

## هویت‌های دوگانه در فضای مجازی - واقعی نوجوانان

### (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه استان اردبیل)

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

### چکیده

هدف از پژوهش پیش‌رو بررسی هویت‌های دوگانه در فضای مجازی - واقعی نوجوانان بود که به روش پیمایشی انجام گرفت. جامعه آماری مشتمل بر کلیه دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوره دوم استان اردبیل که از بین آن‌ها ۳۸۰ نفر به‌عنوان نمونه به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب گردید. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته با اقتباس از دیدگاه صاحب‌نظران و پژوهشگران حوزه هویت استفاده شد. روایی پرسشنامه به روش اعتبار صوری و سازه‌ای و اعمال برخی اصلاحات و پایایی آن نیز پس از محاسبه ضریب آلفای کرونباخ و حذف برخی گویه‌ها مورد تأیید قرار گرفت. داده‌ها از طریق آزمون T دو گروه مستقل در نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان داد نوجوانان در فضای مجازی - واقعی دارای هویت دوگانه‌ای در ابعاد دینی، خانوادگی، جنسی، ملی، قومی و فرهنگی بودند. هویت نوجوانان در فضای واقعی شکل‌یافته‌تر، منسجم‌تر و واقعی‌تر و در فضای مجازی به نسبت سیار، ناپایدار و متکثر بود. هویتی که با توجه به برخی ویژگی‌ها، می‌توان آن را هویت مدرن یا بازاندیشانه نامید. نوجوانان در کنار اینکه در جهان واقعی سعی در پاسداشت منابع سنتی هویت داشتند در فضای مجازی خود را طرفدار هویت جهانی یا جهان وطنی نشان می‌دادند.

### واژگان کلیدی

هویت، هویت دوگانه، فضای مجازی، فضای واقعی، نوجوانان.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۲۱

phd.bshahabi@gmail.com

۱. دکتری علوم ارتباطات، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران.

۲. استادیار پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش، سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).  
alijafari.researcher@gmail.com

۳. دانشیار گروه مشارکت‌ها و ارتباطات، سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، تهران، ایران.  
shahnaz\_hashemi@yahoo.com

۴. دانشیار گروه علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.  
msoltanifar@yahoo.com

## مقدمه

نوجوانی در دوره زندگی انسان به عنوان مهم ترین مرحله شکل گیری هویت فرهنگی و اجتماعی است. به همین دلیل در صورت عدم راهنمایی، مراقبت و پیگیری از سوی خانواده و مدرسه می تواند صدمات جبران ناپذیری را به دنبال داشته باشد (Elsayed, 1: 2021). نوجوان در تلاش برای هویت یابی، بیشتر وقت خود را صرف تفکر، مرور و تأمل در ارزش های کلی و رفتارهای دیگران می کند (Bakkar, 2010: 55). هویت سرچشمه معنا و تجربه برای مردم است (کاستلز، ۱۳۸۹: ۲۲). هویت یک سازه اجتماعی (Tony yu & Man Kwan, 2008: 36) و با اجتماع معنای دیگری می دهد. «اجتماعی» در وسیع ترین معنا، هر نوع رفتار یا نگرشی است که از طریق تجربه حال یا گذشته، از رفتار سایر مردم تأثیر پذیرفته باشد؛ یا اشاره به رفتاری است که به سوی سایر مردم جهت گیری شده باشد (جولیوس و ویلیام، ۱۳۹۲: ۳۵). هویت همان «خود» است و شخص آن را به عنوان بازتابی از زندگی نامه اش می پذیرد (گیدنز، ۱۳۹۸: ۸۲). نوجوان باید تصمیم بگیرد که چگونه در دوستی با همسالان خود موفق شود، به نقش های اجتماعی خود به طور مناسب عمل کند و از بین چندین عقیده، ایده و گرایش یکی را انتخاب کند که به او حس وجود متمایز و مستقلی را دهد تا آینده خود را طرح ریزی کند. از این منظر، نوجوانان همواره در معرض آنچه بحران هویت نامیده می شود، هستند (Roger, 2011: 109).

بحران هویت<sup>۱</sup> یکی از عمده ترین مشکلاتی است که عموم مردم باید با آن مقابله کنند و در دوران نوجوانی این بحران با آغاز شکل گیری شخصیت شروع می شود و در معرض سوالات متعددی از خود قرار می گیرد مانند من کیستم؟ نقش من در جامعه چیست؟ چگونه وجود را ثابت کنم؟ چگونه موفق می شوم؟ در اینجا، نوجوان خود را با سوالات متعدد، خواسته ها و ایده های متناقض مواجه می شود که این تناقضات و ابهامات او را دچار تغییر و تحولات جسمی، روحی، تغییرات اجتماعی، روانی، عاطفی و خانوادگی می کند. چنانچه این تغییرات منفی باشد، منجر به عدم موفقیت در شکل گیری هویت نوجوان می شود و علاوه بر این با مشکلات زیادی مانند اختلال در ایفای نقش های اجتماعی، سردرگمی یا دوگانگی هویت یا پذیرش هویت منفی مواجه می شود که منجر به آسیب رساننده به آینده نوجوان می شود (Salima and Fayza, 2014: 384).

