

تاریخ دریافت: ۹۴/۰۵/۳۱

تاریخ پذیرش: ۹۴/۰۶/۲۵

## رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن

نوشته

سید محمد مهدی زاده\*

مظاهر توفیقی\*\*

### چکیده

این مقاله [پژوهشی] تأثیرات حضور در فضای مجازی را بر شکل‌گیری هویت مدرن دانشجویان کاربر، در مقاطع مختلف تحصیلی بررسی می‌کند. چارچوب مفهومی تحقیق، مؤلفه‌های مدرنیته از دیدگاه گیدنز، یعنی زمان و مکان، اعتماد، بیم، بازاندیشی، پیوندهای خصوصی و هویت شخصی است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که تجربه حضور در فضای مجازی باعث تحول برخی از جنبه‌های هویت دانشجویان کاربر و شکل‌گیری هویتی سیال و بازاندیشانه شده‌است.

کلیدواژه: هویت مدرن، هویت شخصی، فضای مجازی، بازاندیشی، معرفی و مدیریت خود، از جاکندگی، اعتماد و بیم.

### طرح مسئله

در هر دوره‌ای از تاریخ زندگی انسان، میان ابزار و مصنوعات بشری با شکل نظام اجتماعی و نحوه زیستن آدمی، رابطه‌ای مستقیم وجود داشته‌است. مورخان و جامعه‌شناسان بر همین اساس، تاریخ را تقسیم، تفسیر و نامگذاری کرده‌اند، مانند تقسیم دوره‌های تاریخی به دوره خطی، دوران کشاورزی و دوره صنعتی. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای انسان که بر حیات سیاسی اجتماعی جوامع بشری تأثیر گذاشته، وسایل ارتباط جمعی است. تأثیر وسایل نوین ارتباطی، در شکل‌گیری نظام‌های سیاسی اجتماعی و زیست بوم انسان به گونه‌ای است که صاحب‌نظرانی چون اینیس و مک‌لوهان، فردگرایی، ناسیونالیسم و در کل تمدن مدرن و سرمایه‌داری را محصول چاپ می‌دانند.

\* عضو هیئت علمی گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی Mahdizadeh45@yahoo.com

\*\* کارشناس ارشد ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی Mazaher.t.ch@gmail.com

امروزه رسانه‌ها، مرزهای جغرافیایی، فرهنگی و سیاسی را درنوردیده‌اند و با گسترش فزاینده و روزافزون خود از حوزه اجتماعی-سیاسی فراتر رفته، هویت انسان معاصر را نیز تحت تأثیر قرار داده‌اند، به طوری که می‌توان هویت انسان مدرن را هویت رسانه‌ای شده نامید.

رسانه‌های جدید به خاطر سرعت و قدرتشان در انتقال انواع پیام‌ها، کارگزاران تغییرات هویتی در بین ملت‌ها شده‌اند. این، بدین معنی است که هویت افراد در جوامع امروزی بیش از گذشته در معرض تعامل، تغییر و همگرایی قرار گرفته‌است. نقش اینترنت به عنوان چندرسانه‌ای، در تشدید فرایند جهانی‌سازی و جهانی‌شدن و به ویژه در ایجاد هویت جدید در بین کاربران این شبکه نیز غیرقابل انکار است. شاید بتوان سازوکار این تأثیر را توانایی فوق‌العاده این شبکه در از بین بردن فاصله مکانی بین افراد از طریق کاهش زمان و محدودیت‌های برقراری ارتباط دانست.

از طرفی همه ما در موقعیت‌های مختلف با هویت‌های متعددی سروکار داریم و به تبع موقعیت و شرایطی که در آن قرار داریم، خود را تعریف می‌کنیم. مرزهای نفوذناپذیر بین مقولات و گروه‌های هویتی دیگر مستحکم نیستند، بلکه به شدت آسیب‌پذیر و شکننده‌اند و دنیای ارتباطات پیش‌آهنگ این تغییرات است. دنیای ارتباطات و تغییرات ریشه‌ای ناشی از آن چنان جهان متفاوتی خلق کرده که گروهی از نویسندگان، این تحول در عالم ارتباطات را مبدأ عصر جدیدی می‌دانند، عصری که از آن تحت عناوین مختلفی نظیر دهکده جهانی (مک‌لوهان)، جامعه مدنی جهانی (دیوید هلد)، مدرنیته دوم (اولریش بک)، جامعه شبکه‌ای (مانوئل کاستلز)، جهان ره‌اشده (آنتونی گیدنز)، جامعه ارتباطی (جیانی واتیمو) و مدرنیته سیال (زیگمونت باومن) یاد می‌کنند.

هویت از دو جهت با رسانه و مدرنیته ارتباط دارد: یکی اینکه هویت خود محصول ارتباط است، یعنی دیگری باید وجود داشته باشد تا «من» ساخته و درک شود. از طرف دیگر هویت همچون رسانه‌های نوین خود یک مفهومی جدید است که بعد از مدرنیته پدید آمده و در فلسفه دکارت به تکامل رسیده‌است. جمله معروف او که «من فکر می‌کنم، پس هستم» آغاز شکل‌گیری هویت مدرن است. در این میان رسانه‌ها نقش مهمی بازی می‌کنند.

ویژگی‌های هویت مدرن را می‌توان چنین توصیف کرد:

ویژگی نخست. هویت مدرن مشخصاً «گشوده و باز» است. بی‌تردید، ویژگی‌هایی در فرد وجود دارد که در اثر فرایند اجتماعی‌شدن اولیه، کم و بیش برای همیشه تثبیت می‌شود، اما فرد مدرن حتی با ورود به زندگی بزرگسالی همچنان مشخصاً فردی «نا تمام» باقی می‌ماند. انسان مدرن نه تنها به خصوص «مستعد تغییر» است، بلکه همچنان بر این امر واقف است و اغلب اوقات به آن نیز می‌بالد. از این رو، زندگی نامه فرد را می‌توان هم به مثابه سرگذشت مهاجرت‌های او به جهان‌های اجتماعی گوناگون، و هم به عنوان تحقق پیاپی شماری هویت‌های ممکن دریافت.

فرد نه فقط در زمینه آشنایی با جهان‌ها و هویت‌های دیگر، بلکه درباره خویشتن نیز به پیچیدگی می‌رسد. این کیفیت گشوده هویت مدرن، موجب بروز فشارهای روانی بر فرد می‌شود، و او را در برابر تغییر مداوم تعاریف دیگران درباره خویشتن او، به‌طرزی خاص آسیب‌پذیر می‌کند. این آسیب‌پذیری و بحران، فرد مدرن را به‌سوی ویژگی دوم هویت مدرن می‌کشاند.

ویژگی دوم. هویت مدرن مشخصاً "اندیشیده" است. کسی که در جهان اجتماعی منسجم و دست‌نخورده زندگی می‌کند، پیش‌فرض‌های اساسی جهان اجتماعی ممکن است برای همیشه برای او "متعارف" باقی بمانند. اما جامعه مدرن، دشمن چنین آرامش خوفناکی است. جامعه مدرن فرد را با چشم‌اندازی پیوسته متغیر از تجارب و معانی اجتماعی رودرو قرار می‌دهد. فرد را وادار به تصمیم‌گیری‌ها و طرح برنامه‌های متنوع می‌سازد و او را به اندیشیدن وا می‌دارد.

ویژگی سوم. هویت مدرن، مشخصاً "فردیت‌یافته" است. فرد که حامل هویت به‌صورت موجودیت حقیقی خویشتن است، به‌طور کاملاً منطقی، جایگاه بسیار مهم خویش را در سلسله مراتب ارزش‌ها احراز می‌کند. آزادی فردی، خودمختاری فردی و حقوق فردی به‌صورت دستاوردها و احکام اخلاقی دارای اهمیت بنیادین، مسلم فرض شده، و حق حتی‌الامکان آزادانه برنامه‌ریزی زندگی شخصی و شکل بخشیدن به آن به حقی متمایز از میان سایر حقوق فردی بدل می‌شود. (پیتر برگر، ۱۳۸۱: ۶ - ۸۴)

این مقاله [مستخرج از پژوهش]، نقش و تأثیر وسایل نوین ارتباط جمعی و رسانه‌ها را در شکل‌گیری هویت انسان مدرن، بررسی و نقد می‌کند. از این منظر، ضمن مروری که بر فضای مفهومی موضوع دارد؛ از رویکردی تلفیقی که برگرفته از آرا و اندیشه‌های اندیشمندان مختلف در خصوص مسائل مرتبط با مدرنیته است برای تبیین پدیده مذکور بهره می‌گیرد.

## مرور مفهومی و نظری تحقیق

### هویت و نظریه‌های مربوط به آن

هویت در فرهنگ لغت آکسفورد (۲۰۰۲) به شرح ذیل تعریف شده‌است. «خصوصیات، احساسات و باورهایی که باعث تمایز افراد از یکدیگر می‌شود، هویت یک شخص نامیده می‌شود.» فرهنگ‌های دیگر به هویت به‌عنوان "شرایط لازم برای یک شخص خاص بودن" اشاره کرده‌اند.

