

## هویت های دوگانه در فضای مجازی و واقعی بر اساس تجارب زیسته نوجوانان؛ تحلیل مضمون

بهجت شهابی عنبران<sup>۱</sup>، علی جعفری<sup>۲\*</sup>، شهناز هاشمی<sup>۳</sup>، محمد سلطانی فر<sup>۴</sup>

۱) دانشجوی دکتری گروه علوم ارتباطات، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران

۲) دانشیار گروه علوم ارتباطات، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران

۳) دانشیار گروه مشارکت ها و ارتباطات، سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی، وزارت آموزش و پرورش، تهران، ایران

۴) دانشیار گروه علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

\*نویسنده مسئول: ali.jafari@iau.ac.ir

تاریخ پذیرش مقاله ۱۴۰۱/۱۱/۱۹

تاریخ دریافت مقاله ۱۴۰۱/۰۸/۱۴

### چکیده

امروزه رسانه ها در فضای مجازی برخلاف رسانه های سنتی پارادایمی را ایجاد کرده اند که مخاطبان با دو جهان واقعی و مجازی روبرو شده اند. هدف پژوهش حاضر شناسایی هویت های دوگانه در فضای مجازی و واقعی بر اساس تجربه زیسته نوجوانان بود که به روش پژوهش کیفی و با روش تحلیل مضمون انجام گرفت. ۱۶ شرکت کننده (دانش آموز) با استفاده از نمونه گیری هدفمند انتخاب و با استفاده از مصاحبه نیمه ساختار یافته مورد مصاحبه قرار گرفتند. نمونه گیری هدفمند تا رسیدن به اشباع نظری داده ها ادامه یافت. داده ها بر اساس فرایند تحلیل مضمون براون و کلارک و با استفاده از نرم افزار MAXQDA تحلیل شد. تحلیل داده ها به ۲۷۴ کد اولیه در ۱۸ مضمون پایه و ۶ مضمون اصلی شامل «هویت خانوادگی»، «هویت دینی»، «هویت فرهنگی»، «هویت ملی»، «هویت قومی» و «هویت جنسیتی» طبقه بندی شدند. نتایج نشان داد که فضای واقعی و مجازی منجر به شکل گیری هویت های متفاوت و بعضاً دوگانه در نوجوانان شده است.

کلید واژگان: فضای مجازی، فضای واقعی، هویت.

### مقدمه

جزء ذاتی این که بدانیم چه کسی هستیم عضویت در گروه یا گروه های اجتماعی است که از اعضای شبیه به یکدیگر تشکیل شده اند. سوم این که مسئله هویت به تفاوت ما با دیگران نیز مربوط می شود. بخشی از دانستن این که چه کسی هستیم دانستن این است که چه کسی نیستیم. چهارم، از آنجا که هویت اکتسابی است، انعطاف پذیر نیز هست و در برخی از جوامع انعطاف پذیرتر از برخی دیگر است. هویت تعریفی است که فرد یا گروه از «خود» یا «درون گروه» در مقایسه با «دیگری» یا «برون گروه» دارد (گیدنز، ۱۳۹۸: ۱۲۶).

رسانه ها در تکوین یا تغییر هویت تاثیر شگرفی داشته اند؛ زیرا رسانه ها بافت نمادین زندگی اجتماعی معاصر را

هویت دو معنای اصلی دارد: اولین معنای آن بیانگر مفهوم تشابه مطلق است. این با آن مشابه است. معنای دوم آن به مفهوم تمایز است که با مرور زمان سازگاری و تداوم را فرض می گیرد. به این ترتیب، به مفهوم شباهت از دو زاویه مختلف راه می یابد و مفهوم هویت به طور همزمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می سازد: از یک طرف، شباهت و از طرف دیگر تفاوت» (جنکینز، ۱۳۸۱: ۳۵). گیدنز با توجه تعاریف صورت گرفته از هویت، نتیجه می گیرد که هویت بر ساخت اجتماعی است. کیفیتی ثابت یا ذاتی نیست، بلکه ساخته می شود، سپس در تعامل با دیگران تغییر می کند. دوم این که هویت توأم با احساس تعلق است.

شکل می‌دهند. کارکرد رسانه برقراری ارتباط، برخورد آرا، ایده‌ها و برداشت‌های ذهنی، ایجاد فضای گفت‌وگو و ساخت افکار عمومی است. رسانه‌ها بویژه رسانه‌های الکترونیک، با توجه به قابلیت‌های ویژه، یکی از عوامل تسهیل‌کننده هویت‌یابی و تقویت آن یا زمینه‌ساز بحران هویت و بیگانگی افراد از فرهنگ، ارزش‌ها و باورهای خود هستند. رسانه در شرایط کنونی عامل مهم شکل‌دهی و جهت‌دهی، انسجام یا زوال، تحکیم یا تضعیف هویت است (قربان‌زاده سوار و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۱۲). به عبارت دیگر رسانه‌ها همان‌گونه که می‌توانند هویت‌ساز باشد می‌توانند هویت‌سوز نیز باشند و همان‌گونه که می‌توانند تدبیرکننده بحران باشند می‌توانند تولیدکننده بحران نیز باشند. در این راستا، استدلال می‌شود که فضای مجازی، مخصوصاً شبکه‌های اجتماعی مجازی، به شیوه‌ای متفاوت با رسانه‌های دوران صنعتی شدن عمل می‌کنند. رسانه‌ها در فضای مجازی، برخلاف رسانه‌های سنتی، عمدتاً پارادایمی را ایجاد کرده‌اند که مخاطبان با دو جهان واقعی و مجازی روبه‌رو شده‌اند. در این پارادایم تأکید اصلی بر وجود یک جریان جهانی شدن مجازی در کنار جریان جهانی شدن در جهان واقعی است. جهان اول با ویژگی‌های جغرافیامند بودن، حفظ کردن نظام سیاسی مبتنی بر دولت-ملت، طبیعی و صنعتی و محسوس بودن و احساس قدمت داشتن با جهان مجازی متمایز می‌شود. اما جهان مجازی بی‌مکان، فرازمان، صنعتی محض و بی-اعتنا به محدودیت‌های دولت-ملت‌هاست (در مقابل فضای واقعی ملتزم به محدودیت‌های دولت-ملت‌هاست). فرد در جهان مجازی از جا کنده می‌شود و اضطراب‌های وی افزایش پیدا می‌کند. در عین حال، همزمان با افزایش میزان تفاوت‌ها در اثر رشد استفاده عمومی از اینترنت، جهان بینی‌های افراد واگراتر می‌شود (گیبیز و ریمر، ۱۳۸۴: ۷۸).