منابع شکل دهنده هویت در جوامع گذشته از قبل مشخص بود و هویت افراد بیشتر

جنبه انتسابی داشت و این امر باعث می‌شد که افراد یک جامعه از لحاظ هویت‌یابی چندان دستخوش تغییر و دگرگونی نشوند. در واقع 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 با ارتباط رو در رو با اطرافیان در یک محیط ثابت شکل می‌گرفت. افراد کمتر با دنیای خارج در ارتباط داشتند و سنت‌های بومی - محلی بخش اعظم هویت آن‌ها را شکل می‌داد؛ اما در پی ظهور فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، نقش مکان در شکل‌دهی به هویت بسیار کم‌رنگ شد؛ زیرا رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی می‌توانند فرد را از مکان خود او جدا کنند و به جهان پیوند بزنند. با عبارت دیگر، هویت و فرهنگ امروز تحت تأثیر رسانه‌های جدید از محتوای زمانی و مکانی فارغ‌گشته و از نظر زمانی و مکانی بی‌ریشه شده است و این ویژگی اساسی دوران جدید است (ریترز، ۱۳۹۹: ۷۲۵-۷۲۴). در نتیجه افراد با منابع هویت‌یابی متکثری روبه‌رو هستند و هویت‌یابی شکلی غیرمحلی و جهانی پیدا کرده است. بر این اساس، به نظر می‌رسد در عصر جدید یکی از ابزارهایی که از طریق جامعه‌پذیری می‌تواند بر هویت فردی و اجتماعی فرد تأثیر بگذارد رسانه‌ها هستند. رسانه‌ها به‌عنوان فراهم‌کننده چارچوب‌های تجربه برای مخاطب، نگرش‌های کلی فرهنگی‌ای برای تفسیر اطلاعات توسط افراد جامعه در جوامع امروزی ایجاد می‌کنند. رسانه‌ها شیوه‌هایی را که افراد؛ زندگی اجتماعی را تفسیر کرده و نسبت به آن واکنش نشان می‌دهند را با کمک نظم دادن به تجربه ما از زندگی اجتماعی قالب‌ریزی می‌کنند (گیدنز: ۱۴۰۰: ۴۷۹). گیدنز بر نقش فرد در تشکیل هویت تأکید کرده و هویت را آگاهی فرد نسبت به «خودش» می‌داند. برداشتی که گیدنز از هویت دارد به برداشت کان از هویت نزدیک است. در این برداشت از هویت هم ابعاد اجتماعی و هم ابعاد فردی لحاظ شده اما بر بعد فردی و نقشی که خود فرد در دنیای مدرن در شکل‌گیری و بازسازی هویت دارد و بر جنبه پویا و متغیر هویت تأکید بیشتری شده است. گیدنز جنبه‌های روان‌شناختی و چالش‌های هویتی را در دوران جدید مورد توجه و تحلیل قرار داده است و بازاندیشی در هویت را که در پرتو معیارها و ارزش‌های جدیدی که دائماً هم در حال تغییر است، صورت می‌گیرد ویژگی دوران جدید و نتیجه گسترش فناوری‌های اطلاعاتی، ارتباطاتی و جهانی شدن اقتصادی و فرهنگی می‌داند (گیدنز، ۱۳۹۸: ۴۵). اما رسانه‌ها همان‌گونه که می‌توانند هویت‌ساز باشد می‌توانند هویت‌سوز نیز باشند و همان‌گونه که می‌توانند تدبیر کننده 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 بی‌اعتنا 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، جهان‌بینی‌های افراد واگراتر می‌شود (گیببیز و ریمر، ۱۳۸۴: ۷۸). اینترنت دارای قابلیت‌هایی است که به واسطه آن افراد می‌توانند خودهای جدیدی را در دنیاهای جدید بسازند. این امور ممکن است در دنیای مادی اصلاً وجود خارجی نداشته باشند یا فرد به زعم خودش قادر به دستیابی به آن نباشد. این‌ها استفاده از فضای مجازی را برای کاربران جذاب‌تر می‌کند. بدین ترتیب، جهان مجازی به مکانی برای معرفی و نمایش شخصیت فرد تبدیل می‌شود. البته قضیه به همین جا ختم نمی‌شود؛ زیرا امکان دارد که تصویر ارائه شده از سوی یک فرد بر روی وب، توسط دیگران به صورت‌هایی غیر از شکل مورد نظر وی تفسیر شود (اسلوین، ۱۳۸۰: ۱۲۸).

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 (Alharbi, 2021: 1). 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 (Van der Walt & et al, 2018: 82). به‌طور 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. فناوری‌های ارتباطی با سرعت،

سهولت و گسترده‌گی روز افزون رهاوردها، رهیافته‌ها، رمزها و نشانه‌های هویتی متفاوت را در سراسر جهان منتشر می‌سازند. این رمزها وقتی که در متن یک جامعه دیگر گشوده 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. به راستی چگونه می‌توان هویت نسل‌هایی را که در معرض ارتباطات گوناگون و تحولات گسترده هستند تعریف کرد و نقش رسانه‌های نوین بالاخص اینترنت در روند این دگرگونی تا چه حد است؟ در این راستا بحث هویت در میان قشر نوجوان به مثابه نقطه کانونی مسئله هویت، از اهمیت شایانی برخوردار است. نوجوان به دلیل 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 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 بدنه اصلی جامعه می‌شود. با در نظر گرفتن مباحث فوق، در مقاله حاضر به بررسی هویت‌های دوگانه در فضای مجازی - واقعی نوجوانان استان اردبیل پرداخته و به این سوال پاسخ داده می‌شود که آیا هویت نوجوانان استان اردبیل در فضای مجازی - واقعی دوگانه است؟

### پیشینه پژوهش

حیدری و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان هویت‌یابی واقعی - وانمودی دختران در سیالیت فضای مجازی به این نتیجه رسیدند که مقوله هسته «فضای مجازی پژوهی»

فضای واقعی و جولانگاه خودهای واقعی - وانمودی»، بازتاب دهنده روند هویت‌یابی دختران مورد مطالعه در فضای مجازی است

فخار و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان جهانی شدن و تأثیر آن بر هویت ملی در جمهوری اسلامی ایران به این نتیجه رسیدند که 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 آن را موجب تقویت هویت ملی می‌دانند.

جعفری (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با ابعاد هویتی شهروندان شهر اردبیل به این نتیجه رسید که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ابعاد هویتی شهروندان رابطه منفی معنی‌داری وجود دارد

رهبر مهرپو و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان تبیین رابطه شبکه اجتماعی مجازی اینستاگرام و بازتعریف هویت جنسیتی زنان به این نتیجه رسیدند که میان مدت زمان عضویت در اینستاگرام، میزان استفاده از اینستاگرام و در نهایت، انگیزه و هدف استفاده از شبکه مذکور و بازتعریف هویت جنسیتی، رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد عظیمی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی و هویت قومی شهروندان شهرستان نورآباد دلفان به این نتیجه رسیدند که شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری بر هویت قومی دارد.

