیله ارتباط با دوستان، آشنایی با افراد جدید و سرگرمی استفاده می کنند» (ولز و میچل، ۲۰۰۷: ۲۳۵، نقل از مهدوی و اکبری، ۱۳۸۶).

جدول ۱ درصد جوانان ۱۵-۲۹ ساله در کشورهای مختلف اروپایی را نشان می دهد که «هر روز» از اینترنت استفاده می کنند.

جدول ۱. درصد جوانان ۱۵ - ۲۹ ساله و کاربر روزانه اینترنت در کشورهای مختلف اروپایی

کشور	سال ۲۰۰۲	سال ۲۰۰۴	سال ۲۰۰۶	سال ۲۰۰۸
اتریش	۴۰،۱	۴۳،۶	NA	NA
بلژیک	۳۲	۴۵،۵	۵۹،۷	۵۵،۸
سوئیس	۳۷،۹	۴۷،۵	۵۹،۲	۶۱،۳
جمهوری چک	۱۱،۳	۱۶،۶	NA	۴۷
دانمارک	۴۹	۵۷	۷۵،۵	۷۰،۵
اسپانیا	۱۴،۷	۲۹	۴۰،۹	۳۴،۴
فنلاند	۳۲	۴۸،۴	۶۷،۶	۶۲،۸
فرانسه	۳۲،۵	NA	۴۶،۷	۵۴،۵
بریتانیا	۲۶	۳۱	۴۸،۳	۵۵،۵
یونان	۸،۲	۱۰،۳	NA	۲۹،۷
مجارستان	۱۰،۴	۲۱،۸	NA	۴۱
ایرلند	۲۰،۷	۲۷،۸	NA	۵۱،۴
لوکزامبورگ	۲۹،۸	۳۴،۸	NA	NA
هلند	۳۸،۶	۵۲،۵	NA	۷۰،۳
نروژ	۴۰،۸	۵۲،۴	۶۹،۵	۷۷
لهستان	۱۳،۸	۲۴،۱	۴۲	۴۴،۱
پرتغال	۸،۹	۲۳،۳	۳۴	۲۸،۷
سوئد	۴۶،۱	۶۰،۵	۷۱،۱	۷۰،۳
اسلونی	۱۸،۳	۳۶	۵۲،۶	۴۸،۴
آلمان	NA	۳۱،۹	۴۲،۳	۵۳،۷

1. Wolak, Mitchell and Finkelhor

منبع: پیمایش اجتماعی اروپا (ESS)؛ موج‌های ۲۰۰۲، ۲۰۰۴ و ۲۰۰۶ و ۲۰۰۸. NA=عدم وجود داده همچنان که آمارها نشان می‌دهند، میزان استفاده روزانه جوانان از اینترنت در کشورهای مورد بررسی طی سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۸ افزایش قابل توجهی یافته است، به گونه‌ای که جوانان ساعت‌های زیادی از فعالیت روزانه خود را به استفاده از اینترنت و برنامه‌های مختلف آن اختصاص می‌دهند (مهدوی و اکبری، ۱۳۸۶). افزایش چشمگیر کاربران اینترنت در ایران نیز قابل توجه بوده است به گونه‌ای که ایران در میان بیست کشور دارای بالاترین تعداد کاربران اینترنتی، رتبه هفدهم را به خود اختصاص داده است. این مرکز در آخرین گزارش خود، تعداد کاربران اینترنت در ایران را ۲۳ میلیون نفر اعلام کرد که این تعداد بیش از ۵۰ درصد کل کاربران اینترنتی منطقه خاورمیانه را شامل می‌شود. تعداد وبلاگ‌ها در سال ۱۳۸۹ تنها در بلاگفا به بیش از ۱/۳۰۰/۰۰۰ عدد رسیده است (news blogfa). ایرانیان در میان کاربران اینترنتی، به ویژه در استفاده از امکاناتی مانند وبلاگ‌نویسی یا حضور در سایت‌هایی مانند «اورکات» همیشه در بالاترین رده‌ها قرار دارند. پذیرش این مطالب بیش از هر چیز نشانگر نقش پررنگ فضای مجازی و تأثیرگذاری آن بر ابعاد دیگر زندگی اجتماعی افراد، به ویژه جوانان است.

براین اساس این مقاله تلاش می‌کند تأثیر فضای مجازی بر گونه‌های هویتی دانشجویان را مورد بررسی قرار داده و نشان دهد کم و کیف ارتباط دانشجویان با فضاهای مجازی در هویت آنان چه تأثیری خواهد داشت.

مبانی نظری

اگر بخواهیم تصویری از پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه فضای مجازی و هویت طرح کنیم، به ترتیب برخی تحقیقات داخلی و خارجی زیر برشمردنی است. شکوری و رفعت‌جاه (۱۳۸۷) در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر اینترنت بر برخی از ابعاد هویت اجتماعی (از جمله هویت دینی، هویت قومی، هویت خانوادگی و هویت شخصی)» نشان دادند با وجود تلاش نهادهای سنتی رسمی و غیررسمی در هدایت هویت‌های فردی و اجتماعی، استفاده از اینترنت بر هویت اجتماعی افراد مورد مطالعه تأثیر تعیین‌کننده‌ای داشته است.

ذکایی (۱۳۸۳) در بررسی ۱۷۰ جوان ۱۵-۳۰ ساله عنوان می‌کند که روابط در فضای مجازی گپ (چت)، موجب گسترش روابطی واقعی است که پسران و دختران تجربه می‌کنند و اگرچه مرزبندی‌های جنسیتی در روابط مجازی کم‌رنگ‌تر از روابط حقیقی است، با این حال واقعیت زیست‌شناختی، به ویژه اجتماعی جنسیت در این روابط نیز خود را نشان می‌دهد.

عباسی قادی و خلیلی کاشانی (۱۳۸۹) در تحقیقی پیرامون تأثیر اینترنت بر هویت ملی، به بررسی ابعاد این رابطه پرداختند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد متغیر مدت استفاده کاربران از اینترنت به میزان ۰/۳۲- و متغیر واقعی تلقی کردن محتوای سایت‌های اینترنت از سوی کاربران به میزان ۰/۳۰- بر هویت

ملی آن‌ها تأثیر دارد.

جوادی (۱۳۸۳) به دنبال بررسی الگوهای رفتاری کاربران اینترنتی و تأثیر اینترنت بر ارزش‌های سنتی خانواده است. این مطالعه نشانگر تأثیر اینترنت بر ارزش‌های سنتی خانواده است؛ دسترسی به اینترنت و تأثیر آن بر ارزش‌ها معنادار است؛ و کاربران اینترنتی در مقایسه با غیرکاربران ارزش‌های سنتی خانوادگی پایین‌تری دارند.

دوران (۱۳۸۱) در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر فضای سبیرنتیک بر هویت اجتماعی» به نظریه‌پردازی درباره‌ی رایاسپهر و هویت، و نیز پیمایش تأثیر ارتباط رایانشی بر هویت اجتماعی تأکید کرده است. در این تحقیق تأثیر تجربه‌ی رایاسپهر بر هویت اجتماعی در سه سطح خانواده، گروه همالان و جامعه بررسی شده است. برنر در سال ۱۹۹۶ به بررسی تأثیر استفاده از اینترنت بر زندگی حرفه‌ای و شغلی پرداخت. بر اساس نتایج مطالعه‌ی وی، ۳۰ درصد از پاسخگویان تلاش ناموفق در ترک استفاده از اینترنت داشته‌اند. همچنین، ۵۸ درصد از پاسخگویان اظهار داشته‌اند که دیگران (خانواده و دوستان) راجع به استفاده‌ی بیش از حد اینترنت، به آن‌ها گوشزد کرده‌اند (Storm, 1996).

تامپسون در سال ۱۹۹۶ به مطالعه‌ی اختلالات اعتیاد اینترنتی در بین مردم پرداخت و نتیجه گرفت پدیده‌ی اعتیاد اینترنتی، پدیده‌ی جدیدی است و بسیاری از مردمی که در حال حاضر مبتلا به آن‌اند، در واقع به تازگی و نو بودن این منبع دانش در زندگی‌شان پاسخ می‌دهند، نه به چیز دیگری (Storm, 1996).
برابر در سال ۱۹۹۷ نشان می‌دهد که استفاده از اینترنت کارایی درسی دانش‌آموزان و دانشجویان را بهتر نکرده است، زیرا اطلاعات اینترنتی آنقدر بی‌سامان و با موضوعات برنامه‌ی درسی نامربوط‌اند که کمکی در کسب نمره‌ی بالا در آزمون‌های استاندارد نمی‌کنند (امیدوار و صارمی، ۱۳۸۱).

گرینفلد (۱۹۹۸) در مطالعه‌ی ۱۸۰۰۰ کاربر اینترنت پی برد که حدود ۶ درصد از نمونه‌ی پژوهش وی معیار غیرارادی استفاده از اینترنت داشتند. از میان این افراد، عمده‌ترین موارد مصرفی اینترنت عبارت بود از: گپ‌سراها، هرزه‌نگاری، خرید برخط، و نامه‌الکترونیکی. همچنین، حدود یک‌سوم از مشارکت‌کنندگان در این مطالعه اظهار داشتند استفاده از اینترنت نوعی فرار یا تغییر خلق و خوی‌شان از وضع همیشگی است.

برخی علایم استفاده‌کنندگان شامل تحریف وقت و زمان، تسریع دوستی و صمیمیت، و کاهش حجب و حیاست. برای مثال، ۸۳ درصد از افرادی که معیارهای تمایل به الگوی ارتباطی را داشتند، اذعان داشتند موقعی که از اینترنت استفاده می‌کنند، مرزها را زیر پا می‌گذارند و کنترلی بر آن‌ها ندارند. همچنین، ۷۵ درصد از معتادان (در قیاس با غیرمعتادان) توانسته‌اند با هر کسی که به صورت برخط ملاقات کرده‌اند، سریع دوست و صمیمی شوند. از میان کسانی که معیارهای اعتیاد اینترنتی را دارا بودند، ۶۲ درصد گفته‌اند به طور منظم با صرف میانگین چهار ساعت در هفته وارد سایت‌های هرزه‌نگاری می‌شوند و از این طریق نیازهای جنسی‌شان را برطرف می‌کنند. بیشتر مشارکت‌کنندگان مرد بودند (گنجی، ۱۳۸۵: ۵۲).