گیدنز دو ویژگی استمرار و تمایز را در هویت شخصی مدنظر قرار می‌دهد. وی معتقد است هویت شخصی نوعی خصیصه متمایز، یا حتی مجموعه‌ای از خصیصه‌های متمایز نیست که در اختیار فرد قرار گرفته باشد. هویت شخصی در حقیقت همان "خود" است که شخص آن را به‌عنوان بازتابی از زندگینامه‌اش می‌پذیرد. در اینجا نیز هویت به معنای تداوم فرد در زمان و مکان است. ولی هویت شخصی عبارت است از همین تداوم اما به‌صورت بازاندیشانه که شخص از آن به‌عمل آورده‌است. (گیدنز، ۱۳۸۳: ۸۴)

در مجموع هویت فردی به نوعی آگاهی اطلاق می شود که فرد در فرایند اجتماعی شدن و تعامل با دیگران درباره خود کسب می کند. این خود آگاهی به صورتی نسبتاً سازمان یافته به مثابه بخشی از نظام شخصیتی و واسطه ای بین دنیای درونی و بیرونی فرد است و در هر حوزه یا میدان تعامل، رابطه او را با خود و دیگران تنظیم و گُش هایش را تعدیل می کند.

گافمن معتقد به وجود تفاوت میان هویت اجتماعی و هویت شخصی است. هویت شخصی نسبتاً سازگار، منحصر به فرد بودن تجسم یافته و رشته ای از واقعیات مشخصاً فردی را با هم تلفیق می کند که همچون سرگذشت یا زندگی نامه فرد سازمان می یابد که همان بازاندیشی در خود نیست. هویت های اجتماعی و شخصی، در وهله اول بخشی از دغدغه ها و تعاریف دیگران از فردی است که تعیین هویت او مورد نظر است. (جنکینز، ۱۳۸۱: ۱۲۵)

اریکسون (۱۹۸۰) هم معتقد است هویت دارای دو جزء است: نخست "یکی شدن خود" و دیگری "مشارکت با دیگران در بعضی از اجزای ذاتی". (عاملی، ۱۳۸۳)

برخی از صاحب نظران نیز اعتقاد به نسبی بودن هویت دارند؛ بزرگانی مانند ویلیامز (۱۹۶۰)، گیچ (۱۹۶۲، ۱۹۶۷ و ۱۹۶۹)، کوین (۱۹۶۳)، نیلسون (۱۹۷۰)، باومن (۱۹۹۸) یونگ و لایت (۲۰۰۱) از این دسته هستند. گیچ (۱۹۶۲) قائل به هویت های متفاوت برای افراد متفاوت است و معتقد است یک فرد، می تواند هویت شغلی، هویت خانوادگی و هویت دینی داشته باشد.

شایگان معتقد است هویت همیشه وجود داشته است و تنها هویت مدرن است که مجزا از دیگر هویت ها و زائیده عصر جدید است. وی مهم ترین ویژگی این هویت را نقد و ارزیابی خود عنوان می کند. هویتی که همیشه خود را مورد سنجش، نقد و ارزیابی و بازبینی قرار می دهد. (باقری، ۱۳۸۲: ۴۵ و ۲۲)

### رویکردهای هویت: پیشامدرن، مدرن، پستمدرن

در جوامع پیشامدرن، هویت ماهیتی اجتماعی دارد و هویت شخصی پایدار است. اندیشه و رفتار شما در چارچوب یک جهان بینی محدود محصور شده مسیر زندگی تان کم و بیش برای شما مشخص شده است بنابراین نیازی نیست جایگاه تان را در دنیا زیر سؤال ببرید. هویت اصلاً مسئله نیست. (وارد، ۱۳۸۴: ۱۶۱) در فرهنگ های سنتی، هویت کم و بیش از همان بدو تولد به ثبوت می رسد. (جی دان، ۱۳۸۴: ۱۱۳)

در جامعه مدرن، محل وقوع فرایندهای تکوین هویت به حیات درونی افراد منتقل می شود. پیوندهای گروهی سست می شود، بین افراد و عقاید و تعلقات جمعی فاصله می افتد و همین امر آنان را بر آن می دارد تا فارغ از عقاید عرفی و مستقل از چارچوب های آیینی شان، جامعه را مطابق با جهان بینی ها و دلبستگی های شخصی خویش از نو بسازند، دگرگون کنند و یا به مقابله با آن برخیزند: ظهور فردگرایی، مستقل از رفتارها و اندیشه های سنتی. (جی دان، ۱۳۸۴: ۱۴-۱۱۳)

در پست‌مدرنیسم بر هویت غیرذاتی، تاریخی و سیال انسان و پراکندگی و تجزیه فرد تأکید می‌شود. از دیدگاه پساساخت‌گرایانه و پسامدرنیسم؛ انسان، معانی اندیشه‌ها، نظریه‌ها و غیره همگی وحدت و هویت ظاهری خود را تنها از طریق حذف و غیریت یا بیگانه‌سازی به دست می‌آورند. از منظر پست‌مدرن‌ها هویت‌های کلان، تجویزی، یکپارچه و واحد حذف و کثرت‌گرایی جایگزین آن می‌شود. هویت‌های کلان جای خود را به هویت‌های خرد، بومی، محلی، منطقه‌ای، متنوع، متفاوت و هویت‌های طرد و سرکوب‌شده و به حاشیه رانده‌شده سابق می‌دهند. هسته و محور این فرایند اقامه این داعیه شالوده‌شکن و بنیان‌برانداز است که تمامی آنچه از سپیده‌دمان تاریخ و تمدن و فرهنگ تاکنون به نام هویت به ما تلقین شده، جز افسانه و توهم چیزی دیگری نیست.

## نظریه‌های هویت

### نظریه ساخت‌یابی

نظریه ساخت‌یابی توجه خود را به تنظیم ساختار کُنش‌های متقابل بین اعتقادات، نیت، اهداف، گرایش‌ها و کُنش‌های فردی و جمعی انسان‌ها از یک‌سو و شرایط ساختاری اندیشه و عمل معطوف می‌سازد. ساخت‌یابی به‌منزله مفهوم فرایندی را باید به رشته‌ای از رخداد‌های دارای دوره زمانی اطلاق کرد که میان‌شان روابطی نظام‌مند، همراه با تأثیرات تجمعی وجود دارد که وجود ساخت مورد بررسی را تبیین می‌کند. گیدنز در این نظریه کارش را با تمایز قائل‌شدن میان نظریه‌های کلانی چون کارکردگرایی ساختاری و ساختارگرایی و نظریه‌های خردی چون نظریه کُنش متقابل نمادین و پدیدارشناسی آغاز می‌کند. او نظریه ساخت‌یابی را با هر دو نوع نظریه یاد شده مغایر می‌داند. در این نظریه، ساختار به‌عنوان خواص ساختار دهنده‌ای تعریف شده‌است که اجازه می‌دهد شیرازه زمان و مکان در نظام‌های اجتماعی عمل کند. (بریان، ۲۰۰۳: ۲۲)

جان کلام نظریه ساخت‌یابی روشن کردن رابطه متقابل دیالکتیکی و دوگانه عاملیت و ساختار است. به عبارتی، ساختار و عاملیت را نمی‌توان جدا از هم تصور کرد. از نظر گیدنز «هر کُنش اجتماعی دربرگیرنده ساختاری است و هر ساختاری به کُنش اجتماعی نیاز دارد. بنابراین عاملیت و ساختار به‌گونه‌ای جدایی‌ناپذیر در فعالیت روزمره در یکدیگر تنیده شده‌اند.» (همان: ۱۵)

براین اساس، فضای مجازی محصول کُنش معنادار کاربران است. این محیط گرچه توسط همین کاربران خلق شده، اما محدودیت‌هایی را نیز بر کاربران ایجاد می‌کند. ساختار اینترنت بر اساس بازتولید یا تکرار همان رفتار مداوم انسان‌ها شکل می‌گیرد. افراد در ارتباط با این فضا برخلاف سایر رسانه‌های متعارف صرفاً مصرف‌کننده نیستند، بلکه می‌توانند به تولید اطلاعات نیز بپردازند و یا هر دو نقش را داشته باشند. این فعالیت البته می‌تواند متفاوت باشد. هرچه افراد در مواجهه با اینترنت فعالیت و مشارکت بیشتری داشته باشند هویت آنها بیشتر بازاندیشانه است و ویژگی‌های هویت مدرن را دارد، و هرچه این مشارکت کمتر باشد، بیشتر شبیه هویت سنتی است. (عباسی قادی، ۱۳۸۵)

## نظریهٔ کُنش متقابل نمادین

هربرت بلومر را به عنوان اندیشمندی که مبدع اصطلاح کُنش متقابل نمادین است می‌شناسند. بلومر از عبارات زیر به عنوان مفروضات این مکتب یاد می‌کند:

۱. کُنش انسان‌ها نسبت به پدیده‌های پیرامونشان، مبتنی بر معانی‌ای است که آن پدیده‌ها برای آنها دارد. بنابراین کُنش‌ها و معانی در وضعیت‌های روزمره، به دست خود عاملان اجتماعی خلق می‌شود.