رهبرقاضی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت‌های جمعی (با تأکید بر هویت دینی، ملی و مدرن) شهروندان شهر اصفهان به این نتیجه رسیدند که برخی مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی تأثیر منفی و معناداری بر هویت دینی و ملی داشتند.

رهبرقاضی و ایمانیان مفرد (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی هویت ملی به این نتیجه رسیدند که ۴ درصد از تغییرات (تقویت یا تضعیف) متغیر هویت ملی تحت تأثیر چهار مؤلفه شبکه‌های اجتماعی قرار دارد

رستمی و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی (هویت) کاربران مطالعه موردی: کاربران استان اصفهان به این نتیجه رسیدند که کاربران مورد مطالعه در این پژوهش ۱۷/۷ درصد دارای هویت دینی بازتابی، ۴۳ درصد دارای هویت دینی ترکیبی و ۳۹/۳ درصد نیز دارای هویت دینی سنتی می‌باشند.

بروجردی علوی و صدیق (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان تأثیر فضای مجازی بر

هویت ملی و قومی در ایران به این نتیجه رسیدند که فضای مجازی بر هویت قومی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

حسین‌پور و عرب مومنی (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت نهاد خانواده شهروندان مناطق چهارده گانه شهر اصفهان به این نتیجه رسیدند که برخی ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی از جمله محیط تعاملی، فضای صمیمی و احساس رضایت، گروه‌ها و اجتماعات مجازی و محتوا و تولیدات شبکه‌های اجتماعی تأثیر غیر قابل انکاری بر هویت نهاد خانواده و ارزش‌های این نهاد مقدس دارد. زکی (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «اینترنت و هویت در ایران تحلیل ثانویه تحقیقات کمی موجود طی سال‌های ۱۳۸۲-۱۳۹۵» به این نتیجه رسید که به واسطه استفاده اینترنت هویت‌های مدرن رشد کرده و همچنین هویت بازنمایی گردیده است. لیکن زمینه کاهش انواع هویت‌های گوناگون (ملی، اجتماعی، فرهنگی، دینی و...) جوانان را فراهم نموده است. معمار و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان رسانه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران) به این نتیجه رسیدند که فضای مجازی نوعی از بحران هویت را در میان طیف گسترده‌ای از جوانان به وجود آورده و این بحران هویت در زمینه‌های شخصی ناهمگونی‌های هویتی را سبب شده و به نحوی تعادل اجتماعی را متأثر نموده است.

باس و هایمسن<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان مدیریت هویت تراجنسیتی در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به این نتیجه رسیدند که 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> (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان تضاد هویتی وابسته به عشق شهوانی در زنان و مردان در یک نمونه اینترنتی به این نتیجه رسید که زنان و مردان در اینترنت با دوگانگی هویتی جنسی مواجه هستند

استراوس<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان نگرش‌های متفاوت جوانان ترنس و جنسیتی نسبت به مداخلات سلامت روان دیجیتال مبتنی بر بازی: یک بررسی کیفی به این نتیجه رسیدند که 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.

1. Buss & Haimson
2. Brown
3. Strauss

جمالی<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان هویت ملی، بحران مشروعیت و نفوذ در شبکه‌های اجتماعی به این نتیجه رسید که ظهور رسانه‌های جمعی و اجتماعی در خاورمیانه و شمال آفریقا، روابط تاریخی جوامع را به خطر انداخته است و بسیاری از هنجارهای سنتی اجتماعی در بین جوانان از بین رفته است. چنانچه از برآیند مطالعات انجام شده مشخص می‌شود در زمینه فضای مجازی و هویت، بیشتر از روش‌های همبستگی استفاده شده و در بیشتر مطالعات ابعاد محدودی از هویت در نظر گرفته شده است؛ اما از آنجایی که هویت پدیده‌ای چندوجهی و پیچیده است، به نظر می‌رسد تکیه صرف بر یافته‌های پژوهش‌های فوق تبیین جامعی از تأثیر فضای مجازی بر هویت و دوگانگی هویتی ارائه نمی‌دهد، لذا پرداختن به ابعاد وسیع تری از هویت می‌تواند دید وسیع‌تری نسبت به موضوع ایجاد کند. از سوی دیگر، در این مقاله استان اردبیل از حیث قلمرو مکانی و زمانی با سایر پژوهش‌ها متمایز شده است که آیا در استان اردبیل و در آغاز قرن پانزدهم شمسی در مقایسه با پژوهش‌های پیشین تفاوت معنی‌داری در بررسی هویت دوگانه نوجوانان در فضای مجازی - واقعی وجود دارد یا خیر؟ و اگر جواب آری است در کدام ابعاد هویتی این معنی‌داری وجود دارد؟ جهت پاسخ و دست‌یافتن به این مهم ابتدا مروری بر رویکردهای نظری در این حوزه‌ها خواهیم داشت و در ادامه به بررسی آن خواهیم پرداخت که نتایج در قلمرو مکانی و زمانی این مقاله چگونه است.

## مبانی نظری پژوهش

به نظر می‌رسد فقط یک نظریه نمی‌تواند تأثیر فضای مجازی بر هویت و دوگانگی هویتی ناشی از آن را تبیین نماید. از این‌رو، نگارندگان می‌کوشند از دیدگاه‌های اندیشمندان گوناگونی استفاده کنند که بحث‌های نظری آنها به نوعی مرتبط و مکمل همدیگر هستند. از آنجا که هویت با اثرپذیری از فضای مجازی دچار تغییراتی (دوگانگی هویتی) می‌شود، لذا در ادامه به رویکردهایی پرداخته می‌شود که معتقدند هویت‌ها در موقعیت‌های گوناگون تغییر می‌کنند.