رسانه‌های اجتماعی به سرعت در حال رشد بوده و به عناصر اساسی زندگی بسیاری از مردم تبدیل شده‌اند. در همین حال، رسانه‌های اجتماعی نیز به منبع فریب هویت

تبدیل شده‌اند. بسیاری از موارد فریب هویت رسانه‌های اجتماعی در چند سال گذشته رخ داده است (الحربی<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۱: ۱). رسانه‌های اجتماعی در فضای مجازی، به میلیاردها نفر اجازه می‌دهد بدون هیچ‌گونه سانسوری، افکار، دوست داشتن‌ها و دوست نداشتن‌های خود را به اشتراک بگذارند. با این وجود این فضا همواره دارای هویت‌های کاذب است و سرعت تغییر این هویت‌های فریبنده بسیار بالا است (وان در والت<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۸: ۸۲). به طور کلی، رشد چشم‌گیر فن‌آوری ارتباطی و اطلاعاتی بر تغییر هویت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جهان تأثیرهای گسترده‌ای داشته است و بیش‌تر از این تحولات تأثیر می‌پذیرد. فن‌آوری‌های ارتباطی با سرعت، سهولت و گستردگی روز افزون رهاوردها، رهیافته‌ها، رمزها و نشانه‌های هویتی متفاوت را در سراسرجهان منتشر می‌سازند. این رمزها وقتی که در متن یک جامعه دیگرگشوده می‌شوند، غالباً آشفتگی و بحران در هویت اقوام و ملل را به همراه دارند. روشن است که در چنین فرایندی پرسش از آینده جامعه و جهان و معنای «هویت» در دنیای ارتباطات مسأله‌ای جدی و حیاتی است.

نوجوانی یکی از چالش‌برانگیزترین، تنش‌زاترین و در عین حال مشکل‌سازترین دوران زندگی هم برای نوجوانان، هم برای والدین و هم معلمان و متخصصان است (حیاتی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱). نوجوانی یک دوره انتقالی از وابستگی دوران کودکی به استقلال و مسئولیت‌پذیری دوران جوانی و بزرگسالی است و منجر به تجدید ساختار شخصیت فرد می‌گردد. در این دوره، نوجوان با دو مسئله اساسی درگیر است: یکی بازنگری بازسازی ارتباط با والدین، بزرگسالان و جامعه و دیگری بازشناسی و بازسازی خود به عنوان یک فرد مستقل (شیردل و همکاران، ۱۴۰۰: ۶۹). این دوره اگرچه گذرا بوده ولی دوره حساسی است که افراد طی آن بلوغی را تجربه می‌کنند که بر رشد جسمانی، فیزیولوژیکی و روانشناختی آنان تأثیر می‌گذارد. تغییرات قابل ملاحظه‌ای

<sup>۱</sup> Alharbi

<sup>۲</sup> Van der Walt

موقعیت هویتی پیوندی، عناصر مختلفی از گفتمان‌های مختلف سنت (مانند مذهب و خانواده)، و مدرنیته (مانند ملی‌گرایی) دیده می‌شود که موجب تفاوت هویتی قابل توجه نوجوانان با بدنه‌ی اصلی جامعه می‌شود.

بنابر آنچه گفته شد در پژوهش حاضر به این سوال پاسخ داده می‌شود که هویت نوجوانان در فضای واقعی - مجازی چگونه است؟ برای پاسخ به این سؤال اساسی باید دید که تجارب زیسته نوجوانان در فضای واقعی و مجازی چگونه است؟

برخی از پژوهش‌های انجام شده در این حوزه عبارتند از:

حیدری و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان هویت‌یابی واقعی - وانمودی دختران در سیالیت فضای مجازی به این نتیجه رسیدند که مقوله هسته «فضای مجازی پژواک فضای واقعی و جولانگاه خودهای واقعی - وانمودی»، بازتاب دهنده روند هویت‌یابی دختران مورد مطالعه در فضای مجازی است که ناشی از تأثیر دوسویه ویژگی‌های روانشناختی - فیزیولوژیک - اجتماعی دختران و شرایط زیست فرهنگی - اجتماعی آنان در فضای واقعی جامعه است.

فخار و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان جهانی شدن و تأثیر آن بر هویت ملی در جمهوری اسلامی ایران به این نتیجه رسیدند دانشجویان در عین همبستگی و علاقه‌مندی به عناصر هویت ملی خود، همچون تاریخ، فرهنگ، زبان فارسی و آداب و سنن ایرانی تعامل با جهانی شدن و بهره‌گیری از عناصر مطلوب و ارزشمند آنرا موجب تقویت هویت ملی می‌دانند.

جعفری (۱۳۹۹) در پژوهش رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با ابعاد هویتی شهروندان شهر اردبیل به این نتیجه رسیدند که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ابعاد هویتی شهروندان رابطه منفی معنی‌داری وجود دارد رهبر مهرپو و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان تبیین رابطه شبکه اجتماعی مجازی اینستاگرام و بازتعریف هویت جنسیتی زنان به این نتیجه رسیدند که میان مدت

در مفهوم «خود» صورت می‌گیرد و همچنین با بحران‌های جسمانی و روانی مختلفی روبرو می‌شوند. در بحث روانشناسی رشد از دوره نوجوانی به عنوان بحرانی‌ترین دوره زندگی یاد شده است، به طوری که «استانلی هال» پدر روانشناسی نوجوانی و بلوغ، دوره نوجوانی را دوره فشار و طوفان می‌داند (کهاندانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲). یکی از مهمترین بحران‌هایی که فرد در این دوره تجربه می‌کند، بحران هویت است که در سازگاری شخصی، روابط اجتماعی، پیشرفت تحصیلی و طرح ریزی شغلی نوجوان اختلال عمده ایجاد می‌کند. از سویی دیگر دستیابی به هدف‌های مهم پرورشی با وجود آشفتگی و بحران هویت امری مشکل و غیرممکن است (مرعشیان و صفرزاده، ۱۳۹۶: ۸۱).