۲. معنی پدیده‌ها ناشی از تعامل اجتماعی افراد با همتایان خود است، به این معنی که کُنش‌ها و معانی در خلال روابط اجتماعی شکل می‌گیرد.

۳. تغییر و جابه‌جایی معنی، در یک فرایند تفسیری به‌هنگام ارتباط و مواجههٔ افراد با دیگران صورت می‌گیرد. لازمهٔ این فرایند تفسیری آن است که افراد بتوانند معانی را تولید، انتخاب، بازبینی، تعلیق و سازمان‌دهی مجدد بکنند و آن را مطابق وضعیت‌ها و کُنش‌های خود، انتقال دهند. (بلومر، ۱۹۶۲ به نقل از لافی، ۲۰۰۷: ۷۸)

یکی دیگر از نظریه‌پردازان کُنش متقابل نمادین یعنی جرج هربرت مید، "خود" را شامل دو عنصر بنیادی می‌داند: من (I)، و در من (Me). من در هر فرد عامل معمولی، فردیت یگانه اوست، و در من هر فرد، رویکردهای درونی شده دیگران دارای اهمیت برای او است (جنکینز، ۱۳۸۱). ریتزر نیز در من را بخشی از خود می‌داند که کُنشگر از آن آگاهی دارد و همان دیگری تعمیم یافته است که نیروهای سازشگر و نظارت اجتماعی را باز می‌گذارد. اما من بخشی از خود است که کُنشگر از آن آگاهی ندارد و فرد بعد از وقوع عمل، از آن آگاه می‌شود. درواقع "خود" محصول رابطه میان من و در من است. (ریتزر، ۱۳۷۷)

چارلز کولی دیدگاه مید را با نظریه خود آئینه‌سان بسط و تکمیل کرد. خود آئینه‌سان همان ظرفیت انسان است که او را قادر می‌سازد خود را به گونه‌ای بنگرد که هر پدیدهٔ اجتماعی دیگر را می‌نگرد. فرد می‌تواند موضوع کُنش خود شود و نسبت به خود کُنش نشان دهد و در کُنش مقابل با دیگران، بر پایه همان شناختی که از خود دارد، خود را هدایت کند. خود آئینه‌سان از سه بخش اصلی تشکیل شده است: اول اینکه ما در تصور دیگران چگونه ظاهر می‌شویم. دوم اینکه دیگران دربارهٔ ظاهر ما چگونه قضاوت می‌کنند. و سوم اینکه در نتیجهٔ تصویری که از قضاوت دیگران داریم، احساس غرور و یا سرافکندگی را در خود می‌پروانیم. (همان: ۲۸۸)

## نظریهٔ نمایش

یکی از مهم‌ترین شخصیت‌هایی که تحت تأثیر افکار مید و نظریهٔ کُنش متقابل نمادین، نظریه خود را تنظیم کرده است، اروینگ گافمن است. (فاین و مانی، ۲۰۰۳)

گافمن تعامل را به مثابهٔ نمایش در نظر می‌گیرد که در طی آن طرفین تعامل به بازی نقش مشغول‌اند و از همین‌رو، از مفاهیم نمایش، پشت صحنه، روی صحنه و ... سخن می‌گویند

(جنکینز، ۱۳۸۱). در این نظریه آنچه بیش از همه مورد توجه گافمن است، نحوه سازمان‌دهی و مدیریت نقش‌هاست که بر عهده "خود" به‌عنوان یک بازیگر قرار دارد. "خود" مورد نظر گافمن مبتنی بر یک هویت آگاه است که در فراسوی نقش‌های مشخص قرار دارد و نیز پیونددهنده نقش‌ها و سرگذشت‌های فردی است (استونز، ۱۳۷۹: ۲۴). گافمن معتقد است خود در تملک‌کنشگر نیست، بلکه آن را حاصل تعامل نمایی میان‌کنشگر و حضار می‌داند. افراد به هنگام تعامل تلاش دارند جنبه‌ای از خود را معرفی کنند که مورد پذیرش دیگران است. همچنین کنشگران دوست دارند نمایی که ارائه می‌دهند حضار را مجبور کنند تا به میل و دلخواه خود، مطابق میل و نظر او عمل کنند. گافمن از این مسئله با نام "مدیریت تأثیرگذاری" یاد می‌کند (ریتزر، ۱۳۷۷). با توجه به مرور مفاهیم و نظریه‌های مربوط به هویت، لازم است به نسبت فضای مجازی و شکل‌گیری هویت مدرن پرداخته شود.

### فضای مجازی و نظریه‌های مربوط به آن

نظریه‌های مربوط به تکنولوژی‌های ارتباطی را می‌توان در سه بخش تقسیم‌بندی کرد:

۱. نظریه‌هایی که دارای سهم عمده‌ای از جبرگرایی تکنولوژیک است، مانند نظریه غنای رسانه‌ای که معتقد است توانایی تأثیرگذاری بر روابط اجتماعی رسانه‌ها تابعی است از ظرفیت رسانه‌ها در انتقال پیام‌ها و نشانه‌های اجتماعی. این نظریه، رسانه‌ای را دارای غنای بیشتر می‌داند که میزان توانایی آن در انتقال اطلاعات بیشتر باشد. از دیگر نظریه‌های موجود در این بخش، نظریه یا مدل حضور اجتماعی است که معتقد است فردی بودن ارتباطات رایانه‌ای، زمینه‌ساز تأثیرات کمتر آنهاست. این مدل بیان می‌کند، رسانه‌هایی که حضور اجتماعی بیشتری را طلب می‌کنند، مؤثرترند. نظریه شیوه پردازش اطلاعات اجتماعی از دیگر نظریه‌هایی موجود در این خصوص است. این نظریه بیان می‌کند: ارتباطات رایانه‌ای به‌عنوان یک عامل ایجاد تأخیر و از بین برنده مبادله کامل اطلاعات، تأثیرات محدودکننده دارد.

۲. نظریه‌هایی که دارای سهم عمده‌ای از جبرگرایی اجتماعی است. این نظریه‌ها در تحلیل نهایی خود عوامل اجتماعی را بر سایر عوامل مقدم می‌دانند. نظریه سازه‌گرایی اجتماعی در این مقوله جای دارد. نظریه مذکور این مطلب را بیان می‌کند که چگونه تکنولوژی ارتباطی جدید توسط عوامل انسانی به‌کار گرفته می‌شود، تغییر شکل می‌یابد و به‌دور از کاربردهای از قبل تعیین شده‌اش مورد استفاده قرار می‌گیرد. الگوی استفاده و رضامندی از دیگر نظریه‌ها در این زمینه است که به‌نحوه استفاده افراد از رسانه‌ها اشاره دارد.

۳. نظریه‌های تلفیقی، نظریاتی هستند که تلاش دارند هر دو جهت این فرایند یعنی جنبه تکنولوژیک و جامعه را توأمان در نظر بگیرند و مطالعه کنند. در این مورد می‌توان به نظریه شبکه بازیگران و تکنولوژی‌های ارتباطی-اطلاعاتی اشاره کرد که تکنولوژی را منعطف

می‌داند و در تحلیل خود هم تکنولوژی و هم بازیگران اجتماعی را در نظر می‌گیرد.  
(ذکایی، ۱۳۸۶: ۳۹)

## هویت، فضای مجازی و نظریه‌های مربوط به آن

به‌طور کلی، دیدگاه صاحب‌نظران و اندیشمندان را می‌توان در خصوص تأثیرات و تبعات ناشی از اینترنت به‌طور عام و تأثیرات هویتی آن به‌طور خاص، به سه دسته کلی تقسیم کرد.