## هویت

از دیدگاه جنکینز 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

1. Jamali



## هویت‌های دوگانه در فضای مجازی - واقعی نوجوانان

و تداوم را فرض می‌گیرد. به این ترتیب، به مفهوم شباهت از دو زاویهٔ مختلف راه می‌یابد و مفهوم هویت به طور همزمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می‌سازد: از یک طرف، شباهت و از طرف دیگر تفاوت» (جنکینز، ۱۳۸۱: ۳۵). گیدنز با توجه تعاریف صورت گرفته از هویت، نتیجه می‌گیرد که هویت برساخت اجتماعی است. کیفیتی ثابت یا ذاتی نیست، بلکه ساخته می‌شود، سپس در تعامل با دیگران تغییر می‌کند. دوم این که هویت توأم با احساس تعلق است. جزء ذاتی این که بدانیم چه کسی هستیم عضویت در گروه یا گروه‌های اجتماعی است که از اعضای شبیه به یکدیگر تشکیل شده‌اند. سوم این که مسئله هویت به تفاوت ما با دیگران نیز مربوط می‌شود. بخشی از دانستن این که چه کسی هستیم دانستن این است که چه کسی نیستیم. چهارم، از آن جاکه 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). سه نوع کلی از هویت را می‌توان از هم تفکیک کرد: هویت انسانی، اجتماعی و فردی (گودیکانست، ۱۳۸۳: ۲۶).

بی‌تردید هویت دارای ویژگی چندبعدی و ترکیبی است. محققین داخلی نیز با توجه به ویژگی‌های هویت در ایران، ابعاد و مؤلفه‌هایی را مطرح کرده‌اند. در پژوهش حاضر نیز ابعاد شش‌گانه هویت با اقتباس از این نظریات و مطالعات پیشین و متناسب با دوره نوجوانی به عنوان مبنای سنجش هویت در نظر گرفته شده است که در جدول زیر قابل مشاهده است.

جدول ۱. خلاصه ابعاد و شاخص‌های هویت از دیدگاه نظریه‌پردازان و پژوهشگران

ابعاد	نظریه‌پرداز/ پژوهشگر	شاخص‌ها
هویت دینی	اریکسون/ گل محمدی (۱۳۹۶)/ حاجبانی (۱۳۷۹)/ رحیمی نژاد (۱۳۷۴)/ خوشاوی (۱۳۹۰)	باورها و عقاید معنوی و روحانی شخص/ آگاهی فرد به نحوه ارتباطش با دین/ پیامدهای ارزشی معمولاً مثبتی که فرد بر این ارتباط مترتب می‌داند/ احساس خاص فرد از دین یا نسبت به دین خاص و نسبت به دیگرانی که با دین رابطه‌ای مشابه دارند
هویت قومی	اریکسون/ الطائی (۱۳۹۶)/ سید امامی (۱۳۸۷)/ والک و کارو (۲۰۰۱)	علاقه‌مند به قومیت و ویژگی‌ها و ارزش‌های منتسب به گروه قومی/ تعلق و تفاخر قومی/ تفکیک قومی
هویت ملی	اریکسون/ شمشیری (۱۳۸۷)/ احمدی (۱۳۸۹)/ ابوالحسنی (۱۳۸۹)/ حاجبانی (۱۳۸۳)	منافع مشترک/ تاریخ مشترک/ سرنوشت مشترک/ همبستگی با سرزمین/ دین و آئین/ آداب و مناسک/ تاریخ/ زبان و ادبیات/ مردم/ دولت

ابعاد	نظریه پرداز/ پژوهشگر	شاخص‌ها
هویت خانوادگی	عبداللهی (۱۳۷۵)/ شیخاوندی (۱۳۸۰)/ چلبی (۱۳۹۵)	نسبتهای خونی/ ژنتیکی/ تعلق/ دلبستگی مشترک/ تعهد/ ارتباطات/ مناسک خانوادگی/
هویت جنسی	احیایی (۱۳۹۴)/ سلطانی زاده و همکاران (۱۳۹۸)/ سگلی (۲۰۰۰)	حس شخصی از زن و مرد بودن/ صفت‌ها، ارزش‌ها، رفتارها و ویژگی‌هایی که به خود نسبت می‌دهن/ و تطابق آن با هنجارها و ارزش‌هایی که در جامعه و فرهنگ برای زنان و مردان/ سبک مو، لباس، نقش‌های شغلی و سایر فعالیت‌ها و خصوصیات اکتسابی فرهنگی/
هویت فرهنگی	الطائی (۱۳۹۶)/ دافنه (۲۰۰۷)/ متیوز (۲۰۰۰)/ گیدنز (۱۳۹۷)	آداب و رسوم/ زبان/ دین/ سنن و ارزش‌ها/ توقعات و دانش‌ها/ شیوه‌های فکری/ سبک (اسلوب) زندگانی

### نظریه‌های هویت و فضای مجازی

نظریهٔ دوفضایی شدن (دوج جهانی شدن): 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 (نک: عاملی، ۱۳۹۵: ۹۹-۹۷). فضای جدید به دنبال پیشرفت فزاینده 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.

نظریهٔ نمایش خود در زندگی روزمره اروینگ گافمن: یکی دیگر از نظریه‌های مورد استفاده در پژوهش حاضر، نظریه «نمایش خود در زندگی روزمره» اروینگ گافمن<sup>۲</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

1. The presentation of self in everyday life

2. Goffman

استعاره هنری یعنی «نمایش» 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 (میروویتز، ۱۳۸۷: ۱۸۳؛ به نقل از 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 برساخته منش فردی می‌داند و مقوله‌ای تثبیت شده که بر فرد تحمیل شود نیست بلکه برساخته 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 در فضای مجازی خواهان تصدیق شدن ویژگی‌هایی است که ارائه می‌ماید. او سعی دارد هویت‌های گوناگونی را که در فضای مجازی ارائه کند که مورد پذیرش قرار بگیرد و واقعیت آنگونه که او می‌نمایاند مقبول شود. نتیجه چنین پدیده‌ای، گاه چندهویتی (دوگانگی هویتی) یا بی‌هویتی خواهد بود.