کرات در سال ۱۹۹۹ مطالعه‌ای روی ۱۶۹ نفر در شهر پیتزبورگ انجام داد. وی در این مطالعه به روش

علی و مقایسه‌ای، به بررسی و مقایسه شرایط یکی دو سال قبل و بعد کاربران اینترنتی پرداخت و به این نتیجه رسید که برای نوجوانانی که از تماس‌های اجتماعی کناره می‌گیرند، اینترنت ابزاری برای فرار از واقعیت است (گنجی، ۱۳۸۵: ۵۳).

بولن و هری به بررسی تأثیر اینترنت بر رفتار و ایمنی جوانان نیوزیلند پرداختند. نتایج مطالعه آن‌ها در حوزه‌های تأثیر اینترنت بر رفتار به قرار زیر است (Bullen & Harre, 2000):

الف) تأثیر ارتباطات و تعامل اینترنتی بر نحوه تعامل جوانان. هر چه جوانان زمان بیشتری را با اینترنت سر می‌کنند، در مقابل از میزان زمانی که صرف محیط اجتماعی واقعی‌شان می‌کنند، کاسته خواهد شد.

ب) اعتیاد. جوانان معتاد به اینترنت همانند سایر معتادان، دچار علائم و شاخصه‌های اعتیادی مشخص می‌شوند. فعالیت‌های اعتیادآمیز مردان، عموماً بازی‌های پرخاشگرانه، سکس چت و سایر سکس؛ و فعالیت‌های اعتیادآمیز زنان نیز عموماً تشکیل دوستی‌های حمایتگرانه، دوست‌یابی یا گلایه از شوهران در گپ‌سراهاست.

ج) گمنامی. احساس گمنامی پاسخگویان و ناشناخته ماندن آن‌ها در مقابل دیگران، نتیجه قابل توجه مطالعه بوده است. پاسخگویان از اینکه می‌دانستند کسی نمی‌داند به چه چیزی شبیه‌اند، احساس آسایش خاطر می‌کردند.

نتایج مطالعه نی و ابرینگ در سال ۲۰۰۰ نشان می‌دهد که قومیت و پایگاه اقتصادی-اجتماعی نقش چندانی در دسترسی جوانان به اینترنت ندارند (Bullen & Harre, 2000).

مطالعه حاضر با وارد کردن متغیرهای بینابینی جامعه‌شناختی سعی در شناسایی تأثیر غیرمستقیم به‌همراه تأثیر مستقیم بهره‌مندی از فضای وب بر هویت و ابعاد آن دارد. مطالعات صورت گرفته، به‌ویژه مطالعات داخلی، بیشتر بر آثار مستقیم بهره‌مندی از فضای وب بر هویت تأکید داشته‌اند. نتایج به‌دست آمده نیز نشانگر اهمیت این متغیرها و آثار غیرمستقیم آن‌ها در مطالعه حاضر بوده است.

واژه فضای مجازی^۱ برای اولین بار در سال ۱۹۸۴ در رمان علمی-تخیلی ویلیام گیسون با نام نیورومنسر مطرح شد. رایاسپهر (یا ماتریکس^۲) تخیل متقابلی است که به طور روزانه میلیون‌ها کاربر، در هر ملتی، تجربه می‌کنند. رایاسپهر «بازنمایی داده‌هایی است که از بانک‌های هر رایانه‌ای در نظام انسانی استخراج می‌شود» (Gibson, 1984: 67). رایاسپهر از آن پس در جهان تجارت و فناوری اطلاعات کاربرد عام یافت و در زمینه‌های عمومی با ارجاع به وب، اینترنت و واقعیت مجازی^۳ به کار رفت (Brooker, 2003: 64).

همچنین، اصطلاح رایاسپهر برای توصیف فضایی خیالی به کار برده شد، جایی که در آن واژه‌ها، روابط، داده‌ها، ثروت و قدرت از طریق ارتباطات رایانشی پدیدار می‌شوند (Vrooman, 2002: 1). بندیکت

1. cyberspace
2. matrix
3. virtual reality

فضای مجازی را این‌گونه تعریف می‌کند: «جغرافیای مشترک ذهنی، ساخته‌شده در گردهاگرد اجتماع و دگرگونی، قانون و تجربه، سرزمینی پر از داده‌ها و دروغ‌ها، با مواد ذهنی و خاطرات، با میلیون‌ها صدا و چشم‌هایی در سکوت، کنسرت نامرئی از جستجو، تبادل، تقسیم رویاها و مشاهده سادگی‌ها.» رایاسپهر یا فضای مجازی، دنیاهای مجازی را به تصویر می‌کشد که از تخیلات علمی برخوردارند. با این حال، اکنون برای بسیاری از مردم فضای مجازی بخش از زندگی روزمره شده است. در این فضا قادریم ضمن تبادل نظر، شخصیتی مجازی برای خود بیافرینیم. فرصت ایجاد اجتماع‌های جدیدی را داریم که در آن با مردمی از سراسر دنیا ارتباط برقرار کنیم (Turkle, 1996:9).

به‌طور کلی با بررسی متون مربوط به هویت مجازی می‌توان چند ویژگی را برای هویت مجازی قائل شد:

سیال و چند پاره است؛

هویتی اجتماعی است که کاربران اجتماع‌های مجازی آن را می‌سازند؛

افراد جوان در این هویت، عمدتاً خود را با نام‌های غیر واقعی معرفی می‌کنند؛

مجازی منعطف‌تر از هویت واقعی است؛

با هویت مجازی، جوانان در بازتعریف خودشان - آن‌گونه که می‌خواهند - آزادند؛

جوانان کاربر ممکن است دارای چندین هویت مجازی باشند.

در نتیجه، شاید بتوان تعریف سه جزئی زیر را تعریف نسبتاً جامع و مانع رایاسپهر پذیرفت:

۱. فضای روانی - خیالی که در آن افکار مجذوب توهمی رویاگونه می‌شود (با الهام از ویلیام گیبسون).

۲. دنیای مفهومی تعاملات شبکه‌ای شده بین افراد و آفریده‌های معنوی‌شان و هر چیز همراه با چنین شبکه‌ها و تعامل‌هایی.

۳. حالتی از اندیشه که افراد در ارتباط و با بازنمایی‌های دیجیتالی زبان و تجربه حسی به اشتراک می‌گذارند. افرادی که به لحاظ زمانی و مکانی از یکدیگر جدا نیستند ولی با شبکه‌هایی از ابزار فیزیکی دسترسی، به یکدیگر متصل‌اند.

ارتباطات در رایاسپهر به شکل‌های گوناگون صورت می‌گیرد:

۱. برخط (همچون گپ‌زدن‌های هم‌زمان و کنفرانس‌های وب). این نوع ارتباطات به‌طور زنده و هم‌زمان

شکل می‌گیرد.

۲. کنار خط (مانند نامه‌الکترونیکی و فهرست‌های پستی). در این نوع ارتباطات، برخلاف ارتباطات

برخط، ارتباط به شکل ناهم‌زمان صورت می‌پذیرد.

با این تفصیلات باید پذیرفت که رایاسپهر بی‌تردید پدیده‌ای فرهنگی است، بنابراین در مطالعه رایاسپهر

از همان پارامترهایی استفاده می‌شود که در مطالعه هر پدیده فرهنگی دیگری استفاده می‌شود (دوران، ۱۳۸۱:

۲۳-۲۵).

ظهور رایاسپهر موجب شده تا گروه‌های دارای مرزهای سخت سنتی، جای خود را به گروه‌های مجازی با مرزهای منعطف بدهند و به همین دلیل امکان مبادله هر چه بیشتر اطلاعات و پیام‌ها، منجر به کاهش و در مواردی حذف فاصله میان گروه‌های مختلف شده است. طبق دیدگاه «جبرگرایی فناوری» فناوری عامل مستقلى است که بر جامعه و الگوهای رفتاری حاکم بر آن تأثیر دارد و شکل نوینی از روابط انسانی را بر اساس ابزارهای نوین ارتباطی شکل می‌دهد. بر همین اساس روابط اجتماعی متنوع و متکثر بر اساس شبکه‌های گسترده روابط مجازی زمینه ظهور هویت‌های مجازی را فراهم می‌کند (نورمحمدی، ۱۳۸۸).

شکل‌گیری هویت و ارتباط در فضای مجازی

هویت دربرگیرنده دو نگاه کاملاً متفاوت است. این مفهوم از یک سو بر همسانی و تشابه دلالت می‌کند و از سوی دیگر، بیانگر تفاوت و تمایز است. بدین معنی که اعضای یک گروه در درون مرز مشخص و بر اساس مؤلفه‌های خاصی که به شاخص‌های هویتی معروف‌اند، به نوعی با هم مشابه و همسان‌اند. به عبارت دیگر، این مرزها که خصلتی نمادین دارند، دربرگیرنده افرادی‌اند، که به‌طور کلی شباهت‌هایشان بیشتر از تفاوت‌هایشان است. اساساً، همین شباهت‌هاست که شاخص‌هایی برای تعریف هویت آن‌ها، به منزله عضویت در گروه اجتماعی خاصی، به کار می‌آید.

از سوی دیگر، افراد در خارج از این محدوده و در فراسوی مرزهای نمادینی که قلمرو گروهی را از دیگر گروه‌ها متمایز می‌کند، بر اساس ویژگی‌های اختصاصی خود و تفاوت‌هایشان با دیگران مشخص می‌شوند. به بیان دیگر، در خارج از مرزهای گروه، به جای هویت با مفهوم هویت‌ها روبه‌رویم، که ناشی از تفاوت و گاهی تقابل هویت‌هاست. در واقع، هر هویتی در تقابل با سایر هویت‌ها تعریف می‌شود و اجتماع‌های بشری با استفاده از قابلیت‌های نمادین بین خود و دیگری مرزبندی می‌شوند. مفهوم هویت در دیالکتیک معنایی فردی و دیگران یا گروهی با گروه یا گروه‌های دیگر صورت‌بندی می‌شود. هر هویتی با ایجاد مرز از سایر هویت‌ها متمایز می‌شود و این مرزها بیانگر ویژگی‌های ساختاری و محتوایی هویت‌هاست.