بحث هویت در میان قشر نوجوان به مثابه نقطه کانونی مسئله هویت، از اهمیت شایانی برخوردار است. نوجوان بخاطر گستره شبکه روابط و تماس به نسبت وسیعشان با وسایل ارتباط جمعی و افراد دارای هویت‌های مختلف، بیشتر با مسائل و تنش‌های ناشی از هویت سنتی و مدرن و چالش‌های ناشی از جامعه اطلاعاتی درگیر هستند. بنابراین نوجوان در مرکز فرآیند تمایز و تشابه هویتی قرار دارند. علاوه بر آن، از یک سو فضای مجازی و سایر متعلقات آن که عمدتاً موافق تغییر و تحول ویژگی‌های هویتی است، نوجوانان را با ویژگی‌های هویتی جدیدی آشنا می‌کند و از سوی دیگر بدنه فرهنگی جامعه بزرگتر معمولاً انتظار این‌همانی با فرهنگ سنتی و عناصر هویتی موجود را از آنها می‌طلبد. این وضعیت نامتعادل نه تنها منازعاتی هویتی می‌آفریند، بلکه در بیشتر اوقات به هویت‌هایی ترکیبی و دورگه منتهی می‌شود که با هویت مورد انتظار جامعه نیز متفاوت است. به عبارتی بهتر، چندگانه شدن زیست‌جهان‌ها (به قول برگر)، تأثیرات رسانه‌ای مدرنیته (گیدنز) و از دست رفتن ایمان به قطعیت و جاودانگی امور (به قول نظریه‌های گفتمانی یا پست‌مدرنیستی) موجبات ترکیب‌های خاص هویتی نوجوانان را فراهم می‌آورد. در این

زمان عضویت در اینستاگرام، میزان استفاده از اینستاگرام و در نهایت، انگیزه و هدف استفاده از شبکه مذکور و بازتعریف هویت جنسیتی، رابطه مستقیم وجود دارد

رهبرقاضی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت‌های جمعی (با تأکید بر هویت دینی، ملی و مدرن) شهروندان به این نتیجه رسیدند که برخی مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی تأثیر منفی و معناداری بر هویت دینی و ملی داشتند. بروجردی علوی و صدیق (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران به این نتیجه رسیدند که فضای مجازی بر هویت قومی تأثیر مثبتی دارد.

باس<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان مدیریت هویت تراجنسیتی در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به این نتیجه رسیدند رسانه‌های اجتماعی به کاربران تراجنسیتی کمک می‌کند تا در رسانه‌های اجتماعی دنیایی را می‌سازند که نیازهای اجتماعی و خودنمایی آنها را برآورده می‌کند. براون<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان تضاد هویتی وابسته به عشق شهوانی در زنان و مردان در یک نمونه اینترنتی به این نتیجه رسیدند زنان و مردان در اینترنت با دوگانگی هویتی جنسی مواجه هستند. استورتس<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش نگرشهای متفاوت جوانان ترنس و جنسیتی نسبت به مداخلات سلامت روان دیجیتال مبتنی بر بازی، به این نتیجه رسیدند استفاده بیش از حد از بازی‌های خشن در فضای مجازی توسط دختران آنها را به دوگانگی هویت جنسی قرار داده و حس پسرانه در آنها ایجاد می‌شود.

یکی از مهم‌ترین نظریه‌هایی که می‌تواند ویژگی‌های رسانه‌های جدید و دوگانگی هویتی را کنار هم توضیح دهد، نظریه «فضای دوم» یا «دوفضایی شدن» است. در این نظریه، ویژگی‌های رسانه‌های جدید عبارتند از: سریع شدن فضا، فراگیری، قابلیت دسترسی دائم، فرامکانی،

فرازمان، جهانی بودن، سیال بودن، تشدید شدن واقعیت در فضای بازنمایی شده، چندرسانه‌ای بودن (عاملی، ۱۳۹۵: ۹۹-۹۷). فضای جدید به دنبال پیشرفت فراینده فناوری‌های مرتبط با رسانه‌های جدید، به تدریج و بیش از پیش الزامات، قواعد، هنجارها، الگوهای کنشگری، تعامل و ارتباطات نمادین، نهادها، اجتماعات، ارزش‌ها و ضد ارزش‌های فضای این جهانی را در خود به شکلی شبیه‌سازانه برمی‌سازد (عاملی، ۱۳۹۵: ۱۰۴). بر این اساس هویت، تنها با در نظر قرار دادن مؤلفه دوفضایی امکان‌پذیر است. مطابق با این نظریه، هویت بواسطه ویژگی‌هایی گفته شده به دو صورت هویت واقعی (فضای زندگی) و مجازی (فضای اینترنت) نمود پیدا می‌کند.

یکی دیگر از نظریه‌های مورد استفاده در پژوهش حاضر، نظریه «نمایش خود در زندگی روزمره»<sup>۴</sup> اروینگ گافمن<sup>۵</sup> است. گافمن در کتاب «نمود خود در زندگی روزانه» (۱۹۵۹) نظریه‌پردازی در باب کنش متقابل نمادین را آغازید. گافمن برای فهم تعاملات اجتماعی روزمره، از یک استعاره هنری یعنی «نمایش»<sup>۶</sup> استفاده می‌کند. گافمن معتقد است که اجرای نقش‌ها برای جریان معمول و روان زندگی اجتماعی، ضروری است. در هر تعاملی باید بدانیم که چه چیزی از همدیگر انتظار داریم (مهدی‌زاده، ۱۳۹۹). به اعتقاد گافمن فشارهای ساختار حاکم و شرایط و بسترهای غیرمنعطف اجتماعی باعث می‌شود تا فرد حامل این نقاب‌های اجتماعی باشد (ایمان و مرادی، ۱۳۹۰: ۶۵). این نقاب‌های اجتماعی هویت سازند؛ بنابراین هویت مسئله‌ای است که گافمن آن را بر ساخته منش فردی می‌داند و مقوله‌ای تثبیت شده که بر فرد تحمیل شود نیست بلکه بر ساخته اجتماعی است. فرد می‌کوشد در قالب نقش‌هایی که بازی می‌کند هویتش را تثبیت و دیگران را وادار به پذیرش چارچوب هویت خود کند (ایمان و مرادی، ۱۳۹۰: ۶۶). بنابراین مطابق با نظریه گافمن، استدلال ما در این پژوهش نیز این است که فرد

4 . The presentation of self in everyday life

5 . Goffman

6 . Drama

1 . Buss

2 . Brown

3 . Strauss

در فضای مجازی خواهان تصدیق شدن ویژگی‌هایی است که ارائه می‌نماید. او سعی دارد هویت‌های گوناگونی را که در فضای مجازی ارائه کند که مورد پذیرش قرار بگیرد و واقعیت‌انگونه که او می‌نماید مقبول شود. نتیجه چنین پدیده‌ای، گاه چندهویتی (دوگانگی هویتی) یا بی‌هویتی خواهد بود.