**نظریه کاستلز:** یکی از مشهورترین نظریه‌های مربوط به تأثیرات فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بر هویت و هویت مجازی، نظریه کاستلز است. کاستلز می‌گوید: «واقعیت را آن‌گونه که هست نمی‌بینیم، بلکه آن‌گونه 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 عصر دوم رسانه‌های مارک پاستر:** 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 دقیق‌تر کلمه، این اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می‌سازند. وسایل نوین ارتباطی و اطلاعاتی در اثر تغییراتی که در

برداشت های بشر امروزی به وجود می آورند، هویت ها را در وضعیت کاملاً تازه ای قرار می دهند که متفاوت و حتی مغایر با گذشته است (پاستر، ۱۳۷۷: ۱۵۲). فضای مجازی، منابع اساسی ایجاد هویت های متکثرند؛ به گونه ای که فرد با تلفن همراهی که در دست دارد، می تواند به گسترده ترین شبکه های اجتماعی متصل گردد و با معرفی خود با هویت های گوناگون، خود را به گونه ای جدید بروز دهد. در مجموع؛ به گفته مارک پاستر «این اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می سازند. در اجتماعات مجازی هویت افراد به سمت فراملیتی است و کمتر به هویت ملی، یا دینی بها داده می شود» (پاستر، ۱۳۷۷: ۱۵۲).

**نظریه ساخت یابی هویت گیدنز:** گیدنز معتقد است که ساخت خود، طرح بازاندیشانه ای است که بخش اساسی مدرنیته را می سازد. در اینجا فرد از میان گزینه هایی که نظام انتزاعی فراهم می کند، باید هویت خود را پیدا کند (گیدنز، ۱۳۹۹: ۱۴۸). گیدنز بر نقش رسانه ها تأکید می کند و می گوید اگر در گذشته فرآیندهای انتشار فرهنگی، طولانی، کند و ناپیوسته بود، امروزه این فرآیند برعکس شده و انتشار فرهنگی سریع و پیوسته صورت می گیرد. وی وسایل ارتباط جمعی مدرن فراملی را ابزار بسط و گسترش مدرنیته به تمام دنیا در نظر می گیرد و شکسته شدن حصارهای زمانی و مکانی هویت به خصوص هویت دینی را در ابعاد فردی و جمعی به چالش کشیده است که می تواند باعث بازاندیشی در آن شود (گیدنز، ۱۳۹۹: ۱۵۶).

**نظریه استوارت هال:** استوارت هال سه مرحله تاریخی متفاوت برای سوژه (هویت) ارائه می کند: الف) سوژه ی روشنگری (ب) سوژه جامعه شناختی و ج) سوژه ی پست مدرن (هال، ۱۳۸۳: ۹۱). سوژه پست مدرن، هویت برجسته ذاتی و ثابت ندارد. هویت به یک «جشن مواج» تبدیل می شود که در ارتباط با شیوه هایی از نظام فرهنگی شکل می گیرد و متحول می گردد که ما را احاطه کرده اند و دائماً به وسیله آن ها بازنمایی می شویم و مورد خطاب قرار می گیریم (Hall, 1987: 56). هال می گوید، این امر پذیرفته شده است که در پایان دوره مدرن، هویت ها هرگز یکپارچه نیستند. به عبارتی هویت ها به طور دائمی در فرایند تغییر و دگرگونی قرار دارند (اخوان، ۱۳۸۶: ۱۰۶). به اعتقاد هال، سوژه هیچ هویت ثابت، بنیادین و ماندگاری ندارد و به طور مداوم با شیوه های بازنمایی و نظام های فرهنگی - رسانه ای پیرامون ما شکل می گیرد و تغییر شکل می دهد (Hall & Geben, 1992: 257). بنابراین، هویت امری نسبی است و هر کس در فضا و زمانی خاص، هویتی متفاوت از خود نشان می دهد (دوگانگی هویتی).

**نظریه رونالد رابرتسون:** به نظر رابرتسون جهانی شدن باعث دامن زدن به دغدغه‌های انسان گردیده است 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 مشکلات 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.

### جمع‌بندی و ارائه فرضیه پژوهش

نظریه‌های فوق پایه‌های مستحکمی را برای درک نقش فضای مجازی در بروز هویت دوگانه و طرح فرضیات پژوهش فراهم می‌کند. رویکردهای فوق از آن جهت که تشریح کننده بازتولید هویت در شرایط گوناگون است می‌توانند به عنوان رویکردهای مناسب در تحلیل مباحث پژوهش حاضر که بر پایه بروز دوگانگی هویت در فضای واقعی - مجازی است راهگشا باشد. عمده نظریات مطرح شده بر این باورند که جهانی شدن در بستر فضای مجازی منبع بسیاری از مشکلات هویتی افراد بوده و موجب بازاندیشی در عناصر سنتی هویت شده است با تأمل در تبیین‌هایی که در تئوری‌های فوق شکل گرفته‌اند، شاهد چالش‌های ایجاد شده‌ای هستیم که فضای مجازی در حوزه عرضه می‌دارد. لذا در مطالعه حاضر فرضیه زیر مطرح می‌شود:

فرضیه: «دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه استان اردبیل در فضای واقعی و مجازی دارای هویت (دینی، خانوادگی، جنسی، ملی، قومی و فرهنگی) دوگانه هستند».