سؤال مهمی که در عصر گسترش ارتباطات الکترونیکی پیش می‌آید این است که مرزهای هویتی کجا قرار می‌گیرند؟ و عوامل شکل‌دهنده هویت‌ها کدام‌اند؟ اینکه در جامعه‌ای انسانی چه عامل یا عواملی مرزهای نمادین جامعه و به تبع آن هویت گروهی را مشخص می‌کنند، بستگی به عوامل گفتمانی^۱ دارد. این عوامل گفتمانی، در اساس، شامل فاکتورهای قدرت و هژمونی است (ر.ک. Foucault, 1969).

از این نظر، جامعه مدرن با جامعه به روایت دورکیمی آن، کاملاً متفاوت است. در جامعه مدرن برخلاف درک دورکیمی، مرکزی وجود ندارد که فعالیت‌های اجتماعی حول آن سامان یابد، بلکه جامعه مانند موجودیتی فارغ از مرکزیت یا حداکثر موجودیتی با مراکز متنوع فهمیده می‌شود. مفهوم مرز در اینجا دگرگون

1. discursive

می‌شود و دیگر نمی‌توان از چارچوب مشخص و قاطعی به نام مرز صحبت کرد. فضای بدون مرکز سبب ایجاد تکثر معنایی می‌شود و از هرگونه طبقه‌بندی و دسته‌بندی شدن می‌گریزد، چرا که هر یک از مراکز به نوبه خود، منشأ معنابخشی‌های متفاوت به پدیدارهای اجتماعی می‌شوند.

هویت حاصل از چنین فضایی، هویتی سیال، ناپایدار و نامحدود خواهد بود. در چنین حالتی، رابطه ساده و مشخص بین فرد با اجتماع و معنای ثابت هویت در دنیای سنتی از بین می‌رود و رابطه‌ای پیچیده، غیرمتمرکز و منتج از مفهوم فضا در ارتباط با هویت‌ها شکل می‌گیرد که فاقد شکل ساخت یافته و مشخص است و از هرگونه تعریف و صورت‌بندی مشخصی می‌گریزد (مهدوی و اکبری، ۱۳۸۶).

کاستلز معتقد است از آنجا که انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباطات صورت می‌گیرد، حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود و ساخته تاریخ است، با ظهور فناوری جدید دستخوش دگرگونی‌های بنیادین می‌گردد. ورود فناوری‌های ارتباطی، دگرگونی بنیادینی را در ساختار مناسبات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۳۸۳). پیامد این امر شکل‌گیری نوع جدیدی از تعاملات انسانی است که ضمن تمایز از الگوهای ارتباطی مرسوم در رسانه‌های ارتباط جمعی عملاً فرصت‌های نوینی را در جهت تجلی خود و هویت به وجود آورده است.

بنابراین، فرایند هویت‌یابی در این دوران تغییر شکل یافته است. در گذشته، مکان نقش کلیدی در خلق هویت اجتماعی افراد داشت، چرا که افراد در محیط‌های کوچک و بسته زندگی می‌کردند و هویت اجتماعی آن‌ها از طریق ارتباط رودررو با اطرافیان‌شان در محیطی ثابت شکل می‌گرفت. افراد کمتر با دنیای خارج ارتباط داشتند و سنت‌های بومی - محلی بخش اعظم هویت آن‌ها را شکل می‌داد. به دنبال مدرنیته و خصوصاً به دنبال ظهور فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، نقش مکان در شکل‌دهی به هویت بسیار کم‌رنگ شد، چرا که رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی قادرند فرد را از مکانش جدا کنند و به جهان پیوند بزنند. در نتیجه، افراد با منابع هویت‌یابی متنثری روبه‌رویند و هویت‌یابی شکلی غیرمحلی و جهانی پیدا کرده است.

گیدنز برای شرح تغییر نقش مکان در مدرنیته متأخر از اصطلاح ازجاکنندگی استفاده می‌کند. او معتقد است جدایی زمان و مکان در دوره مدرنیته متأخر، شرط وقوع فرایند ازجاکنندگی است. ازجاکنندگی کنده شدن روابط اجتماعی از محل است (گیدنز، ۱۳۸۴: ۲۵).

تامپسون نیز معتقد است با ظهور رسانه‌ها صورت‌های قدیمی ارتباط و عمومیت تغییر کرده و شکل جدیدی از رؤیت‌پذیری ایجاد شده است. او در کتاب خود با عنوان رسانه‌ها و نوگرایی می‌نویسد: «پیش از تحول رسانه‌ها، عمومی بودن افراد و رویدادها بسته به سهم بودن آن‌ها در یک محل واحد بود. یک رویداد هنگامی به صورت یک رویداد عمومی درمی‌آمد که در برابر جمعی از افراد که در وقوعش حضور داشتند، به اجرا درمی‌آمد» (تامپسون، ۱۳۸۰: ۱۵۴).

امکان ارتباط و تعامل با دیگران از طریق صورت‌های جدید رسانه‌ها نظیر اینترنت و ابزار مرتبط با آن در هر زمان و مکانی، شرایط جدیدی را پیرامون کاربران قرار داده و مرزهای تازه‌ای در شکل‌گیری

خرده‌فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و هویت جوانان پدید آورده است. ویژگی‌هایی همچون گمنامی، سرعت ارتباطات و سیال بودن آن‌ها پیامدهای گسترده‌ای در روابط جنسیتی و الگوهای ارتباطی و دوست‌یابی جوانان بر جای می‌گذارد. تداخل طبقه با جنسیت و جغرافیا فضای آزادکننده‌ای را برای دسته‌ای از جوانان پدید آورده و مرزبندی‌های رایج جنسیتی و اجتماعی را در فرهنگ جوانان کم‌رنگ ساخته است.

شاید بتوان ادعا کرد که ظهور فناوری‌ها و رسانه‌های جدید و دگرگونی‌ها و تغییرات ناشی از آن، تأثیر عمیق‌تری بر جوانان دارد. طولانی‌شدن دوره جوانی و نوجوانی، رواج شیوه‌های جدید رفتار اجتماعی برای پرکردن فضای زندگی، فردی شدن و کم‌رنگ‌شدن شکاف‌های متداول اجتماعی، اهمیت یافتن سبک زندگی و «سیاست زندگی» برای جوانان، از هم پاشیدگی شبکه‌های سنتی همسایگی و نوسازی شهری از جمله زمینه‌های اصلی‌اند که شرایط جدیدی را پیش روی جوانان قرار داده‌اند. آنچه در کنار این روندها و متأثر از رشد رسانه‌های جدید قابل ذکر است اهمیت بیش از پیش تنوع در اوقات فراغت برای جوانان است.

ارتباطات اینترنتی در محیط‌های گپ، ضمن آنکه تقویت‌کننده روابط غیروابسته به زمان و مکان شده است، به محملی برای جستجو و ارضای کنجکاوی‌های جوانان نیز تبدیل شده است (ذکایی، ۱۳۸۳: ۲۷۷). گپ‌سراها تکنیک‌ها و امکاناتی را در اختیار افراد می‌گذارند که به آن‌ها امکان می‌دهد تا تصویری مطلوب و پذیرفتنی از خود ارائه کنند. کاربران ممکن است در گپ‌سراها توصیف مجازی‌ای از ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی خود ارائه دهند که با ویژگی‌های واقعی آن‌ها تفاوت بنیادی داشته باشد. این امر موجب به وجود آمدن هویت کاذب یا هویت موقتی (آنی) در افراد می‌شود. هویت کاذب به این معناست که فرد هویت‌هایی را تجربه می‌کند که هیچ کدام متعلق به او نیستند و هویت موقت یا آنی نیز به این معناست که فرد در هر گپ، هویتی را معرفی می‌کند که پایدار نیست و دوام آن‌ها تنها تا پایان آن گپ ادامه دارد. به این ترتیب فرد هویت‌های متعدد و فراوانی را تجربه می‌کند که زودگذر و ناپایدارند.

بل معتقد است جهان مجازی، با تأثیر گرفتن از صنعت هم‌زمان ارتباطات، منشأ ظهور فرهنگ‌های آنی، و به دنبال آن ظهور هویت‌های خلق‌الساعه شده است که در دوره محدودی شکل می‌گیرند و با ظهور هویت‌های جدید به سرعت از بین می‌روند (Waters, 1996).

زندگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی، هویت و فشارهای تعلق به گروه‌ها را کاهش و فرصت، امکان، جهانی‌شدن و عدم قطعیت را از طریق مشارکت در شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌دهد (دوران، ۱۳۸۱: ۱۰۱-۱۰۲).

هویت مجازی

تحلیل هویت‌های مجازی^۱ با پژوهش دربارهٔ هویت‌هایی سروکار دارد که در جهان کنونی استقرار می‌یابند (Cerulo, 1997: 385). در جهان واقعی، هویت شخص در بستر جامعه و در محدودهٔ محیط اثباتی آن شکل می‌گیرد، و شخص در این بستر و در محدودهٔ شرایط واقعی اقدام به تعریف خود می‌نماید. اما در محیط مجازی، نشانگرهای سنتی هویت از قبیل سن، جنسیت، نژاد، طبقه، گروه و جز آن رنگ باخته‌اند و تنها با واسطه شناخته می‌شوند. جهان مجازی بیشتر از اطلاعات ترکیب شده تا ماده و اطلاعات در آن گسترش و اشاعه می‌یابند. ساکنان این جهان ناملموس، پراکنده همچنین آزاد از نشانه‌های جسم یگانه‌اند؛ شخص در این جهان ممکن است شخصیت‌های الکترونیکی بی‌شماری داشته باشد، چون شخص زمان و انرژی لازم برای خلق آن‌ها را دارد.

بنابراین، توجه به هویت مجازی، از موضوع‌های مهم در مباحث مربوط به تأثیرات اجتماعی جهان مجازی است. این هویت، موضوع‌های پیچیدهٔ ساخت هویت^۲ و تجسم مجازی^۳ را دنبال می‌کند.

فرایند جهانی شدن رسانه‌ای نه تنها منابع هویت و بنابراین امکان‌های هویت‌سازی را افزایش می‌دهد، بلکه آزادی عمل فرد را هم در این عرصه به نحو چشم‌گیری بالا می‌برد. فرایند جهانی شدن با فضا‌مند کردن زندگی اجتماعی، زمینهٔ رهایی فرد از دایرهٔ تنگ نهادها و عوامل هویت‌ساز سنتی را فراهم می‌آورد. از آنجا که فضا‌های مجازی باعث پویایی، پیچیدگی و سیالی روابط و زندگی اجتماعی می‌شوند، هویت‌های ساخته شده نیز معمولاً سیال، متغیر و نسبتاً موقتی‌اند.