یکی از مشهورترین نظریه‌های مربوط به تأثیرات فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بر هویت و هویت مجازی، نظریه کاستلز است. کاستلز می‌گوید: «واقعیت را آن گونه که هست نمی‌بینیم، بلکه آن گونه می‌بینیم که زبانهایمان هستند و زبان‌های ما رسانه‌ها هستند. رسانه‌های ما و استعاره‌های ما، محتوای فرهنگ ما را می‌آفرینند» (کاستلز، ۱۳۸۹: ۳۸۳). کاستلز بر این باور است که فناوری‌های نوین با تضعیف پدیده دولت ملت و ایجاد شکاف در هویت ملی باعث تقویت هویت‌های فرو ملی می‌شود (کاستلز، ۱۹۹۷: ۱۷). به عبارتی کاستلز بیان کرده است رسانه‌های نوین ارتباطی با دگرگون ساختن بنیادین ماهیت ارتباطات، نقش تعیین‌کننده‌ای در تغییر و شکل‌دهی فرهنگ‌ها و هویت شهروندان ایفا می‌کنند (کاستلز، ۱۳۸۹: ۳۸۴-۳۸۳).

نظریه دیگر در حوزه موضوع، نظریات مارک پاستر است که به مفهوم «عصر دوم رسانه‌ها» تأکید می‌کند. در دوره جدید که اینترنت و ارتباطات الکترونیک در جامعه و ارتباطات الکترونیک در جامعه سیطره دارد، این داده و اطلاعات یا به عبارت دقیق کلمه، این اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می‌سازند. وسایل نوین ارتباطی و اطلاعاتی 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: ۱۵۲). فضای مجازی، منابع اساسی ایجاد هویت‌های متکثرند؛ به گونه‌ای که فرد با تلفن همراهی که در دست دارد، می‌تواند به گسترده‌ترین شبکه‌های اجتماعی متصل گردد و با معرفی خود با هویت‌های گوناگون، خود را به گونه‌ای جدید بروز دهد.

۱. Geben

امری نسبی است و هر کس در فضا و زمانی خاص، هویتی متفاوت از خود نشان می‌دهد (دوگانگی هویتی). به نظر رابرتسون، جهانی شدن باعث دامن زدن به دغدغه‌های انسان گردیده و ارتباط افراد با یکدیگر و به ویژه با اجتماعات و جوامع مختلف در سطح جهان باعث بروز موقعیتهای تنش آمیزی گردیده است که منبع بسیاری از مشکلات هویتی افراد است. این مسایل و دغدغه‌ها وضعیتی را که رابرتسون «دوگانگی انسان مرکزی» می‌نامد، به وجود می‌آورد که از یک طرف به رابطه افراد و جوامع ملی و از طرف دیگر به رابطه «فراجمعه‌ای» میان جوامع و افراد هر یک از جوامع با یکدیگر مربوط می‌گردد (رابرتسون؛ به نقل از یزدانی و مروتی، ۱۳۹۰: ۹). در واقع جهانی شدن در برگیرنده چند فرایند نسبی شدن است که در جریان آن دیدگاه‌های ویژه پابرجایی خود را از دست می‌دهند. بنابراین جهانی شدن تبدیل مرجع علی فردی به مرجع‌های عام و فراملی است. برآیند این پیوندها نسبی شدن هویت‌ها و نسبی شدن جوامع (ملی) است (رابرتسون، ۱۳۹۴: ۷۴). در نتیجه گسترش دایره تعاملات اجتماعی با استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، افراد از هویت‌های مدرن و جهانی آگاهی به دست می‌آورند (رابرتسون، ۱۳۹۴: ۱۶۱). بنابراین مطابق با تئوری رابرتسون، آگاهی از ارزش‌ها، نگرش‌ها و سبک‌های زندگی جهانی موجب بازاندیشی در عناصر سنتی زندگی می‌گردد و همچنین باعث می‌شود تا خود به صورت یک «پروژه بازتابی با تأملی» درآید که تنها از طریق نوعی بازنگری ژرف در مفهوم «خود هویتی» قابل درک و دریافت است.

### روش‌شناسی

روش پژوهش کیفی و از نوع تحلیل مضمون است. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی دانش آموزان متوسطه دوره دوم (دخترانه و پسرانه) استان اردبیل بود. نمونه گیری به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب و نمونه گیری تا زمانی ادامه پیدا کرد که فرایند تجزیه و تحلیل

اکتشاف به اشباع نظری<sup>۱</sup> رسید. بعد از انجام مصاحبه با ۱۶ نفر به اشباع نظری رسید. روش جمع آوری داده‌ها مصاحبه نیمه ساختار یافته بود. در این بررسی روایت‌های هدفمند که نیاز به تأمل بیشتری را داشته؛ دوباره بازخوانی شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون<sup>۲</sup> استفاده شد. در این پژوهش، براساس الگوی براون و کلارک (۲۰۰۷) برای انجام تحلیل مضمون، گام‌های ذیل طی شده است: ۱. آشنایی با داده‌ها؛ ۲. کدگذاری اولیه؛ جستجوی مضامین (تبدیل کدهای اولیه به مضمون)؛ ۴. مرور مضامین (که این مرحله به ترسیم شبکه مضامین منجر می‌شود)؛ نام گذاری و تعریف مضامین (تحلیل مضامین) و ۶. تهیه گزارش. بدین منظور از نرم افزار MAXQDA استفاده گردید. مطابق با نخستین گام تحلیل مضمون مصاحبه‌ها، انجام، ضبط، پیاده سازی و در نهایت در نرم افزار وارد شد. پس از مرور مکرر داده‌ها کدگذاری آغاز شد. مرحله سوم با تجزیه و تحلیل و در نهایت ترکیب کدهای مختلف به شکل‌گیری مضامین منجر شد. در این مرحله برخی از کدها به هیچ مضمونی اختصاص نیافت یا برخی از کدها به چندین مضمون اختصاص یافت. در مرحله بعد با دسته بندی، ترکیب و تلخیص مضمون به دست آمده در مرحله قبل، شبکه مضامین ترسیم شد و بر اساس روندی مشخص مضامین پایه و مضامین اصلی را نظامند می‌کند. سپس الگوی مفهومی ترسیم گردید.

### یافته‌ها

بر اساس نتایج به دست آمده از پژوهش، هویت مجازی و واقعی نوجوانان از جنبه‌ها و زوایای گوناگونی در قالب مضامین اصلی و مضامین فرعی متعدد مورد توجه قرار گرفت که در زیر به شرح آن پرداخته شده است.

<sup>۱</sup> . Theoretical saturation

<sup>۲</sup> . Thematic analysis

بر مبنای کدگذاری، تعداد ۲۷۴ کد اولیه در ۱۸ مضمون فرعی و ۶ مضمون اصلی طبقه بندی شدند که در ابتدا بسیاری از کدهای اولیه به جهت مشابهت با همدیگر ادغام شدند و برخی از کدها نیز به جهت تعداد فراوانی کمتر از تحلیل حذف و خارج شدند.