## روش پژوهش

پژوهش پیش‌رو از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات از نوع تحقیقات پیمایشی است. جامعه آماری این مقاله مشتمل بر کلیه دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوره دوم (دخترانه و پسرانه) استان اردبیل در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۳۹۹ که تعداد آنان بالغ بر ۲۱۰۰۰ نفر (دختر ۹۱۰۰ و پسر ۱۱۹۰۰) است. از بین جامعه آماری، ۳۸۰ نفر (۱۷۰ نفر دختر و ۲۱۰ نفر پسر) از طریق فرمول مورگان و گرجسی انتخاب گردید. شیوه نمونه‌گیری در این پژوهش، نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای بود. بدین صورت که ابتدا از بین ۱۱ شهر، ۵ شهر (اردبیل از مرکز استان، پارس آباد از شمال، خلخال از جنوب، نمین از غرب و مشکین شهر از شرق استان) به عنوان نمونه انتخاب گردید. سپس از شهر اردبیل ۴ مدرسه (۲ مدرسه پسرانه و ۲ مدرسه دخترانه) و از شهرهای دیگر ۲ مدرسه (۱ نمونه پسرانه و ۱ نمونه دخترانه) به صورت هدفمند از مناطق برخوردار و کمتر برخوردار شهر و از هر مدرسه ۳ کلاس و بر اساس پایه و رشته تحصیلی انتخاب و از بین این کلاس‌ها، دانش‌آموزانی که در فضای مجازی (حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی) فعالیت می‌کنند و به تعدادی مورد نیاز به عنوان نمونه نهایی انتخاب گردید. برای سنجش دوگانگی هویت، از پرسشنامه محقق ساخته اقتباس از دیدگاه نظریه‌پردازان و پژوهشگران (مندرج در جداول ۱ و ۲) استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۶۰ سوال است که دوگانگی هویت را در ابعاد شش‌گانه دوگانگی دینی (سوالات ۱ تا ۱۰)، خانوادگی (سوالات ۱۱ تا ۲۱)، جنسیتی (سوالات ۲۱ تا ۳۰)، ملی (سوالات ۳۱ تا ۴۰)، قومی (سوالات ۴۱ تا ۵۰) و فرهنگی (سوالات ۵۱ تا ۶۰) می‌سنجد. پرسشنامه به گونه‌ای تنظیم شده است که هویت پاسخگو را در شرایط زندگی واقعی و مجازی دنیای مجازی اندازه‌گیری می‌نماید. به عبارتی دیگر در این پرسشنامه با الگوگیری از مقیاس ISCS<sup>۱</sup> دو دسته سوالات موازی برای سنجش هویت در جهان واقعی و فضای مجازی بکار گرفته شده است و منطق تفاوت در این دو دنیا از یک سو منتسب به زمینه‌های جمعیت‌شناختی نوجوانان و از سوی دیگر بر اساس اظهار نظر پاسخگویان از زمینه‌های مجازی سنجیده شده است. گویه‌های پرسشنامه بر طیف ۵ درجه‌ای لیکرت، از «اصلاً در مورد من صدق نمی‌کند» (۱) تا «کاملاً در مورد من صدق می‌کند» (۵) تنظیم شده است. برای سنجش روایی پرسشنامه، از روش

اعتبار صوری<sup>۱</sup> و اعتبار معیار<sup>۲</sup> (پژوهش‌های پیشین) استفاده شد. در این راستا پس از تنظیم پرسشنامه، در اختیار اساتید خبره (اساتید راهنما و مشاور و برخی از اساتید دانشگاهی) و متخصصان آمار قرار گرفت تا از این طریق نظرات آنها جمع‌آوری و پس از اعمال اصلاحات لازم، روایی مورد تأیید قرار گرفت. برای برآورد پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که پس از اصلاح و حذف برخی از گویه‌ها، این مقدار برای کل پرسشنامه و ابعاد آن بالاتر از  $0/7$  به دست آمد، بنابراین پایایی پرسشنامه نیز مورد تأیید قرار گرفت. پس از اطمینان از توزیع نرمال داده‌ها، از آزمون  $t$  دو گروه مستقل در نرم‌افزار spss مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

## یافته‌های پژوهش

### توصیفی جمعیت‌شناختی

جدول ۳، درصد فراوانی متغیرهای جمعیت‌شناختی و نمره هویت پاسخگویان در فضای مجازی و واقعی را به تفکیک متغیرهای جمعیت‌شناختی نشان می‌دهد. مطابق با اطلاعات جدول ۳، اختلاف میانگین نمره هویت فضای واقعی و مجازی پاسخگویان دختر ( $0/25$ ) بیشتر از پسران ( $0/2$ ) به دست آمده است و این بدین معنی است که دوگانگی هویتی در دختران بیشتر از پسران وجود دارد. در متغیر سن، بیشترین اختلاف میانگین هویت مربوط به گروه سنی ۱۵ سال ( $0/35$ ) و کمترین آن به ۱۷ سال ( $0/08$ ) تعلق دارد و این داده‌ها بدین معنی است که با افزایش سن دوگانگی هویتی کاهش یافته است. در متغیر میزان استفاده از فضای مجازی در شبانه روز، بیشترین اختلاف میانگین هویت مربوط استفاده‌کنندگان بین ۵ تا ۷ ساعت ( $0/36$ ) و کمترین آن به کمتر از دو ساعت ( $0/13$ ) تعلق دارد و این داده‌ها بدین معنی است که با افزایش میزان استفاده از فضای مجازی در شبانه روز دوگانگی هویتی افزایش یافته است. در متغیر نوع استفاده از فضای مجازی، بیشترین اختلاف میانگین هویت به استفاده‌کنندگان تفریحی ( $0/24$ ) و کمترین آن به اخبار ( $0/02$ ) تعلق دارد. نهایتاً اینکه در متغیر اولویت فضای مجازی، بیشترین اختلاف میانگین هویت مربوط به اینستاگرام ( $0/44$ ) و کمترین آن مربوط به پیام رسان‌های داخلی ( $0/11$ ) است. این نتایج بدین معنی است که پاسخگويانی که اولویت فضای مجازی آنان اینستاگرام است دچار بیشترین دوگانگی هویتی و پاسخگويانی که اولویت آنان پیام رسان‌های داخلی است دچار کمترین دوگانگی هویتی شده‌اند.