فضای مجازی به مثابهٔ مصداقی از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید نه فقط ابزار یا منبعی برای تولید و انتقال اطلاعات، بلکه محیطی مجازی و فضایی برای زندگی است و بدیهی است که به سان فضایی مجازی برای زندگی‌ای مجازی می‌توان در این فضا دست به بی‌نهایت کنش زد. علاوه بر این، بسته به ساختارهای عینی و ذهنی جهان واقعی کاربر و نیازها و توقع‌های او، کارکردها و امکانات فضای مجازی قابل تغییر و دگرگونی است. به همین علت نیز نظریه‌های موجود در باب تأثیرات حضور در فضای مجازی بر ابعاد هویت فرد خصوصاً هویت شخصی خود کاربران بسیار مختلف‌اند.

تأثیر فضای مجازی بر هویت

عامل بنیادین در شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی تعاملات انسانی است. در واقع، فرد هنگامی که به تعامل با فرد دیگری می‌پردازد هویت خویش را به منزلهٔ یک عضو جامعه پیدا می‌کند. هویت در بستر تعاملات اجتماعی تعریف می‌شود. ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی دگرگونی بنیادینی را در تعاملات و

1. virtual identities
2. identity construction
3. virtual embodiment

ارتباطات انسانی ایجاد کرده است.

فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی موجب می‌شوند تا اجتماع‌ها و هویت‌های جدیدی تشکیل شوند. در جامعه‌ای که به ارتباطات مبتنی بر صنعت چاپ، تلویزیون و تلفن متکی است، شیوه تولید به گونه‌ای است که هویت‌ها را به صورت عاقل، سودمند و خودبسنده درمی‌آورد. اما در جامعه اطلاعاتی، جامعه‌ای که ارتباطات الکترونیکی سیطره دارد، ذهنیت‌ها و هویت‌های ناپایدار، چندلایه و پراکنده ظهور می‌کند. پاستر در کتاب عصر دوم رسانه‌ها تأکید می‌کند در دوره جدید که اینترنت و ارتباطات الکترونیکی در جامعه سیطره دارد، این داده‌ها و اطلاعات یا به عبارت دقیق کلمه، این اجتماع‌های مجازی اند که هویت افراد را می‌سازند. وسایل نوین اطلاعاتی و ارتباطی در اثر تغییراتی که در برداشت‌های بشر امروزی به وجود می‌آورند، هویت‌ها را در وضعیت کاملاً تازه‌ای قرار می‌دهند که متفاوت و حتی مغایر با گذشته است (پاستر، ۱۳۷۷).

هویت در اجتماع‌های مجازی جامعه اطلاعاتی در مسیر فراملیتی شدن حرکت می‌کند. در واقع، ارتباطی که با اتکا به وسایل ارتباطی و اطلاعاتی جدید شکل می‌گیرد، چشم‌اندازی از فهم و درک جدیدی از ذهنیت را آشکار می‌سازد که در صورت‌بندی‌های گفتار و عملکرد جان می‌گیرد و به لحاظ تاریخی محسوس است. این ارتباطات راهگشای نگرستن به انسان به منزله پدیده‌ای چندلایه، تغییرپذیر، منفعل و تکه‌تکه است. پدیده‌ای که شکل دادن خویش را به گونه‌ای طراحی می‌کند که با هرگونه تثبیت هویت می‌ستیزد. جامعه اطلاعاتی مبین هویت بی‌ثبات، تغییرپذیر و منعطف انسان جدید است. در این جامعه بسا انسان‌هایی که با همسایه‌ها، هم‌محلی‌ها و هم‌شه‌ری‌ها و حتی هم‌وطنان خود احساس قربانت ندارند ولی با فرد دیگری در اقصا نقاط جهان احساس هویتی یکسان دارند.

هویت ملی در جامعه اطلاعاتی به دلیل ظهور اجتماع‌های مجازی به شدت تهدید می‌شود. اجتماع‌های مجازی تهدیدی برای اجتماع‌های واقعی است. در واقع، در اجتماع‌های مجازی معمولاً افراد حداقل در یک چیز اشتراک دارند و آن علایق و منافع است که آن‌ها را دور هم جمع می‌کند. این منافع که همان دسترسی به اطلاعات است، هویت آن‌ها را می‌سازد؛ هویتی که مدام در حال تغییر و ناپایدار است. هویت افراد در اجتماع‌های مجازی «هویتی دیجیتال» است. سرزمین، زبان بومی و محلی، کشور، فرهنگ ملی و نژاد هویت افراد را در اجتماع‌های مجازی تعیین نمی‌کنند، بلکه منافع مقطعی، محدود، و در حوزه موضوع‌های مختلف افراد را دور هم جمع می‌کند و هویت آن‌ها را می‌سازد. مطالعات صورت گرفته نشان می‌دهد که از نیمه دوم قرن بیستم هویت‌ها نه بر مبنای شاخص‌های قدیمی همچون زبان، نژاد، خون و سرزمین و عناصر مشابه که بر مبنای شاخص‌های نوین استوار است که براساس علاقه‌مندی‌ها شکل گرفته و این امر با ظهور عصر ارتباطات الکترونیکی و دسترسی به افراد بدون محدودیت مکانی گسترش یافته است.

فناوری‌های نوین این امکان را فراهم می‌کند تا افراد فضایی شخصی و خصوصی در فضای مجازی برای خود داشته باشند و بدین ترتیب خلوت جدیدی برای خود با بهره‌گیری از ابزارهای ارتباطی ایجاد

1. virtual communities

کنند. در این فضا پیام‌هایی بدون آگاهی دیگران رد و بدل می‌شود و قرار ملاقات‌هایی تنظیم می‌شود و با بهره‌گیری از امکانات اینترنت مانند فیس‌بوک و گپ‌سراها، شبکه گسترده‌ای از روابط میان افراد شکل می‌گیرد که کنترل‌ناپذیر و ناملموس است. این امر به تدریج موجب از هم پاشیدگی شبکه‌های سنتی روابط مانند همسایگی را فراهم می‌کند و هویت‌هایی ماورای جهان واقعی و محیط عینی‌ای که افراد در آن زندگی می‌کنند ایجاد می‌کند (نورمحمدی، ۱۳۸۸).

والتین و هلوی روندهایی را که از طریق آن‌ها جهان مجازی در دنیای واقعی جوانان وارد می‌شود و هر کدام در بسط هویت جوانان مؤثرند چنین بیان می‌کنند: الف) فعالیت‌های محیط مجازی، روابط واقعی جوان را در سطح محلی و غیرمحلی حفظ و بسط می‌دهد؛ ب) اطلاعات گردآوری شده در محیط مجازی در فعالیت‌های زندگی واقعی فرد داخل می‌شود؛ ج) دوستی‌های ایجاد شده در محیط مجازی، شبکه‌های اجتماعی واقعی جوان را گسترش یا از نو شکل می‌دهد (Lynch, 2006).

باید توجه داشت که ایجاد هویت مجازی به خودی خود مسئله‌ساز نیست و فرد می‌تواند به دلایل مختلف اقدام به ساخت هویت مجازی برای خود نماید. البته، در دو مورد هویت مجازی ممکن است مسئله‌ساز باشد: اول، دل‌بستگی شخص به هویت مجازی و امتداد این هویت در جهان واقعی؛ دوم، سوء استفاده از این هویت مجازی و اعمال فریب با آن.

در مورد مسئله اول، نقصان یا نامطلوب بودن هویت فرد باعث می‌شود جوان در ورود به جهان مجازی، اقدام به ساخت هویت مجازی برای خود نماید. این هویت مجازی فارغ از محدودیت‌های جهان واقعی، مطلوبیتی برای جوان به همراه دارد که در نتیجه باعث نوعی دل‌بستگی به هویت مجازی‌اش می‌شود. این دل‌بستگی روانی به تعریفی مجازی از خود، نتایجی برای هویت واقعی و زندگی واقعی جوان دارد. در حقیقت، هر چه فرد هویت مجازی خود را مطلوب‌تر از هویت واقعی‌اش درک نماید، تمایل بیشتری به زندگی در محیط مجازی و تعامل‌های مجازی خواهد داشت.

این امر دو پیامد عمده دارد: اول، کاهش روابط اجتماعی در جهان واقعی و در نتیجه انزوای اجتماعی فرد در این جهان؛ دوم، افزایش استفاده از اینترنت و در نتیجه احتمال بروز عوارضی از قبیل اعتیاد به اینترنت (مهدوی و اکبری، ۱۳۸۶).

جوانی که فاقد هویتی منسجم و شکل‌یافته در بستر جامعه واقعی باشد، در تعامل‌ها و روابط خود با دیگران نیز دچار نوعی اختلال می‌شود، زیرا هویت به شخصیت فرد انسجام می‌بخشد و الگوهای رفتاری را برای او در موقعیت‌های خاص ارائه می‌کند. بنابراین، فردی که فاقد هویت واقعی منسجمی باشد، در برقراری ارتباط و تعامل اجتماعی ناتوان و فاقد مهارت‌های اجتماعی است. از سوی دیگر، ساعت‌های بیشتری را در محیط مجازی و با هویت مجازی‌اش سپری خواهد کرد که این خود خطر افزایش اعتیاد اینترنتی را به دنبال خواهد داشت.

1. Valentine and Holloway

همچنین، هر چه فاصله بین هویت واقعی و هویت مجازی جوان بیشتر، و دلبستگی اش به جهان مجازی اش افزون تر شود، تنش و تناقض هایی در هویت واقعی فرد بروز خواهد کرد. در نتیجه جوان، دچار نوعی بحران هویت می شود که در نهایت به تعارض های شخصیتی و به اختلال های رفتاری در دنیای واقعی می انجامد. همچنین، سیال بودن هویت مجازی و بی ثباتی اجتماع های مجازی، که فرد عضو آنهاست، باعث بی ثباتی در هویت یابی جوان خواهد شد، که این امر در نهایت به بی ثباتی شخصیتی و بی ثباتی رفتاری فرد در موقعیت های گوناگون می انجامد.