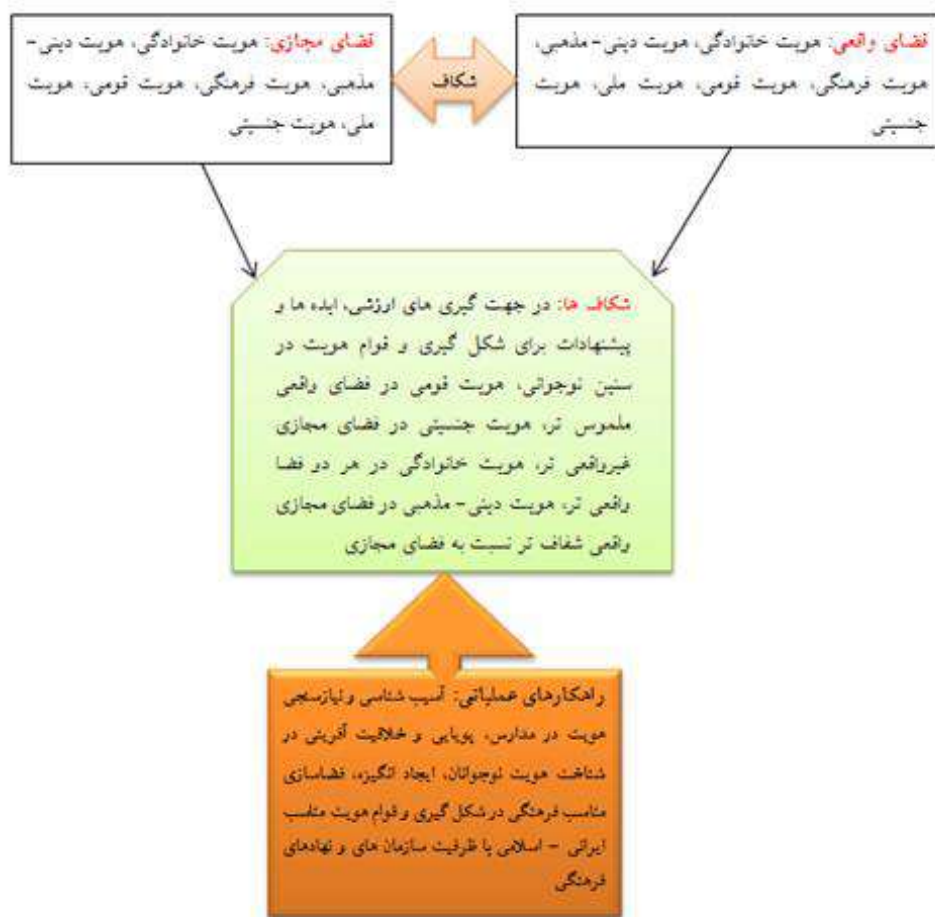
جدول ۱. کدگذاری داده ها

ردیف	کدهای اولیه	فراوانی	مضامین فرعی	مضمون اصلی
۱	دلبستگی به افکار و عقاید خانواده و شخصیت خانوادگی در فضای واقعی زندگی (م ۱، ۵، ۶، ۶، ۷، ۸، ۹)؛ به اشتراک گذاری مناسبات و خاطرات خانوادگی خود (م ۴، ۶، ۷ و ۱۱)؛ عشق و احساس واقعی و قلبی به خانواده (م ۳، ۶، ۶، ۷ و ۱۱)؛ مشکل در اعتماد به من در خانواده در استفاده از فضای مجازی (م ۱، ۴، ۶، ۷ و ۱۱)	۲۱	دلبستگی خانوادگی	هویت خانوادگی
	استفاده از عکس های خانوادگی در پروفایل های مجازی (م ۱، ۴ و ۱۱)؛ راه اندازی گروه خانوادگی در فضای مجازی و واقعی (م ۴ و ۱۱)؛ مخفی نگه داشتن اصالت خانوادگی در فضای مجازی (م ۱، ۴، ۶، ۸، ۱۱ و ۱۶)	۱۲	تعلق خاطر به خانواده	
	خانواده ام تکیه گاه اصلی زندگی ام هست (م ۳، ۵، ۶، ۱۰، ۱۱ و ۱۳)؛ عدم داشتن دلهره در فضای مجازی به جهت تعهد به خانواده (م ۳، ۵، ۶ و ۱۱)	۱۰	تعهد به خانواده	
۴	احساس تنفر از کانالها و گروه های ضد دینی (م ۱، ۲، ۵، ۸، ۱۲، ۱۴)؛ مسلمان واقعی بودن به عنوان یک باور معنوی (م ۲، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۲ و ۱۴)؛ توجه به برنامه های خودجوش با حس عضویت در جامعه اسلامی (م ۳، ۵، ۷، ۹ و ۱۵)	۱۸	باورهای معنوی	هویت دینی
	آگاهی از احکام و واجبات دینی (م ۱، ۴، ۵، ۶، ۹)؛ برقراری ارتباط دینی (م ۶، ۷، ۸ و ۹)؛ توجه به برنامه های مذهبی در فضای مجازی (م ۷، ۸ و ۱۱)؛ اشتراک گذاری مراسمات مذهبی و دینی (م ۲، ۴، ۸ و ۱۰)	۱۶	ارتباط دینی و مذهبی	
	علاقتمندی و پایبندی به ارزش های دینی (م ۲، ۳ و ۱۱)؛ احساس تعلق خاطر نسبت به مسلمانان جهان در فضاهای مجازی (م ۳، ۶، ۹، ۱۰ و ۱۱)؛ پایبندی به انجام تکالیف دینی در فضای واقعی (م ۳، ۶، ۹، ۱۳، ۱۶)، تمایل به رعایت تمام دستورات دین اسلام در فضای واقعی و مجازی (م ۲، ۳، ۵، ۸، ۱۱، ۱۴، ۱۶)	۲۰	پایبندی به ارزش های دینی	
۷	احترام به آداب و رسوم جامعه خود (م ۱، ۲، ۳، ۸، ۱۰، ۱۴، ۱۶)؛ علاقه به شرکت در مراسم و مناسبتهای فرهنگی جامعه (م ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۱۳ و ۱۶)؛ عدم توجه به آداب و رسوم کشورهای غربی در فضای مجازی (م ۴، ۶، ۸، ۱۰، ۱۲ و ۱۵)	۱۹	آداب و رسوم	هویت فرهنگی
	پاسداری از زبان و فرهنگ ملی (م ۱، ۴، ۵، ۶، ۱۱، ۱۳، ۱۶)؛ آگاهی از فرهنگ و ارزش های جامعه (م ۴، ۷، ۱۰، ۱۲، ۱۵، ۱۶)؛ علاقه مندی به ارزش های فرهنگی جامعه مختلف (م ۲، ۸، ۱۰، ۱۲، ۱۵)	۱۸	ارزش های فرهنگی	
	باور و وفاداری به فرهنگ جامعه (م ۲، ۳، ۸، ۱۰ و ۱۴)؛ ترجیح دادن بافت فرهنگی جامعه خویش در صورت رفتن به کشورهای دیگر (م ۵، ۸، ۱۱ و ۱۵)	۹	باورهای فرهنگی	
۷	افتخار به قومیت خویش در فضاهای واقعی و مجازی (م ۱، ۲، ۵، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۵، ۱۶)؛ احساس تعلق و عضویت در قومیت خویش (م ۵، ۶، ۷، ۱۱، ۱۳، ۱۵، ۱۶)؛ افتخار به زبان و			هویت قومی