1. Face Validity
2. Criterion Validity

جدول ۲. نمره هویت پاسخگویان در فضای مجازی و واقعی به تفکیک متغیرهای جمعیت شناختی

اختلاف میانگین	میانگین نمره هویت		درصد	تعداد	متغیرهای جمعیت شناختی	
	فضای مجازی	فضای واقعی				
۰/۲۵	۳/۲۸	۳/۵۳	۴۶	۱۷۵	دختر	جنسیت
۰/۲	۳/۳۶	۳/۵۶	۵۴	۲۰۵	پسر	
۰/۳۵	۳/۳۳	۳/۶۸	۳۰	۱۱۵	۱۵ سال	سن
۰/۳۴	۳/۲۲	۳/۵۶	۳۶	۱۳۵	۱۶ سال	
۰/۰۸	۳/۴۲	۳/۵	۳۴	۱۳۰	۱۷ سال	
۰/۱۳	۳/۲۶	۳/۳۹	۱۰	۳۸	کمتر از دو ساعت	میزان استفاده از فضای مجازی در شبانه روز
۰/۲۱	۳/۴۲	۳/۶۳	۲۷	۱۰۲	بین ۲ تا ۴ ساعت	
۰/۲۱	۳/۵۵	۳/۷۶	۴۰	۱۵۲	بین ۵ تا ۷ ساعت	
۰/۳۶	۳/۲۴	۳/۶	۲۳	۸۸	بیشتر از ۸ ساعت	
۰/۲۴	۳/۱۹	۳/۴۳	۲۹	۱۰۹	تفریحی	نوع استفاده از فضای مجازی
۰/۵	۳/۳۲	۳/۸۲	۲۵	۹۶	ارتباطی	
۰/۳	۳/۳۹	۳/۶۹	۲۲	۸۴	آموزشی	
۰/۰۲	۳/۳۱	۳/۳۳	۱۲	۴۴	اخبار	
۰/۴	۳/۲۶	۳/۶۶	۲	۹	تجاری	
۰/۱۵	۳/۵۷	۳/۴۲	۱۰	۳۸	سایر	
۰/۴۴	۳/۲۱	۳/۶۵	۳۵	۱۳۲	اینستاگرام	اولویت فضای مجازی
۰/۲۴	۳/۳۲	۳/۵۶	۳۰	۱۱۵	واتساپ	
۰/۲۱	۳/۳۱	۳/۵۲	۲۷	۱۰۴	تلگرام	
۰/۱۱	۳/۸۳	۳/۷۲	۴	۱۵	پیام رسان‌های داخلی	
۰/۱۲	۳/۷۱	۳/۵۹	۳	۱۰	توییت	
۰/۴	۳/۷۲	۳/۳۲	۱	۴	فیسبوک	

همانطور که در جدول فوق مشاهده می‌شود ۱۰ درصد از پاسخگویان کمتر از دو ساعت، ۲۷ درصد بین ۲ تا ۴ ساعت، ۴۰ درصد بین ۵ تا ۷ ساعت، ۲۳ درصد بیشتر از ۸ ساعت از فضای مجازی استفاده کرده‌اند. اولویت فضای مجازی در بین پاسخگویان به ترتیب با ۳۵ درصد (اینستاگرام)، ۳۰ درصد (واتساپ)، ۲۷ درصد (تلگرام)، ۴ درصد (سایر پیام‌رسان‌های داخلی)، ۳ درصد (توییت) و ۱ درصد (فیسبوک) می‌باشد.



## هویت‌های دوگانه در فضای مجازی- واقعی نوجوانان

سایر متغیرهای جمعیت‌شناختی نشان از آن است که ۳۰ درصد پاسخگویان در پایه دهم، ۳۶ درصد در پایه یازدهم و ۳۴ درصد در پایه دوازدهم تحصیل می‌کنند. تحصیلات پدر ۴ درصد بی‌سواد، ۱۹ درصد زیر دیپلم، ۱۹ درصد دیپلم، ۵ درصد فوق دیپلم، ۲۹ درصد لیسانس و ۲۴ درصد هم فوق لیسانس و بالاتر و تحصیلات مادر ۲ درصد بی‌سواد، ۲۱ درصد زیر دیپلم، ۲۷ درصد دیپلم، ۱۲ درصد فوق دیپلم، ۲۲ درصد لیسانس و ۱۶ درصد هم فوق لیسانس و بالاتر است. شغل پدر ۱۴ درصد از پاسخگویان بیکار، ۳۳ درصد کارمند و ۵۳ درصد هم‌آزاد و شغل مادر ۵۲ درصد خانه داری، ۲۳ درصد کارمند و ۲۵ درصد هم‌آزاد است.

### آزمون فرضیه‌ها

فرضیه: «فضای واقعی- مجازی دانش آموزان دوره دوم متوسطه استان اردبیل دارای هویت دوگانه است»

جدول ۳. خروجی آزمون t-test برای مقایسه دوگانگی هویت در فضای مجازی- واقعی

متغیر	آزمون لون برای برابری واریانس‌ها		گروه‌ها	F	معنی داری	درجه آزادی	معنی داری
	F	معنی داری					
هویت (نمره کل)	۴/۰۴۴	۰/۰۵۴	فضای مجازی	۳۸۰	۳/۲۸	۷۵۸	۰/۰۰۰
			فضای واقعی	۳۸۰	۳/۶		
هویت دینی	۱۳/۷۲۵	۰/۰۰۰	فضای مجازی	۳۸۰	۳/۴۲	۷۵۸	۰/۰۱۸
			فضای واقعی	۳۸۰	۳/۵۳		
هویت خانوادگی	۱۶/۱۲۴	۰/۰۰۰	فضای مجازی	۳۸۰	۳/۳	۷۵۸	۰/۰۰۰
			فضای واقعی	۳۸۰	۳/۹۱		
هویت جنسی	۱/۰۳۹	۰/۳۰۸	فضای مجازی	۳۸۰	۳/۰۱	۷۵۸	۰/۰۰۰
			فضای واقعی	۳۸۰	۳/۷۴		
هویت ملی	۲۱/۵۲۷	۰/۰۰۰	فضای مجازی	۳۸۰	۳/۲۵	۷۵۸	۰/۰۰۰
			فضای واقعی	۳۸۰	۳/۴۳		
هویت قومی	۴۰/۴۰۷	۰/۰۰۰	فضای مجازی	۳۸۰	۳/۳۸	۷۵۸	۰/۰۰۰
			فضای واقعی	۳۸۰	۳/۵۳		
هویت فرهنگی	۳/۶۳۱	۰/۰۵۷	فضای مجازی	۳۸۰	۳/۳	۷۵۸	۰/۰۰۳
			فضای واقعی	۳۸۰	۳/۴۴		