لوپز مارتینز در مورد تأثیر محیط مجازی در ساخت هویت، قائل به اثرگذاری مثبت این محیط بر روند هویت یابی و ساخت هویت جوانان است. به عقیده او اینترنت:

- محیطی برای تعامل افراد با یکدیگر و برقراری ارتباط مهیا می کند؛
- ظرفیت بیشتری برای همکاری و حتی صمیمیت فراهم می کند؛
- فرصتی برای درک بهتر افراد فراهم می سازد؛
- مسیری برای جستجوی هویت فردی به کار می رود.

او می افزاید خلق هویت نیازمند عناصر کلیدی تعامل و ارتباط با دیگران است و اینترنت این دو عامل را فراهم می آورد (López-Martínez, 2001).

اینترنت با فراهم آوردن فضاهای فردی (وبگاه ها، مجله های برخط) و فضاهای اجتماعی (گپ سراها، گروه های علائق ویژه) به جوانان اجازه می دهد، تحت پارامترهای متفاوت (گمنامی، اتصال و مشابهت) مشارکت کنند. هنگامی که در تعامل های مجازی درگیر می شوند، حس فزاینده قدرت را تجربه می کنند.

رسانه های نوین ارتباطی در واقع فرایند کسب هویت مستقل از آیین های مرسوم در جوامع سنتی را برای جوانان تسریع می کنند. از این رو، جوانان فرصت هایی برای تأمل و بازاندیشی (ر.ک. گیدنز، ۱۳۸۴) به دست می آورند تا به خود، اطرافیان و اجتماع از نو ببینند. رواج فناوری های نوین، امکانات، فرصت ها و زمینه های زیادی در اختیار کنشگران و عاملان اجتماعی قرار می دهد و موجب تنوع و تکثر بخشی به میدان های مختلف فرهنگی، اجتماعی و سیاسی شده است.

1. Simultaneity

جدول ۲. مدل نظری

متفکر	نظریه
مانوئل کاستلز (۱۹۸۹)	توسعه شبکه‌های فناوری اطلاعاتی در سراسر جهان، اهمیت جریان‌های اطلاعاتی را برای سازماندهی اجتماعی و اقتصادی افزایش می‌دهد.
گیبینز (تاجیک، ۱۳۸۷)	نقش مهم رسانه‌ها در ساختارمند کردن زندگی روزمره این است که حوزه‌های خصوصی و عمومی مختلف مردم را به یکدیگر مرتبط می‌کنند.
الیزابت تیندل (۲۰۰۱)	حاصل فرهنگ‌پذیر دیجیتال رشد شخصیت‌هایی است که آشنایی با هنجارهای اجتماعی را از جهان مجازی و بر اساس ارزش‌های نازیسته فرامی‌گیرند. این گونه فرهنگ‌پذیری فرجه آزادی عمل را برای کاربران تا آنجا افزایش می‌دهد که فرد پیوند میان جهان واقعی و مجازی را به دلیل فقدان ارتباط در نظام کنش‌های متقابل با گروه‌های واقعی از دست می‌دهد و خود به بازتعریف هنجارها از معبر ارزش‌های گروه‌های همالان اینترنتی می‌پردازد.
والنتین و هلوی (لینچ، ۲۰۰۶)	دوستی‌های ایجاد شده در محیط مجازی، شبکه‌های اجتماعی واقعی جوان را گسترش یا از نو شکل می‌دهد.
آنتونی گیدنز (۱۹۹۱)	هر اندازه سنت نفوذ خود را از دست می‌دهد و زندگی روزمره بر حسب تعامل دیالکتیکی محلی و جهانی بازسازی می‌شود، افراد به چانه‌زدن بر سر گزینش شیوه زندگی خود از بین گزینه‌های گوناگون وادار می‌شوند.
مارک پاستر (۱۳۷۷)	رسانه‌های جدید باعث تغییر ذهنیت و هویت افراد می‌شوند، به طوری که باید کارکرد اصلی رسانه‌های جدید الکترونیکی را شکل‌دهی ذهنیت جدید دانست. این ذهنیت خود هویت جدیدی می‌سازد. گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و بنابراین اطلاعات رسانه‌های الکترونیکی آثار عمیقی بر شیوه زندگی و تفکر ما درباره خود و محیط اطرافمان بر جای گذاشته است.
آبرو (مهدی‌زاده، ۱۳۸۱)	فرایند جهانی شدن با گسترش و افزایش روابط اجتماعی، «خود هویت‌سازی» را رایج می‌سازد.
مانوئل کاستلز (۱۹۸۹)	رشد و گسترش شهرهای اطلاعاتی باعث در هم شکستن رفتارهای سنتی با مدرن، قرار گرفتن لذت‌جویی در رأس امور و کاهش اخلاقیات به خصوص در بین جوانان خواهد شد.
تیکنور و همکاران (اولسون و همکاران، ۱۳۷۶)	دسترسی تحصیل‌کردگان به وسایل ارتباطی نوین، شکاف ارزشی آن‌ها را با نسل‌های پیشین بیشتر می‌کند.
هربرت شیلر (استیونسون، ۱۳۸۴)	سلطه اقتصاد سرمایه‌داری جدید و ادغام آن در اینترنت، به سلطه فرهنگی می‌انجامد.
دیوید ویتل (۱۹۹۷)	فضای ارتباطات رایانه‌ای حلقه آشنایان را به میزان قابل توجهی فزونی می‌بخشد؛ ما با دوستان الکترونیکی خود، بیشتر و بهتر از همکاران محل کار خود در ارتباطیم. دوستان و آشنایان مجازی، دسته جدیدی از آشنایانند که احساس می‌کنیم آنان را خوب می‌شناسیم، درحالی‌که آنان را هرگز ملاقات نکرده‌ایم.
شری ترکل (۱۹۹۶)	گمنامی در اجتماع‌های مجازی به افراد این فرصت را می‌دهد که خودشان را چندگانه بیان کنند یا جنبه‌های بیان نشده وجودشان را بروز دهند، با هویتشان بازی کنند و سعی نمایند تا هویت جدیدی بسازند؛ هویتی که ممکن است سیال و چندگانه باشد.

فرضیه‌های تحقیق

بین میزان بهره‌مندی افراد از فضای مجازی و میزان هویت گروهی آنان رابطه وجود دارد.
بین میزان بهره‌مندی افراد از فضای مجازی و میزان هویت اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.
بین میزان بهره‌مندی افراد از فضای مجازی و میزان هویت دینی آنان رابطه وجود دارد.
بین میزان بهره‌مندی افراد از فضای مجازی و میزان هویت ملی و تاریخی آنان رابطه وجود دارد.
بین میزان بهره‌مندی افراد از فضای مجازی و میزان هویت مجازی آنان رابطه وجود دارد.
بین میزان بهره‌مندی افراد از فضای مجازی و میزان هویت آنان رابطه وجود دارد.
بین متغیرهای زمینه‌ای (نظیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی و وضعیت آموزشی) با متغیر وابسته رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر به منظور دستیابی به اهداف مطرح در سؤال‌های پژوهش انجام شده است. پژوهش مورد نظر از نوع تبیینی و طرح تحقیق آن شبه‌آزمایشی است. بر این مبنا اندازه‌هایی از حداقل دو گروه از افراد (باتجربه بالای حضور در فضای مجازی به عنوان گروه آزمون و فاقد این تجربه به عنوان گروه شاهد) در مقطع زمانی گردآوری و میزان تفاوت دو گروه در مورد متغیر وابسته (هویت جوانان) مقایسه می‌شود. به‌منظور آزمودن فرضیه‌ها از آزمون‌های آماری نظیر χ^2 مان ویتنی و اسپیرمن استفاده شده است. نهایتاً، برای آزمودن مدل نظری تدوین شده در پژوهش حاضر از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری سود برده شده است. این مدل نشان می‌دهد که تا چه میزانی مدل نظری با واقعیت تجربی مطابقت دارد. لیزرل یا مدل‌یابی معادله‌های ساختاری تکنیک تحلیل چند متغیری بسیار کلی و نیرومندی از خانواده رگرسیون چندمتغیری و به بیان دقیق‌تر بسط مدل خطی کلی است که به پژوهشگر امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به گونه هم‌زمان آزمون کند. مدل‌یابی معادله ساختاری رویکرد جامعی برای آزمون فرضیه‌هایی درباره روابط متغیرهای مشاهده شده و مکنون است (هومن، ۱۳۸۴: ۱۱). در این مطالعه از ابزار پرسشنامه محقق ساخته به منظور جمع‌آوری اطلاعات بهره گرفته شد و نوع کسب اطلاعات به شکل مصاحبه رو در رو با استفاده از پرسشگران مجرب و آموزش دیده دنبال شد. جامعه آماری تحقیق مورد نظر شامل تمامی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن و در حدود ۱۹۴۹۸ نفر بود که در چهار مقطع کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری تحصیل می‌کردند. حجم نمونه برآورد شده با فرمول کوکران برابر با ۱۰۱۰ نفر با میزان خطا ۰/۰۳ در نظر گرفته شد. با توجه به اینکه احتمال دارد برخی پرسشنامه‌ها به‌طور کامل تکمیل نشده یا مخدوش شده باشند، این افراد در چهار گروه انسانی، علوم پایه، فنی و مهندسی، و کشاورزی بررسی شدند. با توجه به موضوع مورد مطالعه در پژوهش حاضر، نمونه‌گیری تعیین تعداد نمونه‌ها در سطح واحد بر

مبنای نمونه‌گیری سهمیه‌ای متناسب با حجم جمعیت هر گروه خواهد بود. در داخل هر گروه نمونه‌گیری و انتخاب پاسخگویان به صورت تصادفی انجام شده است.

$$\frac{\frac{t^2(\theta)}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2(\theta)}{d^2} - 1 \right)} = \frac{\frac{(1.0)^2 (.5 * .5)}{.0^2}}{1 + \frac{1}{19498} \left(\frac{(1.0)^2 (.5 * .5)}{.0^2} - 1 \right)} = 1010$$

یافته‌ها

متغیرهای زمینه‌ای و مستقل

جدول ۳ فراوانی متغیرهای زمینه‌ای و مستقل نظیر جنسیت، گروه تحصیلی، استفاده از اینترنت، مدت استفاده به سال، میزان استفاده در روز و داشتن دوست اینترنتی را در جمعیت نمونه نشان می‌دهد.