### نظریه‌های خوشبینانه

شری ترکیل به همراه اندیشمندان همفکر خود تلاش دارد به این مسئله پاسخ دهد که شبکه‌های رایانه‌ای به چه نحوی خودهای ما را دگرگون می‌کنند. محور این تلاش‌ها بر این اساس است که فضای مجازی رهایی‌بخش است و به کاربران امکان رهاسدن از بدن و محدودیت‌های مکانی و ... را می‌دهد. وی همچنین معتقد است فضای مجازی در حال سوق‌دادن ما به‌سوی تمایز و پراکندگی است که از نشانه‌های فرهنگ پست‌مدرن محسوب می‌شود، زیرا در آن واحد کاربر هم خالق است و هم بازیگر، هم کارگردان است و هم تهیه‌کننده، و درواقع همه‌کاره نمایش مطلوب خود است و صفحه نمایش، موقعیتی برای تحقق تمایلات و خیالات فرد است (ترکل، ۱۹۹۵). وی معتقد است خاصیت گمنامی در فضای مجازی به کاربران این امکان را می‌دهد تا بخش‌های جست‌وجو نشده و محقق‌نشده خود را محقق کنند. وی علت جاذبه تعاملات در شبکه را در قیاس با دنیای واقعی در این می‌داند که ترکیبی از همزمانی تعاملات در فضای مجازی، همراه با وجود خاصیت گمنامی یا توهم گمنامی همراه با توان بازی نقش‌های مختلف و ارائه خودی بسیار دور و یا بسیار نزدیک به خود واقعی و عامل جاذبه تعاملات در شبکه در قیاس با دنیای واقعی است. (ترکل، ۱۹۹۵، هامان و داستون، ۱۹۹۶) نیز در مقایسه‌ای بین فضای مجازی و تعاملات چهره به چهره معتقدند که فضای مجازی، رسانه‌ای با پهنای باند پایین است. منظور وی از محدود بودن پهنای باند آن است که در فضای مجازی به‌عنوان یک رسانه امکان مبادله اطلاعات در آن فضا در آن واحد بسیار کم است. مثلاً قادر به لمس مخاطب نیستیم و ... وی با توجه به این ویژگی فضای مجازی معتقد است فضای مذکور فرصت بیشتری را برای دخیل کردن فرایندهای تفسیر، تخیل و آرزوهای طرفین تعامل در گفت‌وگو، فراهم می‌آورد. درواقع بر حسب آنکه کاربر در فضای مجازی چگونه خود را روی شبکه‌اش ساخت‌بندی می‌کند و می‌سازد، سایرین در شبکه او را در ذهن و تصور خویش بارها بازآفرینی می‌کنند. این میانجیگری و نقش‌آفرینی واسطه خیال و تصور علل مجازی نیز از علل جذابیت این قبیل تعاملات است.

هورالد رینگولد در بررسی تأثیرات مشارکت در اجتماعات مجازی معتقد است، کاربر در این فضا به تمامی تعاملات دنیای واقعی دست می‌زند اما در شرایطی متفاوت. کاربر در این زمان است که به‌نوعی به طراحی خود در تعامل با دیگران اقدام می‌کند، هنجارهای خاص

فضای مجازی را به چالش می کشد و دوباره مستقر می کند. حضور در این فضا، مستلزم هویت های مجازی نسبتاً پایدار است؛ زیرا در طولانی مدت و در جریان تعاملات گسترده عملاً امکان بازی نقش های متعدد دشوار می شود و معمولاً دامنه تعاملات مستمر و طولانی مدت کاربران در فضای مجازی به دنیای واقعی نیز کشیده می شود (رینگولد، ۱۹۹۳). در مجموع می توان گفت از نظر رینگولد شرکت در اجتماعات مجازی از سویی فشارهای ناشی از انطباق دادن خود با انتظارات گروهی و جمعی در دنیای واقعی را کاهش می دهد و آزادی بیشتری را به فرد در جهت تحقق خود مطلوب و ایدئال وی و تعامل با سایرین مطلوب خود به وی به او می بخشد، و از سویی دیگر نیز از فشارهای محیطی و جغرافیایی بر کاربر بسیار می کاهد. شرکت در اجتماعات مجازی محلی، قومی، منطقه ای و غیره تا حدی می تواند باعث تقویت جنبه های بومی هویت و شرکت در اجتماعات جهانی و بین المللی در فضای مجازی و نیز می تواند تا حدی باعث شکل گیری نوعی هویت جهانی یا جهان وطنی در فرد کاربر شود.

### نظریه های بدبینانه

در این دسته از نظریه ها، امکاناتی را که در نظریه های خوش بینانه به عنوان مزایای حضور در فضای مجازی فرض می شوند به چالش می کشند. مسئله نخست که این دسته از نظریه پردازان بدان پرداخته و آن را به چالش کشیده اند، مسئله گمنامی به عنوان امکانی رهایی بخش است. وین و کاتز بر دو عامل تأثیر برنامه ریزان فضای مجازی بر خودهای شکل گرفته در این فضا و قابل دیده شدن متقابل همگان به جای گمنامی در فضای مجازی اشاره می کنند. این دو اندیشمند در این خصوص می گویند: دنیای مجازی در مجموع شاید محاسبه ناپذیرتر از دنیای روزمره باشد، اما در مجموع بر پایه همان قواعد و قراردادهای اجتماعی دنیای واقعی شکل گرفته است. در حقیقت فضای مجازی نیز توسط منابع قدرت اقتصادی و سیاسی واقعی کنترل و اداره می شود. اینترنت در این معنا محتوی برنامه ریزی شده و از پیش مشخص است که توسط یک عده برنامه ریز ایجاد می شود و تحت کنترل آنان است و به همین علت است که خودهای شکل گرفته در فضای مجازی نیز بیشتر شکل برنامه ها هستند تا هویت ها. در باب امکان گمنامی نیز از نظر این دو، مسئله اصلی در فضای مجازی، نه گمنامی بلکه قابل دیده شدن متقابل همگان است. دستیابی به توازنی از قدرت، هر فرد کاربر را در فضای مجازی قادر می سازد که دیگرانی را که مشغول تماشای او هستند، ببیند. (وین و کاتز، ۱۹۹۸: ۳۲۷)

بحث دیگر در این گونه نظریه ها به مسئله انزوای اجتماعی ناشی از حضور در فضای مجازی بر می گردد. به این نحو که حضور در فضای مجازی، موجب کاهش فعالیت های اجتماعی کاربران در دنیای واقعی می شود. این نظریه ها بیشتر توسط متفکرینی مانند هیوبرت دریفوس، جان تاملینسون و زیگموند باومن ابداع و انتشار داده شده است. متفکرین فوق معتقدند که تعاملات مجازی در نهایت منجر به ایجاد انزوای اجتماعی و کاهش تعاملات کاربر در دنیای

واقعی وی خصوصاً از لحاظ عمق و کیفیت می‌شود. عموماً استفاده بیشتر از اینترنت با کاهش ارتباطات اجتماعی خصوصاً از نوع ارتباطات نزدیک و صمیمی با اعضای خانواده، دوستان نزدیک و غیره همراه است (دریفوس، ۱۳۸۳: ۱۶). سطحی شدن و کوتاه‌تر شدن پیوندهای انسانی در فضای مجازی به دلیل گسترش تعاملات در این فضا و عدم تبدیل این روابط به الفت و صمیمیت از دیگر مسائلی است که متفکرینی نظیر زیگموند باومن و تاملینسون بدان اشاره کرده‌اند.

### نظریه‌های تلفیقی

در این نظریه‌ها دیدگاه‌های حاوی برداشت‌های خوش‌بینانه و بدبینانه وجود دارد. در این زمینه می‌توان نظریه نمایش گافمن را ذکر کرد که از سوی هیو میلر ارائه شده است. هیو میلر در مقاله معروف خود با نام «معرفی خود در زندگی الکترونیکی» (The Presentation of Self in the Electronic Life) و با نام فرعی «گافمن در اینترنت» در پی توضیح «نحوه معرفی خودهای مجازی» در فضای مجازی با استفاده از چارچوب نظریه نمایش گافمن و نظریات وی در باب نحوه معرفی خود در زندگی روزمره است. میلر معتقد به فقر فضای مجازی در بُعد تعاملات فیزیکی و در مقابل، داشتن فرصت‌هایی برای نمود خود در مقایسه با دنیای واقعی است (میلر، ۱۹۹۵). وی معتقد است در محیط مجازی امکاناتی وجود دارد که کاربران بسیار آسان‌تر می‌توانند نسبت به دنیای واقعی، خود مطلوبشان را معرفی کنند. در تعاملات واقعی، تأثیر بر مخاطب بسیار مشکل است؛ اما در محیط مجازی فرد می‌تواند اطلاعات کمتری به مخاطب خود بدهد. رهایی‌بخش بودن تعاملات در فضای مجازی نسبت به دنیای واقعی را نیز نباید از نظر دور داشت، چراکه در فضای مجازی تعهدها و خطرات کمتر است و کاربر می‌تواند به هر نحو که بخواهد خود را معرفی کند. (همان)

جان تامپسون از دیگر اندیشمندانی است که در این زمینه صاحب فکر و ایده است. تامپسون معتقد است با تحول جوامع مدرن، فرایند شکل‌گیری خود، بازاندیشانه‌تر می‌شود. بدین معنی که افراد برای ساختن هویتی منسجم برای خود بیش از پیش به منابع شخصی خودشان باز می‌گردند و در عین حال فرایند شکل‌پذیری خود به گونه‌ای فزاینده با مواد نمادین رسانه‌ای تغذیه می‌شود و دامنه انتخاب‌های افراد را توسعه می‌دهد. این فرایند، رابطه بین شکل‌پذیری خود و مکان مشترک را سست می‌کند، بدون آنکه آن را از بین ببرد. این رابطه تا بدان‌جا که افراد به‌طور فزاینده به اشکال اطلاعاتی و ارتباطی که از منابع دور نشئت می‌گیرد دسترسی دارند رابطه‌ای آزاد و خالی از تقید است. به عبارت دیگر، افراد به‌طور فزاینده به چیزی دسترسی دارند که وی از آن با نام معرفت غیر محلی نام می‌برد. (تامپسون، ۱۳۷۹: ۲۵۳). تامپسون اعتقاد دارد که تحول رسانه‌ها نه تنها فرایند خودشناسی را دگرگون و پربار می‌کند، بلکه نوعی جدید از صمیمیت را به وجود می‌آورد که پیش از این وجود نداشته است و با صمیمیت‌های موجود در تعاملات رودررو متفاوت است. (همان: ۲۵۴) ویژگی این صمیمیت‌ها همان‌طور که تامپسون می‌گوید در عدم وجود برخی از ویژگی‌ها نظیر حضور در مکانی مشترک است.