هویت‌های دوگانه در فضای مجازی و واقعی بر اساس تجارب زیسته نوجوانان؛ تحلیل مضمون / شهابی عنبران و همکاران

	تفاخر قومی	۲۵	فرهنگ قومی خویش (م ۳، ۵، ۶، ۸، ۱۰، ۱۲، ۱۳، ۱۴، م ۱۶)	۱۰
	تعصبات قومیتی	۱۴	واکنش به توهین های قومی در فضای مجازی و واقعی (م ۱، ۴، ۵، ۶، ۹)؛ ارتباط فرهنگی با منطقه محل تولد (م ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، م ۱۵، ۱۶)؛ تحقیق . بررسی های قومی در فضاهای مجازی (م ۷، ۸ و م ۱۱)	۱۱
	ویژگی های قومی	۱۱	آگاهی کامل از فرهنگ و آداب و رسوم قومیت خود در فضاهای مجازی (م ۴، ۸، ۹، ۱۰ و ۱۱)؛ شرکت نمودن در مراسمات قومی و قبیله ای (م ۳، ۶، ۹، ۱۱، ۱۴، م ۱۶)	۱۲
هویت ملی	منافع ملی	۱۳	دفاع از وطن به خاطر منافع ملی (م ۱، ۲ و ۳)؛ پابندی به قوانین و مقررات کشور (م ۵، ۶، ۷، ۱۰ و ۱۱)؛ احترام به پرچم ایران (م ۳، ۵، ۸، ۱۰ و ۱۴)	۱۳
	زبان و فرهنگ ملی	۱۵	احترام به زبان ملی و حس افتخار به فرهنگ ایرانی (م ۱، ۴، ۵، ۶، ۹)؛ دوست داشتن زبان ملی و فرهنگ ایرانی (م ۱، ۴، ۸ و ۱۰)؛ دوست داشتن ایرانیان (م ۱، ۴، ۵، ۶، ۹ و ۱۲)	۱۴
	همبستگی سرزمینی	۱۷	دوست داشتن سرزمین (م ۴، ۵، ۱۲، م ۱۴، ۱۶)؛ افتخار قائل شدن به سرزمین (م ۳، ۶، ۹، ۱۱، ۱۳، ۱۶)؛ احساس آرامش و آسایش در سرزمین ایران (م ۴، ۶، ۱۰، ۱۲، ۱۴، م ۱۵)	۱۵
هویت جنسیتی	حس زن یا مرد بودن	۱۷	نقش جنس مخالف را بازی کردن (م ۱، ۲، ۳، ۷، ۱۲، م ۱۵)؛ تمایل به داشتن اندام های جنسی مخالف (م ۵، ۶، ۷، ۱۰ و ۱۱)؛ عدم علاقه مندی به داشتن اندام جنسی مخالف (م ۳، ۷، ۹، ۱۰، م ۱۳ و ۱۶)	۱۶
	ویژگی جنسیتی	۱۲	احساس سردرگمی در پذیرش ویژگی های جنسیتی (م ۱، ۴، ۵، ۶، ۹)؛ وظایف جنسیتی ار قبول نداشتن (م ۳، ۸، ۱۰ و ۱۳)؛ توجه به انگیزه های شخصی در قبول ویژگی های جنسیتی (م ۷، ۸ و ۱۱)	۱۷
	نقش های اکتسابی	۷	تمایل به نقش های جنسیتی فردی (م ۲، ۳ و ۱۱)؛ قبول نمودن نقش جنسیتی آموخته شده از طرف بزرگسالان (م ۳، ۶، ۹ و ۱۱)	۱۸
۶	۱۸	۲۷۴	۱۸	مجموع





شکل ۱. الگوی مفهومی مستخرج از کدگذاری (مضامین فرعی)

### بحث و نتیجه گیری

نتایج تجارب زیسته نوجوانان نشان داد که فضای واقعی و مجازی منجر به شکل گیری هویت های دوگانه ای در نوجوانان شده است. این دوگانگی هویتی در ابعاد دینی، خانوادگی، جنسی، ملی، قومی و فرهنگی قابل مشاهده است. دانش آموزان در فضای واقعی و فضای مجازی هویت متفاوتی را تجربه می کنند. هویت دانش آموزان (در ابعاد دینی، خانوادگی، جنسی، ملی، قومی و فرهنگی) عمدتاً منفعلانه و مبتنی بر عوامل انتسابی؛ به ویژه در هویت جنسی بود و با معیارهای سنت و نهادهای اجتماعی، دینی و سیاسی و فرهنگی که نظام های معنایی مشخصی را تولید می کنند، شکل گرفته است. اما زمانی که همین فرد وارد فضای مجازی می شود هویت وی به دلیل انبوه منابع اجتماعی و فرهنگی هویت آفرین، وسعت یافتن روابط اجتماعی و تعلقات گروهی و آزادی، صورتی

فعال و غالباً آگاهانه و تأملی (بازاندیشانه) به خود گرفته است. نتایج به دست آمده با نتایج پژوهش رهبرقاضی و همکاران (۱۳۹۷)، رهبر مهرپو و همکاران (۱۳۹۸)، جعفری (۱۳۹۹)، بروجردی علوی و صدیق (۱۳۹۶)، باس و همکاران (۲۰۲۱)، براون و همکاران (۲۰۲۰)، و استورتس و همکاران (۲۰۱۹) مطابقت دارد.