جدول ۳. فراوانی متغیر جنسیت

درصد فراوانی	فراوانی	جنسیت
۴۲/۸	۳۴۲	مرد
۴۷/۲	۳۷۷	زن
۱۰	۸۰	بدون پاسخ
۱۰۰	۷۹۹	کل
درصد فراوانی	فراوانی	گروه تحصیلی
۱۲/۸	۱۰۲	انسانی
۶۴/۱	۵۱۲	علوم پایه
۲۱/۸	۱۷۴	فنی-مهندسی
۱/۴	۱۱	کشاورزی

درصد فراوانی	فراوانی	آیا از اینترنت استفاده می‌کنید؟
۱۰/۳	۸۲	خیر
۸۵	۶۷۹	بله
۴/۸	۳۸	بدون پاسخ
درصد فراوانی	فراوانی	تقریباً چند سال است که از اینترنت استفاده می‌کنید؟
۲/۵	۲۰	کمتر از یک سال
۴۲/۷	۳۴۱	دو تا پنج سال
۳۵/۳	۲۸۲	شش تا ده سال
۳/۵	۲۸	بیشتر از ده سال
۱۶	۱۲۸	بدون پاسخ
درصد فراوانی	فراوانی	آیا دوست اینترنتی دارید؟
۳۸/۳	۳۰۶	بله
۵۴/۳	۴۳۴	خیر
۷/۴	۵۹	بدون پاسخ

جدول ۳ نشان می‌دهد در حدود ۸۵ درصد از پاسخگویان از اینترنت استفاده می‌کنند. بیشترین فراوانی استفاده‌کنندگان از اینترنت متعلق به گروه ۲ تا ۵ سال است که ۴۲/۷ درصد کل نمونه را تشکیل می‌دهند. در میان کسانی که از اینترنت استفاده می‌کنند، بیشترین فراوانی مربوط به میزان استفاده در روز متعلق به کسانی است که بین ۱ تا ۲ ساعت از اینترنت استفاده می‌کنند. بیش از ۳۸ درصد از کسانی که از اینترنت استفاده می‌کنند عنوان کردند که دوست اینترنتی دارند.

آزمون فرضیه‌ها

جدول ۴. آزمون u مان ویتنی

ردیف	متغیرها	U مان ویتنی	W ویلکاکسون	Z	معناداری (دو دامنه)
۱	هویت گروهی	۲۳۸۸۴/۵۰۰	۲۴۰۶۹۵/۵۰۰	-۰/۰۷۸	۰/۹۳۸
۲	هویت اجتماعی	۳۰۸۹۲/۵۰۰	۳۵۷۴۳/۵۰۰	-۰/۱۶۴	۰/۸۶۹
۳	هویت دینی	۲۷۶۹۱/۰۰۰	۲۲۵۱۹۷/۰۰۰	-۰/۸۰۸	۰/۴۱۹
۴	هویت ملی و تاریخی	۳۶۵۲۱/۵۰۰	۴۳۷۸۱/۵۰۰	-۱/۸۱۴	۰/۰۷۰
۵	هویت مجازی	۴۰۰۴۸/۵۰۰	۲۷۰۹۰۸/۵۰۰	-۰/۲۹۸	۰/۷۶۶
۶	پایگاه اجتماعی-اقتصادی	۱۷۲۸۳/۵۰۰	۱۹۲۳۷/۵۰۰	-۰/۰۸۰	۰/۹۳۶

جدول ۵. آزمون همبستگی اسپیرمن ابعاد متغیر وابسته با میزان استفاده از اینترنت

ردیف	آزمون همبستگی متغیرها	همبستگی اسپیرمن	معناداری
۱	رابطه میزان استفاده از اینترنت با متغیر هویت گروهی	۰/۰۱۰	۰/۷۹۳
۲	رابطه میزان استفاده از اینترنت با متغیر هویت اجتماعی	-۰/۰۷۲	۰/۰۶۸
۳	رابطه میزان استفاده از اینترنت با متغیر هویت دینی	-۰/۰۶۵	۰/۱۰۳
۴	رابطه میزان استفاده از اینترنت با متغیر هویت ملی و تاریخی	-۰/۰۸۶	۰/۰۲۴
۵	رابطه میزان استفاده از اینترنت با متغیر هویت مجازی	-۰/۱۰۲	۰/۰۰۸
۶	رابطه میزان استفاده از اینترنت با متغیر هویت یابی	-۰/۱۴۵	۰/۰۰۰

فرضیه ۱. بین میزان بهره‌مندی (کمی و کیفی) دانشجویان از فضاهای مجازی و وضعیت هویت گروهی آنان رابطه وجود دارد.

نتیجه آزمون u مان ویتنی برای مقایسه متغیر هویت گروهی نشان می‌دهد چون عدد معناداری بسیار بیشتر از آستانه ۰/۰۵ است، بین این دو گروه از نظر میزان هویت گروهی تفاوت معناداری وجود ندارد. در

مرحله بعد، این متغیر در بین استفاده‌کنندگان از اینترنت با توجه به میزان استفاده آن‌ها بررسی می‌شود. برای این منظور میان متغیر میزان استفاده و متغیر هویت گروهی از همبستگی اسپیرمن استفاده می‌شود. همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود شدت رابطه بسیار ضعیف و عدد معناداری آن بسیار بالاتر از آستانه $0/05$ است. لذا، می‌توان گفت ارتباط معناداری میان این دو متغیر وجود ندارد و فرضیه اول این تحقیق رد می‌شود. فرضیه ۲. بین میزان بهره‌مندی (کمی و کیفی) دانشجویان از فضاهای مجازی و وضعیت هویت اجتماعی آنان رابطه وجود دارد.

نتیجه آزمون U مان ویتنی در مقایسه متغیر هویت اجتماعی نشان می‌دهد چون عدد معناداری بسیار بیشتر از آستانه $0/05$ است، بین این دو گروه از نظر میزان هویت اجتماعی تفاوت معناداری وجود ندارد. در مرحله بعد، این متغیر در بین استفاده‌کنندگان از اینترنت با توجه به میزان استفاده آن‌ها بررسی می‌شود. برای این منظور میان متغیر میزان استفاده و متغیر هویت اجتماعی از همبستگی اسپیرمن استفاده می‌شود. همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، رابطه‌ای ضعیف و منفی در نمونه میان این دو متغیر وجود دارد اما چون عدد معناداری آن بالاتر از آستانه $0/05$ است، نمی‌توان آن را به جمعیت تعمیم داد. لذا، می‌توان گفت ارتباط معناداری میان این دو متغیر وجود ندارد و فرضیه دوم این تحقیق نیز رد می‌شود.

فرضیه ۳. بین میزان بهره‌مندی (کمی و کیفی) دانشجویان از فضاهای مجازی و وضعیت هویت دینی آنان رابطه وجود دارد.

نتیجه آزمون U مان ویتنی نشان می‌دهد بین دو گروه استفاده‌کنندگان از اینترنت و کسانی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند از نظر میزان هویت دینی تفاوت معناداری وجود ندارد. در مرحله بعد، این متغیر در بین استفاده‌کنندگان از اینترنت با توجه به میزان استفاده آن‌ها بررسی می‌شود. برای این منظور میان متغیر میزان استفاده و متغیر هویت دینی از همبستگی اسپیرمن استفاده می‌شود. همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، رابطه‌ای ضعیف و منفی در نمونه میان این دو متغیر وجود دارد اما چون عدد معناداری آن بالاتر از آستانه $0/05$ است، نمی‌توان آن را به جمعیت تعمیم داد. لذا، می‌توان گفت ارتباط معناداری میان این دو متغیر وجود ندارد و فرضیه سوم این تحقیق نیز رد می‌شود.

فرضیه ۴. بین میزان بهره‌مندی (کمی و کیفی) دانشجویان از فضاهای مجازی و وضعیت هویت ملی و تاریخی آنان رابطه وجود دارد.

نتیجه آزمون U مان ویتنی نشان می‌دهد چون عدد معناداری بیشتر از آستانه $0/05$ است، بین این دو گروه از نظر میزان هویت دینی تفاوت معناداری وجود ندارد (اگرچه عدد معناداری نسبت به فرضیه‌های قبلی به آستانه نزدیک‌تر است). در مرحله بعد، این متغیر در بین استفاده‌کنندگان از اینترنت با توجه به میزان استفاده آن‌ها بررسی می‌شود. برای این منظور میان متغیر میزان استفاده و متغیر هویت ملی و تاریخی از همبستگی اسپیرمن استفاده می‌شود. همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، رابطه‌ای ضعیف و منفی در نمونه میان این دو متغیر وجود دارد. عدد معناداری آن نیز پایین‌تر از آستانه $0/05$ است، پس می‌توان آن را

به جمعیت تعمیم داد. لذا، می توان گفت ارتباط معناداری میان این دو متغیر وجود دارد و فرضیه چهارم این تحقیق تأیید می شود.

فرضیه ۵. بین میزان بهره مندی (کمی و کیفی) دانشجویان از فضاهای مجازی و وضعیت هویت مجازی آنان رابطه وجود دارد.

نتیجه آزمون U مان ویتنی نشان می دهد چون عدد معناداری بسیار بیشتر از آستانه $0/05$ است، بین این دو گروه از نظر میزان هویت مجازی تفاوت معناداری وجود ندارد. در مرحله بعد این متغیر در بین استفاده کنندگان از اینترنت با توجه به میزان استفاده آن ها بررسی می شود. برای این منظور میان متغیر میزان استفاده و متغیر هویت مجازی از همبستگی اسپیرمن استفاده می شود. همان طور که در جدول ۵ مشاهده می شود، رابطه ای ضعیف و منفی در نمونه میان این دو متغیر وجود دارد و عدد معناداری آن پایین تر از آستانه $0/05$ است. پس می توان آن را به جمعیت تعمیم داد. لذا، می توان گفت ارتباط معناداری میان این دو متغیر وجود دارد و فرضیه پنجم این تحقیق تأیید می شود.

فرضیه ۶. بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی دانشجویان و وضعیت هویت مجازی آنان رابطه وجود دارد. نتیجه آزمون U مان ویتنی نشان می دهد میان گروه استفاده کننده از اینترنت و سایرین تفاوت معناداری از نظر پایگاه اجتماعی - اقتصادی وجود ندارد. بنابراین، پایگاه اجتماعی - اقتصادی تأثیری در استفاده یا عدم استفاده از اینترنت ندارد. در مرحله بعد باید این موضوع بررسی شود که آیا میان استفاده از اینترنت و هویت پذیری دانشجویان ارتباط معناداری وجود دارد. برای این کار از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. با توجه به جدول ۵، می توان گفت متغیر کلی هویت یابی که ترکیبی از تمام متغیرهای هویت یابی است با میزان استفاده از اینترنت رابطه معناداری دارد. شدت این رابطه کم و جهت آن منفی است.