## چارچوب مفهومی تحقیق

### مدرنیته و شکل‌گیری هویت مدرن

گیدنز معتقد است هویت‌های مدرن تعادل بین فرصت‌جویی و خطرکردن است: رهاکردن قیده‌های آزاردهنده گذشته و استقبال از فرصت‌های متنوع جدید به منظور توسعه شخصیت در مجموع از دیدگاه گیدنز، مدرنیته با ۶ مفهوم اصلی در ارتباط است که عبارت‌اند از: مدرنیته و زمان و مکان، مدرنیته و اعتماد، مدرنیته و بیم، مدرنیته و بازاندیشی، مدرنیته و پیوندهای خصوصی، مدرنیته و هویت شخصی.

### مدرنیته و زمان و مکان

به عقیده گیدنز در جوامع پیشامدرن مکان و محل بر هم منطبق هستند اما در دروان مدرنیته محل بیش از پیش توهمی می‌شود. یعنی موقعیت‌های محلی کاملاً تحت نفوذ و رخنه عوامل اجتماعی دور از خودشان در می‌آیند و به وسیله آنها شکل می‌گیرند (گیدنز، ۱۳۷۷: ۴-۲۲). پیشرفت‌های ارتباطی در این دوران روند گسست مکان و فضا را تسریع و رشته‌های پیوندزنده فضای اجتماعی با مکان معین را بیش از پیش پاره می‌کند (گل‌محمدی، ۱۳۸۱: ۲۳۲) گیدنز بر این اعتقاد است که "تهی شدن زمان" تا اندازه زیادی پیش شرط "تهی شدن مکان" است. وی تلاش دارد ثابت کند تنظیم در راستای زمان مبنای نظارت بر مکان است.

در وضعیت مدرن، محل بیش از پیش توهمی می‌شود، یعنی موقعیت‌های محلی کاملاً تحت نفوذ و رخنه عوامل اجتماعی دور از خودشان در می‌آیند و به وسیله آنها شکل می‌گیرند. آن چیزی که ساختار یک موقعیت محلی را تعیین می‌کند، همان چیزی نیست که در همان صحنه حضور دارد؛ "صورت مرئی" موقعیت محلی، روابط فاصله‌دار تعیین‌کننده ماهیت آن را پنهان می‌سازد.

آنتونی گیدنز در مورد اهمیت جدایی زمان و مکان در پویایی مدرنیته چنین می‌گوید: همین جدایی شرط وقوع فراگردهای ازجاکنندگی است. جدایی زمان و مکان و شکل‌گیری آنها در ابعاد یکنواخت و "تهی"، پیوندهای میان فعالیت اجتماعی و "جای‌گیری" آن در زمینه‌های خاص حضور را قطع می‌کند. نهادهای ازجاکننده شده پهنه فاصله‌گیری زمانی-مکانی را گسترش می‌دهند و برای ایجاد چنین تأثیری به هم‌مطرازی در زمان و مکان متکی‌اند. همین پدیده از طریق رهاسازی از قیده‌های عادت‌ها و عملکردهای محلی، امکانات گوناگون دگرگونی را به روی بشر باز می‌کنند.

### مدرنیته و بازاندیشی

این مفهوم در معنای خاص خود دلالت بر جهانی دارد که بیش از آنکه با مدل‌های رفتاری از قبل تعیین شده ساخته شده باشد، با اطلاعات ایجاد می‌شود. در مدرنیته عملکردهای اجتماعی در پرتو اطلاعات تازه درباره آنها پیوسته بررسی و اصلاح می‌شود و همه چیز در پرتو اطلاعات

تازه در معرض بازاندیشی است (ریتزر، ۱۳۷۷). گیدنز معتقد است بازاندیشی یعنی اینکه برای ساختن زندگی مان به استفاده‌ای فعال از اطلاعات وابسته هستیم. این در معنای واقعی خود به معنی زندگی در جهانی رها، سیال و اشباع شده از اطلاعات است. البته خصوصیات این جهان از جمله جدایی زمان و مکان و ... موجب شده ما همیشه مجبور به اصلاح زندگی خود باشیم. (لاپتن، ۱۳۸۰)

گیدنز تأمل و بازاندیشی در مورد هویت را منحصر به دوران مدرن می‌داند و معتقد است در متن چالش‌های دنیای مدرن است که سنت و طبیعت مرجعیت خود را از دست می‌دهد و فرد در یک فضای آکنده از اطلاعات دائماً به تأمل در مورد هستی خود می‌پردازد (نش، ۱۳۸۲: ۹۱). همچنین گیدنز هویت شخصی را به معنای تداوم فرد در زمان و مکان می‌داند. هویت همین تداوم است اما به صورت بازتاب تفسیری که شخص از آن به عمل آورده است. (گیدنز، ۱۳۸۳: ۸۲)

بازاندیشی در زندگی اجتماعی مدرن دربرگیرنده این واقعیت است که عملکردهای اجتماعی پیوسته بازسنجی می‌شوند و در پرتو اطلاعات تازه درباره خود آنها، اصلاح می‌شوند. در همه فرهنگ‌ها عملکردهای اجتماعی در پرتو کشف‌های تازه‌ای که به خورد این عملکردها داده می‌شود، پیوسته دگرگون می‌شود.

مدرنیته بازاندیشانه اولریش بک و مدرنیته متأخر یا رادیکال‌شده گیدنز، همان اجبار در زندگی به شیوه بازاندیشانه است که اشاره به زندگی همراه با امنیت و خطر و اعتماد و بیم دارد. بک نیز همانند گیدنز معتقد است که جهان مدرن کنونی وارد مرحله تازه‌ای از روند مدرنیزاسیون شده است که وی آن را مدرنیزاسیون بازاندیشانه یا تأملی می‌نامد. مدرنیته بازاندیشانه تقریباً معادل همان پدیده‌ای است که گیدنز آن را مدرنیته متأخر یا مدرنیته رادیکال شده می‌نامد. رادیکالیزه شدن یا بازاندیشانه شدن مدرنیته به معنی اجبار زندگی به شیوه بازاندیشانه‌تر در دنیایی بسیار پیچیده و باز است و اشاره به الگوهای جدید امنیت و خطر و اعتماد و بیم به طور توأمان در جوامع مدرن و متأخر کنونی دارد. (بریانت و جری، ۲۰۰۳)

### مدرنیته و اعتماد

فرهنگ آکسفورد اعتماد را اطمینان به نوعی کیفیت، صفت و یا شخص یا یک چیز یا اطمینان به حقیقت یک گفته تعریف می‌کند. از دیدگاه آنتونی گیدنز اعتماد ناظر بر اعتماد و غیبت در زمان و مکان است. این اعتماد نه به مخاطره بلکه به احتمال وابسته است. در جهان امروز محیط‌های مخاطره‌آمیزی وجود دارد که به گونه‌ای جمعی بر توده‌های افراد تأثیر می‌گذارد. وی معتقد است در جوامع مدرن همراه با رشد نهادهای اجتماعی مدرن نوعی تعادل بین اعتماد و بیم و امنیت و ترس به وجود می‌آید. در جهان مخاطره‌آمیز کنونی، امنیت موقعیتی است که در آن با یک دسته از خطرهای خاص مقابله شود و یا آنها به حداقل رسانده شوند. تجربه امنیت مذکور به تعادل بین دو عامل اعتماد و بیم بستگی دارد. (گیدنز، ۱۳۷۷)

## مدرنیته و بیم

مفهوم مخاطره یا بیم در جهان امروز به معنی مخاطره‌آمیزبودن زندگی نیست، بلکه بیشتر در مورد نحوه سازمان‌دهی جهان اجتماعی به‌وسیله گُنشگران و متخصصان فنی است. مدرنیته مخاطرات کلی در حوزه‌های مختلف زندگی را کاهش می‌دهد، اما مسائل مخاطره‌آمیزی را نیز مطرح می‌کند که در دوران پیشین وجود نداشتند. این به معنی زندگی با نگرش حسابگرانه بیم‌زده در دنیای مدرن است که گریزی از آن نیست. یکی از دستاوردهای مدرنیته کاهش مخاطرات کلی در زندگی اجتماعی افراد است، اما مدرنیته به همان میزان که در برخی از این حوزه‌ها سبب کاهش مخاطرات شده اما مخاطرات جدیدی را نیز به‌دنبال داشته‌است (ریترز، ۱۳۷۷: ۷۷۳). این مطلب بیانگر این مسئله است که مفهوم مخاطره یا ریسک بیشتر در خصوص نحوه سازمان‌دهی جهان اجتماعی هم به‌وسیله گُنشگران عادی و هم متخصصان فنی به‌گونه‌ای بنیادی مطرح است.