در تبیین این یافته می توان گفت فضای واقعی بیشتر تحت سیطره کنش افراد با کنشگران واقعی محیط زندگی نظیر همسالان، دوستان، والدین، گروه های مرجع، محیط آموزشی و هم چنین رسانه های جمعی نظیر تلویزیون هستند و این نهادها با نمایش و عرضه جامعه ای که فرد خود را با آن هم هویت ساخته و معرفی کرده است، می توانند احساس از خودبیگانگی یا احساس بی ریشه بودن او را کاهش دهند (سورین و تانکاردا، ۱۳۸۱: ۴۵۲). اما همانطور که اینگلهارت با طرح انقلاب خاموش معتقد

است که ورود سریع ارزش‌ها و ایده‌های جدید از طریق فناوری‌های نوین ارتباطی، می‌تواند گسست‌های جدی‌ای در مبانی هویتی جامعه ایجاد کند. بر اساس دیدگاه گیدنز نیز یکی از مهم‌ترین عوامل بروز بحران هویت در جوامع فعلی، گسترش صنعت ارتباطات و فضای مجازی است. فضای مجازی و ابزارهای مختلف آن به عنوان آزادترین محیطی که بشر آن را تجربه کرده است منابع هویت‌ساز سنتی و معمول در جوامع را تضعیف و کارکرد آنها را با دشواری روبه‌رو کرده است. عاملی هم با طرح نظریه دوفضایی شدن بر این نکته تأکید می‌کند که هویت در عرصه مجازی، به دلیل ویژگی‌هایی چون چندرسانه‌ای بودن، سیال بودن، جهانی بودن، فرازمانی و فرامکانی بودن به صورت متغیر، سیال و متکثر صورت‌بندی شده و هویت مجازی در کنار هویت سنتی در دو فضای واقعی و مجازی ساخته می‌شود؛ بنابراین، هویت به دو صورت هویت واقعی (فضای زندگی) و مجازی (فضای اینترنت) نمود پیدا می‌کند. گیدنز نیز با طرح نظریه ساخت‌یابی هویت معتقد است که در عصر مدرن با شکسته شدن حصارهای زمانی و مکانی، هویت به خصوص هویت دینی در ابعاد فردی و جمعی به چالش کشیده شده و باعث بازاندیشی در آن می‌شود. کاستلز نیز همچون گیدنز تغییر و شکل‌دهی فرهنگ‌ها و هویت‌ها را ناشی از دگرگون ساختن بنیادین ماهیت ارتباطات به واسطه رسانه‌های نوین ارتباطی می‌داند. بر اساس دیدگاه پاستر نیز در عالم واقع یک فرد با یک هویت با طرف مقابل ارتباط برقرار می‌کند اما اینترنت به او این امکان را می‌دهد که بتواند در یک لحظه چند هویت مختلف و گاه متضاد داشته باشد.

به طور کلی در این پژوهش مشخص شد، فضای مجازی منجر به دوگانگی هویتی نوجوانان می‌شود و این یافته دارای تلویحاتی برای مراقبت و نظارت بر این حوزه است. بدین ترتیب، با توجه به اینکه در عصر جدید نمی‌توان با فضای مجازی برخورد حذفی و یا اقدامات قهری کرد و چنین رویه‌هایی کارایی لازم را نداشته است، اما

احتمالاً با افزایش سواد رسانه‌ای نوجوانان، استفاده از ظرفیت‌های رسانه به ویژه صدا و سیما در ترویج و انتقال ارزش‌های فرهنگی، دینی، خانوادگی، ملی و قومی به نسل جوان و نوجوان، تقویت نقش و جایگاه رسانه‌های جمعی در بین جوانان و نوجوانان، تقویت جایگاه نهادهای سنتی هویت‌ساز، ارتقای آگاهی‌های عمومی از پیامدهای منفی فضای مجازی در حوزه هویت، تولید محتوای الکترونیکی در بستر فضای مجازی با مضامین هویت، جامعه‌پذیری از طریق رسانه، آموزش و پرورش و خانواده و ... تا حدودی می‌توان از دوگانگی هویتی نوجوانان در فضای واقعی - مجازی پیشگیری کرد.

#### تقدیر و تشکر:

این مقاله مستخرج از رساله دکتری خانم بهجت شهابی عنبران در رشته علوم ارتباطات است که بوسیله نگارندگان در دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل انجام گرفته است.

#### منابع

اخوان، منیژه. (۱۳۸۶). دوفضایی شدن جهان تفاوت‌های جنسیتی و بازنمایی هویت در فضای واقعی و فضای وبلاگ، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه تهران.

ایمان، محمدتقی و مرادی، گلمراد. (۱۳۹۰). روش شناسی نظریه اجتماعی گافمن، جامعه‌شناسی زنان، ۲ (۲): ۵۹-۷۷.

بروجردی، مهدخت و صدیق، امیر سعید. (۱۳۹۶). تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران، مطالعات رسانه‌های نوین، ۳ (۱۲): ۸۸-۱۱۰.

پاستر، مارک. (۱۳۷۷). عصر دوم رسانه‌ها، ترجمه غلامحسین صالحیار، تهران: مؤسسه ایران.

فخار، جلیل؛ دهشیری، محمدرضا؛ مطلبی، مسعود؛ کمالی زاده، محمد. (۱۴۰۰). «جهانی شدن و تاثیر آن بر هویت ملی در جمهوری اسلامی ایران بررسی پیمایشی از منظر دانشجویان گروه علوم انسانی و فنی و مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب»، **نگرش های نو در جغرافیای انسانی**، ۱۳(۳)، ۵۶۱-۵۶۸.

قربانزاده سوار، قربانعلی؛ رحمتی، مهدی و ناطقی، هاشم. (۱۳۹۵). رسانه و هویت ملی (مطالعه موردی تاثیر رسانه در شاخص های هویت ملی، فصلنامه مطالعات میان رشته ای در رسانه و فرهنگ، ۶ (۱)، صص ۱۱۱-۱۳۱.

کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۹). **عصر اطلاعات: اقتصاد جامعه و فرهنگ (ظهور جامعه شبکه ای)** - جلد اول، ترجمه: احد علیقلیان و افشین خاکباز، انتشارات طرح نو کهندانی، آمنه؛ شیرازی، فاطمه و عسگری، فاطمه. (۱۳۹۴). نوجوانی و رابطه آن با بحران هویت، همایش بین المللی روانشناسی و فرهنگ زندگی.

گیبیز، جان و ریمر، بو. (۱۳۸۴). **سیاست پست مدرنیته**، ترجمه منصور انصاری، تهران: نشر گام نو گیدنز، آنتونی. (۱۳۹۸). **تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید**، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی

گیدنز، آنتونی. (۱۳۹۹). **پیامدهای مدرنیته**، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز مرعشیان، فاطمه سادات و صفرزاده، سحر. (۱۳۹۶). رابطه التزام عملی به اعتقادات اسلامی و جو عاطفی خانواده با بحران هویت دانشجویان دختر، زن و فرهنگ، ۹ (۳۲): ۸۱-۹۴.