حال بررسی پایگاه اجتماعی - اقتصادی بر میزان هویت یابی از دو طریق ممکن است. یکی، کنترل اثر پایگاه اجتماعی - اقتصادی در رابطه میان دو متغیر هویت یابی و میزان دسترسی است (جدول ۶). با توجه به جدول ۶، می توان گفت حتی با کنترل پایگاه اجتماعی - اقتصادی نیز ارتباط میان دسترسی به فضای مجازی و هویت یابی معنادار نیست؛ یعنی، بخش قابل توجهی از ارتباط میان هویت پذیری و دسترسی به فضای مجازی تحت تأثیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی افراد قرار دارد.

جدول ۶. همبستگی میان هویت یابی و میزان دسترسی به فضای مجازی با کنترل متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی

دسترسی	میزان دسترسی به فضای مجازی	
-۰/۰۹۴	همبستگی	هویت
۰/۰۱۴	معناداری (دو دامنه)	
۶۷۶	درجه آزادی	

دومین راه برای بررسی اثر پایگاه اجتماعی- اقتصادی مقایسه میزان رابطه دسترسی به اینترنت و هویت‌یابی افراد در سه گروه طبقاتی بر اساس پایگاه اجتماعی- اقتصادی است. برای این منظور، افراد بر اساس میزان پایگاه اجتماعی- اقتصادی به سه گروه بالا، متوسط و پایین تقسیم شدند. میزان همبستگی میان هویت‌یابی و دسترسی به فضای مجازی در این سه گروه در جدول ۷ آمده است.

جدول ۷. همبستگی میان هویت‌یابی و میزان دسترسی به فضای مجازی بر اساس پایگاه اجتماعی- اقتصادی

پایگاه اجتماعی- اقتصادی	بالا	متوسط	پایین
همبستگی	۰/۱۵۷-	۰/۱۶۳-	۰/۰۴۶-
هویت	۰/۱۰۲	۰/۰۰۲	۰/۵۰۱
درجه آزادی	۱۰۹	۳۴۹	۲۲۰

لذا، رابطه میان دسترسی به فضای مجازی و هویت‌یابی جوانان در طبقه متوسط معنادار و منفی است. اما این رابطه در سایر طبقات معنادار نیست.

مدل سازی معادلات ساختاری

برای آزمون مدل نظری تدوین شده در پژوهش حاضر از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری سود برده شده است. این مدل نشان می‌دهد تا چه میزانی مدل نظری با واقعیت تجربی مطابقت دارد.

نتایج شکل ۱ نشان می‌دهد که رابطه بین هویت‌یابی دانشجویان (Id) به عنوان متغیر وابسته که با پنج بعد هویت ملی و تاریخی، هویت دینی، هویت گروهی، هویت اجتماعی، و هویت مجازی سنجش شد و متغیرهای تغییر ارزش‌ها (vc)، اعتماد اجتماعی (st)، نوگرایی (mo) و از خودبیگانگی (al) به عنوان متغیرهای بینابینی با پایگاه اقتصادی و اجتماعی (ses) و میزان حضور در فضای سایبر (ws) به عنوان متغیرهای مستقل با داده‌های واقعی مشابهت بسیاری وجود دارد.

دومین شاخص به کار گرفته شده به منظور مقایسه برآزش داده‌های نظری با داده‌های واقعی ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب (RMSEA) است. در صورتی که مقدار این عدد نزدیک به صفر باشد، می‌توان ادعا کرد که پیش‌بینی مدل تدوین شده مطابقت بیشتری با واقعیت دارد. حد نصاب قابل قبول این شاخص حداکثر ۰/۰۸ است (بقایی و اسماعیلی، ۱۳۸۸). مقدار این شاخص در مدل نظری حاضر ۰/۰۶ است که بر این اساس می‌توان ادعا کرد مدل نظری تدوین شده برآزش قابل قبولی با واقعیت دارد (شکل ۱).

نتیجه‌گیری

برخلاف مطالعات پیشین نظیر محسنی و همکاران (۱۳۸۵) و ویتل (۱۹۹۷)، مطالعه حاضر همانند آلبرو (مهدی‌زاده، ۱۳۸۱) و مهدوی (۱۳۸۶) نشان می‌دهد که اینترنت تأثیری مثبت بر انزوای اجتماعی دارد، زمینه فردگرایی را فراهم می‌کند و از میزان هویت گروهی می‌کاهد. این نتیجه در تحقیق حاضر اگرچه تنها تعمیم‌پذیر به جمعیت نمونه است، با این حال مرور پاسخ‌های پاسخگویان نیز نشان می‌دهد که بیش از ۵۵ درصد آن‌ها معتقد به فردگرایی و جهت‌گرایی به سمت دوری از گروه بودند. این گروه‌ها از سطح دوستان شروع و تا سمت گروه‌های بزرگ‌تر در اجتماع حرکت کرده است. تبیین پاسخ‌های به‌دست آمده نشانگر تأیید تجربی مباحث نظری است (Bullen, Pat & Niki Harre, 2000). چنانچه متولیان امر سیاستگذاری مناسبی نداشته باشند، بایستی شاهد حرکت به سمت فردمحوری کامل باشیم. در چنین شرایطی جامعه در ابعاد کارکردی اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی دچار اختلال خواهد شد. بسیاری امور که نیازمند همیاری و کمک و تعاون اعضای جامعه است انجام نخواهد شد یا در حد محدود درون گروهی شکل خواهد گرفت. این موضوع فارغ از تأثیرگذاری فضای وب قابل تأمل و بررسی است.

زندگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی، هویت و فشارهای تعلق به گروه‌ها را کاهش می‌دهد، در حالی که فرصت، امکان، جهانی شدن و عدم قطعیت را از طریق مشارکت در شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌دهد (دوران، ۱۳۸۱: ۱۰۱-۱۰۲). هویت در اجتماع‌های مجازی جامعه اطلاعاتی در مسیر فراملیتی شدن حرکت می‌کند.

رابطه بسیار ضعیف و معکوس و معناداری بین سال‌های استفاده از اینترنت و هویت ملی وجود دارد. تنها ۵۴ درصد پاسخگویان گرایش مثبت به هویت ملی داشتند. توجه به این موضوع نیازمند بررسی فوری و کامل است، چرا که برای توسعه اقتصادی هر جامعه‌ای یکی از پیش شرط‌های مهم وجود، قوت و گسترش حس هویت ملی به‌منظور به‌کارگیری توان‌مندی داخلی است. در رابطه با حوزه سیاسی نیز این موضوع زمینه و شرایط دفاع از جامعه در مقابل تهدیدهای احتمالی خارجی را فراهم می‌آورد، به‌ویژه برای دانشجویان که از توان‌مندی‌های بالقوه هر جامعه برای دفاع از خود به‌شمار می‌آیند. تأثیر اینترنت بر این بعد از هویت مثبت است که این موضوع نیز باید مورد توجه سیاستگذاران قرار گیرد.

نتایج نشانگر گرایش تقریباً ضعیف پاسخگویان به هویت اجتماعی بود. این بعد از هویت نیز همانند هویت گروهی به‌واسطه حضور مستمر افراد در رایاسپهر و شکل‌گیری گروه‌های مجازی از قوت هویت اجتماعی می‌کاهد. در شرایطی که هویت اجتماعی برای افراد اهمیت لازم را ندارد، در حوزه اجتماعی دچار اختلال کارکردی خواهیم بود. افزایش استرس و اضطراب و افزایش بیماری‌های روحی و روانی و کاهش شادابی جامعه از جمله عوارض مستقیم چنین وضعیتی است. این شرایط برای افرادی در سنین دانشجویی بسیار مهم است.

مارک پاستر (۱۳۷۷) معتقد است رسانه‌های جدید باعث تغییر ذهنیت و هویت افراد می‌شوند، به‌طوری

که باید کارکرد اصلی رسانه‌های جدید الکترونیکی را شکل‌دهی ذهنیت جدید دانست. این ذهنیت خود هویت جدیدی می‌سازد. گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و بنابراین اطلاعات رسانه‌ای الکترونیکی آثار عمیقی بر شیوه زندگی و تفکر ما درباره خود و محیط اطرافمان بر جای گذاشته است.

نتایج به‌دست آمده از مطالعه نشانگر آن است که امور فرهنگی و تبلیغی دینی به‌ویژه در سطح جوانان نیازمند بازنگری جدی است. نتایج نشان‌دهنده گرایش پاسخگویان به اعمال دینی فردی و دوری از اعمال دینی جمعی است. قوت هویت دینی میان کسانی که از اینترنت استفاده می‌کنند در مقایسه با کسانی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند نیز قابل توجه است. این نتایج به‌نظر برخلاف برداشت نظری و نگرش عمومی جامعه است و لازم است مطالعه مناسب دیگری در این زمینه صورت گیرد تا ضمن ارزیابی مجدد، ابعاد تبیین‌نشده آن بررسی شود.

نهایتاً، باید به هویت کلی ساخته شده از ابعاد آن اشاره کرد. نتایج نشان‌دهنده وجود رابطه معکوس بین سال‌های استفاده از اینترنت و هویت است. بر همین اساس ضرورت دارد سیاستگذاران حوزه فرهنگی و اجتماعی به شیوه و روش‌های اصلاحی و جبرانی توجه داشته باشند.

همچنین، برخی متغیرهای مهم جامعه‌شناختی متغیرهای بینابینی در مطالعه حاضر بودند که نوع رابطه هر کدام از متغیرهای زمینه‌ای بر متغیرهای بینابینی و متغیرهای زمینه‌ای و بینابینی بر متغیر هویت به‌شرح زیر است:

تأثیر میزان استفاده از اینترنت یا دسترسی به فضای وب بر هویت کلی و اعتماد اجتماعی معکوس و بر تغییر ارزش‌ها، نوگرایی و ازخودبیگانگی مستقیم است.

تأثیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی دانشجویان بر هویت کلی و اعتماد اجتماعی و ازخودبیگانگی معکوس و بر تغییر ارزش‌ها و نوگرایی مستقیم است.