گرچه بسیاری از مخاطرات ناشی از مدرنیته در دوران گذشته وجود نداشتند، اما منظور از مخاطره‌آمیز بودن مدرنیته این نیست که زندگی اجتماعی امروز در مقایسه با گذشته ذاتاً مخاطره‌آمیزتر است. گیدنز، زندگی در جامعه مدرن و بیم‌زده را به معنای زندگی با نگرش حسابگرانه با امکانات گُنش مثبت و منفی می‌داند که ما با آن به‌صورت فردی و اجتماعی مواجه می‌شویم. (ذکایی، ۱۳۸۶: ۱۲۰)

## مدرنیته و هویت شخصی

در دوران سَنّی، هویت انسان در مراحل گذار از یک نسل به نسل دیگر شکل می‌گرفت، ولی در مدرنیته هویت فرد مورد تأمل و بازاندیشی قرار می‌گیرد و فرد باید خویشتن دگرگون‌شده‌اش را کشف کند. همراه با چنین وضعیتی، نهادها و سازمان‌های کوچک جای خود را به سازمان‌های بزرگ‌تر و غیرشخصی می‌دهند. فرد در دوره مدرن تنها و محروم از حس امنیت دوره سَنّی است. فرد به سؤالات مهمی درباره هویت خودش پاسخ و انتخاب‌های مهمی در طول زندگی انجام می‌دهد. مفهوم هویت شخصی روزبه‌روز گسترش می‌یابد. (گیدنز، ۱۳۸۳: ۴۲۴)

همچنین از نظر گیدنز تغییراتی که امروز در جنبه‌های خصوصی زندگی شخصی ایجاد شده‌است، بستگی مستقیم به استقرار پیوندهای اجتماعی بسیار پهن دامنه دارد. گیدنز هویت شخصی را این‌گونه تعریف می‌کند:

هویت شخصی نوعی خصیصه متمایز و یا حتی مجموعه‌ای از خصیصه‌های متمایز نیست که در اختیار فرد باشد، هویت شخصی در حقیقت همان خود است که شخص آن را به‌عنوان بازتابی از زندگی‌اش می‌پذیرد. (همان: ۸۲)

در این تعریف عناصر مهم هویت شخصی عبارت‌اند از: تفسیر فرد، بازاندیشانه بودن و تأملی بودن تفسیر، احساس تداوم از سرگذشت یا همان زندگی‌نامه خویش. (همان: ۸۳)

## مدرنیته و پیوندهای خصوصی

گیدنز معتقد است تکثر انتخاب‌ها و بازبودن جهان مدرن بر روی عوامل آن، بر روابط و تعاملات گروه‌های گوناگون مردم تأثیر گذاشته‌است که وی از آن با نام تغییر شکل صمیمت‌ها و آشنایی‌های خصوصی نام می‌برد که از ویژگی‌های دنیای مدرن است. در این نظام، دایره انتخاب هر فرد بسیار وسیع و حفظ پیوندهای نزدیک مستلزم برنامه‌ریزی و بازاندیشی مستمر است. گیدنز روابط دوستانه در عصر مدرن را نوعی رابطه ناب می‌داند که نوعی از رابطه اجتماعی خود مرجع است به این معنی که منحصرأ وابسته به احساس رضایت یا پاداش مشخصی است که از خود همان رابطه حاصل می‌شود.

## فرضیه‌های تحقیق

### فرضیه‌های اصلی

حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت، موجب شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن می‌شود. هرچه حضور در فضای مجازی بیشتر باشد، شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن شدیدتر می‌شود. هرچه نوع مصرف حرفه‌ای‌تر باشد، شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن شدیدتر شود. هرچه اهداف و انگیزه‌های کاربران اینترنت ابزاری و هدفمند باشد، شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن شدیدتر است.

بین جنس دانشجویان و شکل‌گیری هویت مدرن رابطه وجود دارد. بین مقطع تحصیلی دانشجویان و شکل‌گیری هویت مدرن رابطه وجود دارد. ( هرچه مقطع تحصیلی بالاتر باشد، هویت مدرن شدیدتر می‌شود. )

### فرضیه فرعی

هرچه شخصیت روی شبکه کاربران با شخصیت بیرون شبکه آنها شبیه‌تر باشد، استفاده از نام مستعار کمتر شده و در نتیجه میزان دستیابی به هویت مدرن بیشتر می‌شود.

### روش تحقیق

روش مورد استفاده در این تحقیق عبارت است از روش پیمایشی. روش پیمایشی از جمله روش‌های پهنانگر است که عبارت از مطالعه بر روی جمعیت نمونه‌ای است که معرف کل جامعه باشد.

### جامعه آماری

با توجه به هدف پژوهش که بررسی رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن در بین دانشجویان دانشگاه‌های شهرکُرد بود، دانشجویان دانشگاه‌های شهرکُرد، دانشگاه پیام نور، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرکُرد و دانشگاه علوم پزشکی شهرکُرد به‌عنوان جامعه آماری انتخاب شدند.

## حجم نمونه

$$n = \frac{Nt^2s^2}{Nd^2 + t^2s^2}$$

برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است. محاسبه فوق نشان می‌دهد تعداد نمونه باید ۲۹۰ باشد که برای اطمینان بیشتر تعداد پرسشنامه تکمیلی ۳۲۷ مورد بوده است

## روش نمونه‌گیری

روش نمونه‌گیری این پژوهش، روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده است.

## ابزار و نحوه جمع‌آوری اطلاعات

در این بررسی از پرسشنامه استفاده شد. این پرسشنامه برای رسیدن به هدف مورد نظر در دو قسمت تنظیم شده است.

قسمت نخست. ابزار استفاده شده در این پژوهش برای اندازه‌گیری مؤلفه‌های هویت مدرن طراحی شد.

قسمت دوم. مشخصات فردی شامل جنسیت، سن، مقطع تحصیلی و ...

## پایایی و روایی

مقصود از پایایی وسیله اندازه‌گیری آن است. اگر خصیصه مورد سنجش را با آن وسیله تحت شرایط مشابه دوبار اندازه بگیریم نتایج حاصل تا چه حد مشابه، دقیق و قابل اعتماد است. یک وسیله معتبر آن است که دارای ویژگی تکرارپذیری و بازپیداآوری باشد، یعنی بتوان آن را در موارد متعدد به کار برد و در همه موارد نتایج یکسان تولید کند. (هومن، ۱۳۷۴: ۲۲۹)

در این پژوهش به منظور برآورد پایایی پرسشنامه سنجش هویت شخصی از ضریب آلفای کرونباخ ( $\alpha$ ) استفاده شد.

جدول ۱ ضرایب اعتبار

| شاخص                    | آلفای کرونباخ |
|-------------------------|---------------|
| هویت مدرن               | ۰/۹۴۵         |
| نحوه معرفی و مدیریت خود | ۰/۸۲۷         |
| مصرف حرفه‌ای            | ۰/۹۲۷         |

## بررسی یافته‌های تحقیق

### تحلیل تک‌متغیره

در این بخش هر یک از متغیرها به صورت تحلیل تک‌متغیره مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته‌اند که در جداول زیر به آنها اشاره می‌شود:

جدول ۲ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنس

|     | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد فراوانی تجمعی |
|-----|---------|------|------------|--------------------|
| زن  | ۱۳۷     | ۴۱/۹ | ۴۱/۹       | ۴۱/۹               |
| مرد | ۱۹۰     | ۵۸/۱ | ۵۸/۱       | ۱۰۰                |
| جمع | ۳۲۷     | ۱۰۰  | ۱۰۰        |                    |

جدول ۳ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مقطع تحصیلی

|               | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد فراوانی تجمعی |
|---------------|---------|------|------------|--------------------|
| کاردانی       | ۴۱      | ۱۲/۵ | ۱۲/۵       | ۱۲/۵               |
| کارشناسی      | ۲۰۴     | ۶۲/۴ | ۶۲/۴       | ۷۴/۹               |
| کارشناسی ارشد | ۷۱      | ۲۱/۷ | ۲۱/۷       | ۹۶/۶               |
| دکتر          | ۱۱      | ۳/۴  | ۳/۴        | ۱۰۰                |
| جمع           | ۳۲۷     | ۱۰۰  | ۱۰۰        |                    |

جدول ۴ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب گروه‌های سنی

|            | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد فراوانی تجمعی |
|------------|---------|------|------------|--------------------|
| ۱۸ - ۲۱    | ۱۲۲     | ۳۷/۳ | ۳۷/۳       | ۳۷/۳               |
| ۲۲ - ۲۵    | ۱۳۶     | ۴۱/۶ | ۴۱/۶       | ۷۸/۹               |
| ۲۶ - ۲۹    | ۵۹      | ۱۸   | ۱۸         | ۹۶/۹               |
| ۳۰ و بیشتر | ۱۰      | ۳/۱  | ۳/۱        | ۱۰۰                |
| جمع        | ۳۲۷     | ۱۰۰  | ۱۰۰        |                    |