مهدی زاده، سیدمحمد. (۱۳۹۹). **نظریه های رسانه اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی**، تهران: همشهری هال، استوارت. (۱۳۸۳). «هویت های قدیم و جدید، قومیت های قدیم و جدید»، ترجمه شهریار وقفی پور، ارغنون، شماره ۲۴.

جعفری، علی. (۱۳۹۹). «رابطه استفاده از شبکه های اجتماعی با ابعاد هویتی شهروندان شهر اردبیل»، **مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، مقالات آماده انتشار.

جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). **هویت اجتماعی**، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه

حیاتی، مژگان؛ احمدی الموتی، فاطمه و پورحسن، صابر. (۱۳۹۵). بررسی ابعاد بحران هویت در دوران نوجوانی، تهران: کنفرانس ملی دانش و فناوری روانشناسی، علوم تربیتی و جامعه روانشناسی ایران.

حیدری، آرمان؛ صداقت، حمید؛ حمیدپور، خیری. (۱۴۰۰). «هویت یابی واقعی - وانمودی دختران در سیالیت فضای مجازی: مطالعه کیفی دانشجویان دختر دانشگاه یاسوج»، **فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات**، مقالات آماده انتشار، انتشار آنلاین ۲ آذر ۱۴۰۰.

رابرتسون، رونالد. (۱۳۹۴). **جهانی شدن: تئوری های اجتماعی و فرهنگ جهانی**، ترجمه کمال پولادی، تهران: نشر ثالث.

رهبر مهریو، بهناز؛ رشیدی، احتشام؛ دانایی، ابوالفضل. (۱۳۹۸). «تبیین رابطه شبکه اجتماعی مجازی اینستاگرام و بازتعریف هویت جنسیتی زنان»، **پژوهش نامه زنان**، ۱۰(۲۸)، ۵۱-۱۱۲.

رهبرقاضی، محمودرضا؛ حاتمی، عباس؛ عباسی و امین. (۱۳۹۷). «رابطه شبکه های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت های جمعی (با تأکید بر هویت دینی، ملی و مدرن)»، **مجلس و راهبرد**، ۲۵(۹۵)، ۳۳-۵۱.

سوروین، ورنر؛ تانکارد، جیمز. (۱۳۸۴). **نظریه های ارتباطات**، ترجمه: علیرضا دهقان، تهران: دانشگاه تهران.

شیردل، الهام؛ حامی کارگر، فاطمه و انجم شعاع، فاطمه. (۱۴۰۰). رابطه بین سرمایه اجتماعی و سبک زندگی با هویت ملی دختران نوجوان شهر کرمان، **مطالعات ملی**، ۲۲ (۲): ۶۹-۸۷.

عاملی، سعیدرضا. (۱۳۹۵). **مطالعات جهانی شدن: دوفضایی شدن آنها و دوجوانی شدن آنها**، تهران: سمت

یزدانی، عنایت اله؛ مروتی، نادر. (۱۳۹۰). «جهانی شدن و چالش‌های فراروی هویت ملی در کشورهای در حال توسعه»، تحقیقات سیاسی و بین‌المللی. ۳(۶)، ۱-۲۳.

Alharbi A, Dong H, Yi X & Khalil I. (2021). "Social Media Identity Deception Detection: A Survey", *ACM Computing Surveys*, 54(3), 1-35.

Brown A, Barker ED, Rahman Q. (2020). Erotic Target Identity Inversions Among Men and Women in an Internet Sample. *J Sex Med*;17:99-110.

Buss J, Le H, Haimson O L. (2021). *Transgender identity management across social media platforms*, *Media, Culture & Society*, First Published June 27, Research Article:  
<https://doi.org/10.1177/01634437211027106>.

Castells, M. (1997). *The power of identity*. (Vol. 2). Malden (MA, USA) and Oxford (UK): Blackwell.

Hall, S.(1987). *Minimal Selves, in Identity: The Real Me*, ICA Document 6, London. Institute for Contemporary Arts.

Hall. S. & Geben. B. (1992). *Formation of Modernity*. Cambridge: Polity press.

Strauss P, Morgan H, Toussaint D W, Lin A & Perry Y.(2019). Trans and gender diverse young people's attitudes towards game-based digital mental health interventions: A qualitative investigation. *Internet Interventions*, 18, 100-114.

Van der Walt E, Eloff, Jan H.P. & Grobler, J. (2018). Cyber-security: Identity Deception Detection on Social Media Platforms, *Computers & Security*, doi: 10.1016/j.cose.2018.05.015.

---

Quarterly Journal of Educational Psychology Skills  
Islamic Azad University Tonekabon Branch  
Vol. 13, No. 2, summer 2022, No 50



Journal of Educational  
Psychology

---

## Dual Identities in Virtual and Real Space based on the Lived Experiences of Teenagers; Thematic analysis

Behjat Shahabi Anbran<sup>1</sup>, Ali Jafari<sup>2\*</sup>, Shahnaz Hashemi<sup>3</sup>, Mohammad Soltanifar<sup>4</sup>

- 1) Ph.D. student, Department of Communication Sciences, Ardabil Branch, Islamic Azad University, Ardabil, Iran
- 2) Associate Prof, Department of Communication Sciences, Ardabil Branch, Islamic Azad University, Ardabil, Iran
- 3) Associate Prof, Department of Partnerships and Communication, Educational Research and Planning Organization, Ministry of Education, Tehran, Iran
- 4) Associate Prof, Department of Communication Sciences, Science and Research branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

---

### Abstract

Today, the media in the virtual space have created a paradigm, unlike the traditional media, where the audience is faced with two real and virtual worlds. The purpose of the current research was to identify dual identities in virtual and real space based on the lived experiences of teenagers, which was conducted using the qualitative research method and thematic analysis method. 16 participants (students) were selected using purposive sampling and were interviewed using semi-structured interviews. Purposive sampling continued until theoretical data saturation was reached. Data were analyzed based on Brown and Clark's thematic analysis process and using MAXQDA software. Data analysis into 274 primary codes in 18 basic themes and 6 main themes including "family identity", "religious identity", "cultural identity", "national identity", "ethnic identity" and "gender identity" classification became. The results showed real and virtual space has led to the formation of different and sometimes dual identities in teenagers.

**Key words:** virtual space, real space, identity.

---