تأثیر وضعیت آموزشی (بالارفتن ترم و سال تحصیلی) دانشجویان بر هویت کلی، اعتماد اجتماعی و ازخودبیگانگی معکوس و بر تغییر ارزش‌ها و نوگرایی مستقیم است.

متغیرهای بینابینی تغییر ارزش‌ها، نوگرایی و ازخودبیگانگی تأثیر مثبت و اعتماد اجتماعی تأثیر منفی بسیار ضعیف بر هویت کلی دانشجویان دارند.

در این مطالعه، برخی متغیرهای مهم جامعه‌شناختی مطالعه شد. توجه به نتایج به‌دست آمده، به‌ویژه در بخش توصیفی، کمک‌حال سیاستگذاران فرهنگی و سیاسی جامعه خواهد بود. همچنین، امید است این نتایج نقشه راه در نحوه تعامل با فضای وب و گسترش مثبت و کارای آن قلمداد گردد. با این حال می‌توان ادعا کرد که فضای وب تنها دارای آثار مثبت نیست، همچنین تماماً منفی نیز نخواهد بود.

در هر صورت می‌توان ادعا کرد که رایاسپهر با توجه به ویژگی‌های خاص خود تأثیر بسزایی در شکل‌گیری هویت افراد، به‌ویژه جوانان دارد. رشد و گسترش صورت‌های متفاوتی از ابزار ارتباطی، شرایطی را فراهم آورده که فاصله‌های مکانی از بین رفته است. این وضعیت زمینه ظهور دنیای جدید با عناصر جدید

و ارتباطات نویی را فراهم آورده است که در زمان‌های گذشته فراهم نبود. شکل‌گیری ارتباطات جدید میان افراد با ویژگی‌های متفاوت، مرزبندی‌های گذشته را سست و تقسیم‌بندی‌های جدیدی را شکل داده است. بر همین اساس، ویژگی‌های گروهی و منزلتی نوینی نیز پدید آمده است که در بسیاری از مواقع این ویژگی‌های گروهی و هویت منتج از آن متفاوت از آن چیزی بوده است که افراد حاضر در شبکه نوین ارتباطی در گذشته داشته‌اند.

یکی از ویژگی‌های برجسته شرایط نو شکل‌گیری هویت نه بر مبنای واقعیت‌ها که بر مبنای علایق و آرزوی‌های فردی است که در این شبکه‌ها حضور دارند. این هویت یا هویت‌ها با توجه به ویژگی‌های شبکه متفاوت است و گاه زمینه ظهور چندین هویت را فراهم آورده است که هرکدام در تقابل و تضاد با دیگری‌اند و همه آن‌ها با هویت واقعی و درگیر در زندگی روزمره در تضادند. این روابط با صبغه تضادآمیز زمینه بروز ناهنجاری رفتاری و شخصیتی را فراهم می‌آورد. تعامل با دیگران با چندین هویت متفاوت زمینه بی‌ثباتی رفتاری را فراهم آورده و امکان پیش‌بینی‌پذیری رفتار این گروه را کمتر خواهد کرد. کاهش پیش‌بینی‌پذیری رفتار این افراد زمینه بروز خطرهای اجتماعی و سیاسی را گسترده خواهد کرد. این مسئله زمانی اهمیت بیشتری می‌یابد که بدانیم جوانان بزرگ‌ترین سهم از استفاده از این شبکه‌های مجازی ارتباطی را به‌خود اختصاص داده‌اند. این گروه به‌واسطه استحکام کمتر قالب هویتی سهل‌تر از سنین بالاتر دچار تغییرات هویتی می‌شوند. یافته‌های تحقیق به‌درستی نشان می‌دهند حضور در رایاسپهر از طریق تأثیرگذاری غیرمستقیم و باواسطه در شکل‌دهی هویت جوانان مؤثر است. میزان حضور در رایاسپهر بر تغییر ارزش‌ها، از خودبیگانگی و نوگرایی تأثیر مثبت و با میزان اعتماد اجتماعی رابطه منفی دارد. توجه به رابطه این متغیرها با متغیر هویت‌یابی جوانان نیز قابل توجه است و نشان‌دهنده مسیر تأثیرگذاری حضور در رایاسپهر بر هویت جوانان است. این موضوع ممکن است زمینه بهره‌گیری از شرایط را فراهم آورد. این بهره‌گیری دو جنبه مثبت و منفی دارد. بنابراین، سیاستگذاران فرهنگی و اجتماعی جامعه چنانچه به‌درستی برنامه‌ریزی کنند می‌توانند از این فرصت استفاده نمایند. در غیر این صورت گروه‌های برنامه‌ریز دیگر شرایط بهره‌برداری به نفع خود را فراهم خواهند کرد.

منابع

- استیونسون، نیک (۱۳۸۴)، رسانه‌های جدید و جامعه اطلاعاتی، ترجمه پیروز ایزدی، فصلنامه وسایل ارتباط جمعی، سال ۱۶، شماره ۲.
- امیدوار، احمدعلی؛ صارمی علی اکبر (۱۳۸۱)، اعتیاد اینترنتی: توصیف، آسیب‌شناسی، پیشگیری، درمان و مقیاس‌های سنجش اختلال اعتیاد اینترنتی، مشهد: مرکز مشاوره و خدمات روان‌شناختی پردیس.
- اولسون، جین و ویندال، سون و سیگنایتر، بنو (۱۳۷۶)، کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- بقایی، علی؛ اسماعیلی، محمدجواد (۱۳۸۸)، عوامل اجتماعی مؤثر بر هویت دانشجویان دانشگاهی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی، پژوهشنامه علوم اجتماعی، سال ۳، شماره ۴، زمستان.
- پاستر، مارک (۱۳۷۷)، عصر دوم رسانه‌ها، ترجمه غلامحسین صالح‌یار، تهران: انتشارات مؤسسه ایران.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۷)، رسانه و بحران در عصر فراواقعیت (با تأکید بر بحران هویت)، پژوهش‌های ارتباطی، سال ۱۵، شماره ۵۶، ص ۵۵-۹۳.
- تامپسون، جان بروکشایر (۱۳۸۰)، رسانه‌ها و نوگرایی نظریه اجتماعی در مورد رسانه‌ها، ترجمه کسمایی ایثاری، تهران: مؤسسه ایران.
- جوادی، علی محمد (۱۳۸۳)، بررسی میزان و نوع استفاده از اینترنت و تأثیر آن بر ارزش‌های خانواده، رساله کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۱)، تأثیر فضای سبیرنتیک بر هویت اجتماعی، رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۵)، تأثیر اینترنت بر هویت همالان، فصلنامه ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال ۲، شماره ۵، ص ۱۰۹-۱۳۶.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۳)، جوانان و فراغت مجازی، فصلنامه مطالعات جوانان، شماره ۶.
- شکوری، علی؛ رفعت‌جاه، مریم (۱۳۸۷)، اینترنت و هویت اجتماعی، نشریه جهانی رسانه، دوره ۵، شماره ۵، انتشارات دانشگاه تهران.

- کاستلر، مانوئل (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو.
- عباسی قادی، مجتبی و خلیلی، کاشانی مرتضی (۱۳۸۹)، تاثیر اینترنت بر هویت ملی. تهران: نشر پژوهشکده مطالعات کاربردی.
- گنجی، احمد (۱۳۸۵)، بررسی الگوی کاربران اینترنت و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن، رساله کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، استاد راهنما: سعید معیدفر، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی، [شماره ۳۶۵۰].
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)، پیامدهای مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- مهدوی، محمدصادق؛ اکبری حسین (۱۳۸۶)، هویت‌یابی جوانان در محیط‌های مجازی، فصلنامه مطالعات میان فرهنگی، شماره ۵.
- مهدی‌زاده، سیدمهدی (۱۳۸۱)، جامعه شبکه‌ای، ذهنیت و هویت ناپایدار، در سایت www.bashgah.net.
- محسنی، منوچهر؛ دوران، بهزاد؛ سهرابی، محمدهادی (۱۳۸۵)، بررسی آثار استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی کاربران اینترنت (در میان کاربران کافی‌نت‌های تهران)، مجله جامعه‌شناسی، سال هفتم، شماره ۴ (پیاپی ۱۶)، زمستان.
- نورمحمدی، مرتضی (۱۳۸۸)، چالش‌های هویت و فرهنگ در فضای مجازی، هفته‌نامه پگاه، شماره ۲۶۱.
- هومن، حیدرعلی (۱۳۸۴)، مدل‌یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل، سمت.

- Baudrillard, Jean (1983), *In the Shadow of the Silent Majorities. Or, the End of the Social and Other Essays*, translated by Paul Foss, Paul Patton and John Johnston, New York: Semiotext.
- Brooker, Peter (2003), *A Glossary of Cultural Theory*, London: Arnold, a member of the Hodder Headline Group.
- Bullen, Pat; Harre, Niki (2000), *The Internet: Its Effects on Fatety and Behaviour Implications for Adolescents*, Department of Psychology, University of Auckland.
- Castells, Manuel (1989) *The Informational City*, Oxford: Blackwell.
- Gibson, William (1984), *Neuromancer*, New York: Ace.
- Giddens, Anthony (1991), *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Stanford, CA: Stanford University Press.
- Habermas, Jurgen (1987), *The Theory of Communicative Action*, Translated by T. McCarthy, Cambridge: Polity Press.
- Cerulo, Karen A. (1997). *Identity Construction: New Issues, New Directions*, *Annual Review of Sociology*, Vol. 23, , pp. 385-409.
- López-Martínez, Blanca. (2001), *Identity in Cyberspace*, available at: mathstar.nmsu.edu/educ621/blanca2001.html (December 2007).
- Lynch, Dianne (2006), *Rehearsing the real: Children's identity development in*

virtual spaces, McGill University.

Storm, A King (1996), Is the Internet Addictive or Are Addicts Using the Internet.

Tindel, Elizabeth (2001), Pathological Internet Use in University Student, Queensland University of Technology.

Turkle, Sherry (1996), Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet, New York: Simon and Schuster.

Vrooman, Steven S. (2002), The art of invective performing identity in cyberspace, New media and Society, Vol4, No1, pp: 51-70.

Waters, Malcolm (1996), Daniel Bell, London & New York: Routledge.

Whittle, David B. (1997), Cyberspace: The Human Dimension, New York: W. H. Freeman and Company.

www.europeansocialsurvey.org/

<http://news.blogfa.com/post/113>