جدول ۵ توزیع فراوانی میزان مصرف حرفه‌ای اینترنت

|         | فراوانی | درصد | درصد خالص |
|---------|---------|------|-----------|
| پایین   | ۱۹      | ۵/۸  | ۶/۰       |
| متوسط   | ۱۶۳     | ۴۹/۸ | ۵۱/۲      |
| بالا    | ۱۳۶     | ۴۱/۶ | ۴۲/۸      |
| جمع     | ۳۱۸     | ۹۷/۲ | ۱۰۰       |
| بی پاسخ | ۹       | ۲/۸  |           |
| جمع     | ۳۲۷     | ۱۰۰  |           |

جدول ۶ نحوه معرفی و مدیریت خود در فضای مجازی

| درصد خالص | درصد | فراوانی |         |
|-----------|------|---------|---------|
| ۱۱/۷      | ۱۱   | ۳۶      | پایین   |
| ۳۷/۳      | ۳۵/۲ | ۱۱۵     | متوسط   |
| ۵۱        | ۴۸   | ۱۵۷     | بالا    |
| ۱۰۰       | ۹۴/۲ | ۳۰۸     | جمع     |
|           | ۵/۸  | ۱۹      | بی پاسخ |
|           | ۱۰۰  | ۳۲۷     | جمع     |

جدول ۷ میزان دستیابی به هویت مدرن

در بین کاربران دانشجو در پرتو حضور در فضای مجازی

| درصد خالص | درصد | فراوانی |         |
|-----------|------|---------|---------|
| ۹/۲       | ۸    | ۲۶      | کم      |
| ۲۴        | ۲۰/۸ | ۶۸      | متوسط   |
| ۶۶/۸      | ۵۷/۸ | ۱۸۹     | زیاد    |
| ۱۰۰       | ۸۶/۵ | ۲۸۳     | جمع     |
|           | ۱۳/۵ | ۴۴      | بی پاسخ |
|           | ۱۰۰  | ۳۲۷     | جمع     |

جدول فوق نشان می دهد که در مجموع ۶۶/۸ درصد پاسخگویان در حد زیاد، ۲۰/۸ درصد در حد متوسط و فقط ۹/۲ درصد در حد پایین در پرتو حضور در فضای مجازی به شاخص های هویت مدرن دست یافته اند. براین اساس و با توجه به ارقام فوق می توان نتیجه گرفت که فرضیه اول این پژوهش که فرضیه ای توصیفی است یعنی «حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت باعث شکل گیری و تقویت برخی از شاخصه های اصلی هویت مدرن در بین کاربران می شود» تأیید می شود.

### تحلیل دومتغیره

در این مرحله به منظور آزمون فرضیه های تحقیق، هریک از متغیرهای مستقل به طور جداگانه با متغیر وابسته تحقیق به صورت دو به دو مورد مقایسه قرار گرفته اند که در جدول زیر به آنها اشاره شده است.

جدول ۸ توزیع ضرایب، مقدار و سطح معناداری متغیرهای مستقل با متغیر وابسته

| متغیر                             | آزمون                    | مقدار ضریب      | سطح معنی داری | تعداد مشاهدات متغیر | بی جواب | تعداد کل |
|-----------------------------------|--------------------------|-----------------|---------------|---------------------|---------|----------|
| مقطع تحصیلی                       | Gama                     | ۰/۲۹            | ۰/۷۷۳         | ۲۸۳                 | ۴۴      | ۳۲۷      |
| جنس                               | Chi-Square<br>Cramer's V | ۱/۳۷۹<br>۷۰     | ۰/۵۰۲         | ۲۷۸                 | ۴۹      | ۳۲۷      |
| انگیزه و هدف                      | Chi-Square<br>Cramer's V | ۱۱/۰۵۰<br>۰/۲۴۲ | ۰/۰۲۶         | ۲۷۴                 | ۵۳      | ۳۲۷      |
| سن                                | Gama                     | ۰/۰۷۸           | ۰/۴۴۲         | ۲۸۳                 | ۴۴      | ۳۲۷      |
| بازی نقش درپناه اسامی مستعار      | Gama                     | ۰/۷۸۷           | ۰/۰۰۰         | ۲۸۲                 | ۴۵      | ۳۲۷      |
| استفاده از اسامی مستعار           | Gama                     | ۰/۷۷۰           | ۰/۰۰۰         | ۲۸۲                 | ۴۵      | ۳۲۷      |
| شباهت شخصیت روی شبکه و بیرون شبکه | Gama                     | ۰/۸۵۶           | ۰/۰۰۰         | ۲۷۸                 | ۴۹      | ۳۲۷      |
| مصرف حرفه‌ای                      | Gama                     | ۰/۳۵۰           | ۰/۰۰۱         | ۲۸۰                 | ۴۷      | ۳۲۷      |

جدول بالا نشان می‌دهد فرضیه‌های مصرف حرفه‌ای، انگیزه و هدف کاربر، بازی نقش در پناه اسامی مستعار، استفاده از اسامی مستعار و شباهت شخصیت روی شبکه و بیرون شبکه رابطه معناداری با متغیر وابسته تحقیق داشته و مورد تأیید هستند.

### رگرسیون چندمتغیره

#### جداول تحلیل رگرسیون

| Std. Error of the Estimate | Adjusted R Square | R Square | R        |
|----------------------------|-------------------|----------|----------|
| 0/480                      | 0/463             | ۰/471    | ۰/686(a) |

#### ANOVA(b)

| Sig.      | F      | Mean Square | df  | Sum of Squares |            |
|-----------|--------|-------------|-----|----------------|------------|
| 0/000 (a) | 59/890 | 13/783      | 4   | 55/132         | Regression |
|           |        | 0/230       | 269 | 61/908         | Residual   |
|           |        |             | 273 | 117/040        | Total      |

### مدل رگرسیون

| سطح معناداری | مقدار $t$ | ضرایب استاندارد | ضرایب غیراستاندارد |       |                                                  |
|--------------|-----------|-----------------|--------------------|-------|--------------------------------------------------|
|              |           | Beta            | خطای استاندارد     | B     |                                                  |
| ۰/۰۰۱        | ۳/۲۴۴     |                 | ۰/۱۵۶              | ۰/۵۰۵ | عدد ثابت                                         |
| ۰/۰۰۱        | ۶/۹۵۲     | ۰/۳۹۰           | ۰/۰۵۷              | ۰/۳۹۹ | میزان مصرف حرفه‌ای افراد                         |
| ۰/۰۰۲        | ۳/۱۷۸     | ۰/۱۸۹           | ۰/۰۸۵              | ۰/۱۸۴ | میزان بازی نقش توسط کاربران در پناه اسامی مستعار |
| ۰/۰۰۰        | ۵/۳۶۴     | ۰/۲۶۹           | ۰/۰۵۳              | ۰/۲۸۶ | میزان استفاده افراد از اسم مستعار                |
| ۰/۰۰۰        | ۶/۲۷۹     | ۰/۳۳۳           | ۰/۰۵۶              | ۰/۳۵۳ | میزان شباهت شخصیت درون شبکه و بیرون شبکه افراد   |

جداول بالا مربوط است به نتایج آزمون رگرسیون. با توجه به ضریب همبستگی چندگانه  $R=0/686$  شدت رابطه بین متغیر وابسته و متغیرهای مستقل قوی است. با توجه به مقدار آزمون  $f (59/890)$  و سطح معنی داری آن ( $sig=0/000$ ) رگرسیون و رابطه بین متغیرها با ۹۹ درصد اطمینان و خطای کمتر از ۱ درصد معنی دار می باشد.

۱۹۷

رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن

مقدار  $R^2 (0/471)$  نشان می دهد که ۴۷ درصد تغییرات متغیر وابسته توسط این چهار متغیر مستقل تبیین می گردد. (یک متغیر و سه شاخص)

با توجه به آزمون  $t$  محاسبه شده، اثر متغیر مستقل "میزان مصرف حرفه‌ای افراد" و هر سه شاخص متغیر مستقل میزان حضور و مدیریت خود در فضای مجازی یعنی "میزان بلندی نقش توسط کاربر در پناه اسامی مستعار"، "میزان استفاده افراد از اسم مستعار" و "میزان شباهت شخصیت درون شبکه و بیرون شبکه" افراد معنی دار شده است. در رابطه با متغیر وابسته، میزان برخورداری از هویت مدرن با ۹۹ درصد اطمینان و خطای کمتر از ۱ درصد معنی دار است. از آنجا که متغیر مستقل انگیزه برای موضوع پژوهش صرفاً دستیابی به یک سری اطلاعات برای سنجش این موضوع بوده و نیز چون وجود متغیر اسمی، میزان رگرسیون را دچار چالش می کند از آوردن آن در رگرسیون خودداری شد.

اما در مورد اهمیت و نقش متغیر مستقل و شاخص‌های آن در پیشگویی معادله رگرسیون باید از مقادیر بتا استفاده کرد. با توجه به مقدار بتای به دست آمده می توان قضاوت کرد متغیر مستقل "میزان مصرف حرفه‌ای افراد" به مراتب سهم بیشتری در مقایسه با متغیرهای دیگر در تبیین متغیر وابسته دارد. زیرا یک واحد تغییر در انحراف معیار آن باعث می شود تا انحراف معیار متغیر وابسته میزان برخورداری از هویت مدرن به اندازه ۳۹ درصد تغییر کند.

متغیرهایی که از معادله خارج شده‌اند

| سطح معناداری | مقدار t | ضرایب استاندارد | ضرایب غیراستاندارد |        |             |
|--------------|---------|-----------------|--------------------|--------|-------------|
|              |         | Beta            | خطای استاندارد     | B      |             |
| ۰/۰۱         | ۳/۲۴۴   |                 | ۰/۱۵۶              | ۰/۵۰۵  | عدد ثابت    |
| ۰/۷۰۱        | ۳۸۵     | -۰/۱۵           | ۱/۴۶۵              | -۰/۵۶۴ | جنسیت       |
| ۰/۸۳۲        | -۰/۲۱۳  | -۰/۰۰۹          | ۰/۲۵۸              | -۰/۵۵  | سن          |
| ۰/۹۶۹        | ۰/۳۹    | -۰/۰۰۲          | ۱/۳۳۱              | -۰/۵۱  | مقطع تحصیلی |

معادله رگرسیونی با توجه به نتایج بالا به شکل زیر است:

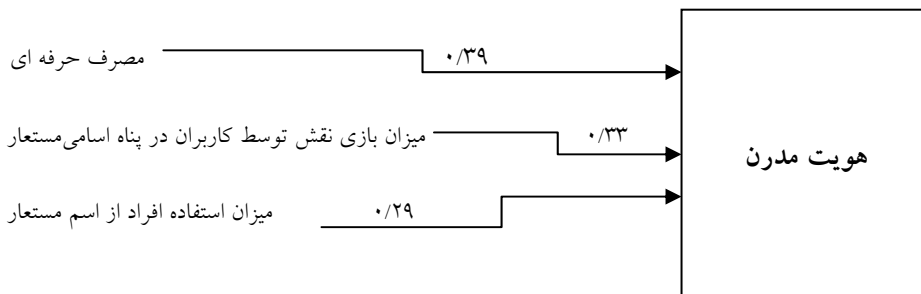
$$Y = 0/505 + 0/399(a) + 0/184(b) + 0/286(c) + 0/353(d) + 0/321(e)$$

میزان مصرف حرفه‌ای افراد  $a =$

میزان بازی نقش توسط کاربران در پناه اسامی مستعار  $b =$

میزان استفاده افراد از اسم مستعار  $c =$

میزان شباهت شخصیت درون شبکه و بیرون شبکه افراد  $d =$



## دستاوردهای توصیفی و تبیینی

براساس پرسش اصلی پژوهش یعنی "حضور در فضای مجازی چه تأثیراتی بر شکل‌گیری هویت و کیستی کاربران دانشجو می‌گذارد؟" متغیرها و مفاهیم طراحی شده و مورد آزمون قرار گرفتند. نتیجه بررسی‌های صورت گرفته مؤید آن است که حضور دانشجویان در فضای مجازی موجب شده دانشجویان کاربر بعضی از وجوه و جنبه‌های زندگی مدرن را تجربه کنند و تا حدودی از آن متأثر شوند. ویژگی‌هایی نظیر امکان گمنامی کاربران، حذف محدودیت‌های زمان و به تبع آن، تعاملات گسترده همزمان و ناهمزمان، کم‌رنگ شدن محدودیت‌های مکان و در نتیجه ارتباط با دیگران در دسترس و دور از دسترس، آشنایی با فضاهای ناآشنا، دسترسی آسان به طیف وسیعی از اطلاعات و ... جنبه‌های مختلفی است که در زندگی مدرن، فرد کاربر

می‌تواند در پرتو حضور در فضای مجازی تجربه کند: تجربه جدایی فضا از مکان، تجربه جدایی زمان و مکان، تجربه قدرتمندی و استقلال فردی، تجربه اعتماد به دیگران ناآشنا در عین اضطراب و مخاطرات احتمالی، افزایش تعاملات اجتماعی و ...

نتیجه تجربه جنبه‌های مختلف زندگی مدرن در پرتو حضور در فضای مجازی موجب شده برخی از جنبه‌های هویت دانشجویان کاربر دچار تحول شود و هویتی تقریباً سیال، بازاندیشانه و متنوع در وی ایجاد شود که متفاوت با زمان قبل از حضور در این فضا و تجربه آن بوده‌است. پرسش اصلی تبیینی پژوهش این بود که «نوع مصرف کاربران دانشجو چه تأثیری بر میزان دستیابی او به هویت مدرن دارد؟» برای پاسخ به این سؤال تبیینی اقدام به طراحی شاخص مصرف حرفه‌ای کرده‌ایم.

بررسی‌های صورت گرفته نشان می‌دهد که هر چه مدت استفاده از اینترنت بیشتر، هر چه مدت آشنایی با اینترنت بیشتر و هر چه جنبه سرگرمی اینترنت کمتر باشد، تولید اطلاعات در این فضا بیشتر و در نتیجه دستیابی به شاخص‌های هویت مدرن بیشتر می‌شود.

متغیر مستقل دوم در این تحقیق به مسئله معرفی و مدیریت خود بازمی‌گردد. ویژگی‌های خاص فضای مجازی موجب شده کاربران این فضا بتوانند خودهای متفاوت و گوناگونی را تجربه کنند. خودهایی که گاهی به خود واقعی فرد نزدیک بوده و یا ممکن است از او دور باشند. بر اساس نتایج تحقیق، هر چه دانشجویان کاربر در فضای مجازی بیشتر به مدیریت خود پرداختند و در قالب اسامی مستعار به بازی نقش‌های مختلف مبادرت کرده‌اند، بیشتر به شاخص‌های هویت مدرن دست یافته‌اند.

## منابع

- استونز، راب (۱۳۷۹)، *متکران بزرگ جامعه‌شناسی*، ترجمه مهرداد میردامادی، نشر مرکز.
- باقری، اسماعیل (۱۳۸۲)، «عناصر تشکیل دهنده هویت در بین دانشجویان دانشگاه تبریز»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- برگر، پیتر (۱۳۸۱)، *ذهن بی‌خانمان*، ترجمه محمدساوجی، نشر نی.
- تامپسون، جان (۱۳۷۹)، *رسانه‌ها و نوگرایی*، ترجمه علی ایثاری کسمایی، انتشارات مؤسسه ایران.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)، *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، نشر شیرازه.
- جی‌دان، رابرت (۱۳۸۴)، *نقد اجتماعی پست مدرنیته*، ترجمه صالح نجفی، نشر شیرازه.
- دریغوس، هیوبرت (۱۳۸۳)، *نگاهی فلسفی به اینترنت*، ترجمه علی ملائکه، انتشارات گام نو.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۶)، «رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن»، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۳۳.
- ریتزر، جرج (۱۳۷۷)، *نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۳)، «جهانی شدن‌ها، مفاهیم و نظریه‌ها»، فصلنامه ارغنون، شماره ۲۴.
- عباسی‌قادی، مجتبی (۱۳۸۵)، «اینترنت و هویت دینی»، فصلنامه رسانه.
- گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۱)، *جهانی شدن فرهنگ، هویت، نشر نی*.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷)، *پیامدهای مدرنیته*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، نشر مرکز.
- لاپتن، دبورا (۱۳۸۰)، «بیم و مدرنیزاسیون تأملی»، ترجمه مریم رفعت‌جاء، فصلنامه ارغنون، شماره ۱۸.

نش، کیت (۱۳۸۲)، جامعه‌شناسی سیاسی معاصر، ترجمه محمدتقی دلفروز، نشر کویر.

- Bryant Christofer and Jary David.(2003), *Antony Giddens*. In RitzerGoerg (eds) "The Blackwell companion to major modern social Theorists". Oxford Black well.
- Fine Alan Gary and Manniny Philip.(2003), *Erving Goffman*. In RitzerGoerg (eds) "The Blackwell companion to major modern social Theorists". Oxford Black well.
- Miller hugh. (1995), *The presentation of self in the electronic life*. Nottingham trent university.
- Reingold howard. (1993), *The virtual community*. In trend (ed.). (2001) Reading digital culture.Oxford Blackwell.
- Turle Sherry. (1995), *Life on screen : Identity in the age of the internet* New York. Simon and Schuster.
- Wynn Eleanor, katzjamese. (1998), *Hyperbole over cyberspace: social boundaries internet ....* Indiana university.