مطابق با اطلاعات جدول ۳، با توجه به مقدار  $t$  محاسبه شده در این آزمون ها و سطح معنی داری که از ۰/۰۱ کمتر است ( $P < ۰/۰۱$ )، بنابراین تفاوت در میانگین هویت و ابعاد آن در فضای واقعی و مجازی از لحاظ آماری معنی دار است. بر این اساس می توان گفت که اختلاف میانگین مشاهده شده هویت و ابعاد آن (دینی، خانوادگی، جنسی، ملی، قومی و فرهنگی) ناشی از اثر گروه (فضای مجازی - واقعی) بوده و با توجه به میانگین به دست آمده برای هویت و ابعاد آن در دو فضا، می توان اذعان کرد که دانش آموزان در فضای واقعی - مجازی دارای هویت های دوگانه ای هستند. بالا بودن میانگین هویت و ابعاد آن در فضای واقعی بیانگر این نکته است که هویت دانش آموزان در این فضا بیشتر واقعی و طرفدار هویت سنتی و مبتنی بر پاسداشت از منابع سنتی هویت بوده است اما پایین بودن میانگین هویت و ابعاد آن در فضای مجازی بیانگر گمنامی، طرفدار هویت مدرن، تزلزل منابع سنتی هویت و فاصله گرفتن از فرهنگ سنتی است. به عبارتی دیگر، در فضای مجازی، قدرت معنا سازی نمادهای سنتی تضعیف و منابع اساسی ایجاد هویت های متکثر تقویت شده است.

### بحث و نتیجه گیری

نتایج پژوهش نشان داد که دانش آموزان در فضای واقعی و مجازی دارای هویت دوگانه ای هستند. این هویت دوگانه در ابعاد دینی، خانوادگی، جنسی، ملی، قومی و فرهنگی قابل مشاهده است و یافته قابل تأمل در این پژوهش این که دوگانگی هویتی دانش آموزان در فضای واقعی و مجازی تحت تأثیر برخی متغیرهای جمعیت شناختی آنان نظیر جنسیت، سن، میزان استفاده از فضای مجازی و نوع رسانه های اجتماعی قرار گرفته و در نمود متفاوتی پیدا می کند. بر اساس یافته های پژوهش حاضر، دانش آموزان در فضای واقعی و فضای مجازی هویت متفاوتی را تجربه می کنند. در واقع آنگونه که دانش آموزان اظهار کرده اند و بر اساس متغیرهای جمعیت شناختی استنباط شده است، 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؛ بنابراین، در فضای مجازی

هویت نوجوان بیشتر فردگرایانه، گرایش به بی‌نامی و فرهنگ مدرن است به طوری که می‌توان از آن به دوگانگی هویتی در فضای واقعی و مجازی یاد کرد. لذا می‌توان نتیجه گرفت که فضای مجازی به دلیل تعدد، تنوع و گاه تعارض منابع هویت‌ساز موجب تضعیف در منابع سنتی هویت‌یابی (نظیر دین، خانواده، زبان، ملیت، قومیت و ارزش‌های فرهنگی) شده است. نمرات نوجوانان در فضای واقعی به خوبی گویای آن بود که آنان در این فضا هویت شکل یافته‌تری نسبت به فضای مجازی دارند و فضای مجازی آنان را در معرض دگرگونی‌های هویتی بیشتری قرار داده است. بدین ترتیب، می‌توان چنین استنباط کرد که فضای مجازی نسبت به فضای واقعی هویت‌های سنتی را تضعیف می‌کند. اردبیل، به دلیل شرایط خاص اقلیمی، از دیرباز اجتماعات سه‌گانه شهری، روستایی و عشایری را در خود جای داده است. فرهنگ اردبیل، از گذشته نسبتاً دور فرهنگی شدیداً مذهبی بود که با سلسله و خاندان صفویه در هم آمیخته بود. تغییرات به وجود آمده در شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی منطقه در طی دهه‌های اخیر، بویژه در سالهای بعد از انقلاب و پس از جدایی استان اردبیل از استان آذربایجان شرقی، تأثیرات بسیار زیادی در وضعیت اجتماعی فرهنگی استان اردبیل گذاشته است. با تمام این تغییرات نکته‌ای که حائز اهمیت است اینکه حتی هم‌اکنون نیز بسیاری از خصائص روانشناختی و فرهنگی موجود در بین اهالی مناطق مختلف استان اردبیل تداوم همان ویژگی‌های دیرین است (برای مثال قدرگرایی، ریسک‌ناپذیری، میزان بالای مذهبی بودن و سنت‌گرایی). همان‌طور که در جامعه آماری آمده است، در این پژوهش مشخص شد، در استان اردبیل که بر اساس مولفه‌های فرهنگی - اجتماعی (قومی زبانی) و از لحاظ عناصر مدرنیته و مدرنیزاسیون با پایتخت و بخش‌های مرکزی ایران متفاوت‌تر است و بخش اعظمی از سنت‌ها به واسطه جغرافیا و عناصر وحدت‌بخش زبانی و قومی حفظ شده است اما در مقایسه با تحقیقات پیشین نتایج بررسی تفاوتی ندارد و مشابه است. نتایج به دست آمده در مورد دوگانگی هویتی در فضای واقعی و مجازی با نتایج پژوهش معمار و همکاران (۱۳۹۱)، زکی (۱۳۹۵)؛ در بُعد دوگانگی هویت دینی با نتایج پژوهش رهبرقاضی و همکاران (۱۳۹۷)، رستمی و همکاران (۱۳۹۶)؛ در بُعد دوگانگی هویت خانوادگی با نتایج پژوهش رهبر مهرپو و همکاران (۱۳۹۸)، حسین‌پور و عرب مومنی (۱۳۹۶)؛ در دوگانگی بُعد هویت جنسی با نتایج پژوهش جعفری (۱۳۹۹)، Buss & Haimson (2021)، Brown & et al. (2020)؛ در دوگانگی بُعد هویت ملی با نتایج پژوهش رهبرقاضی و همکاران (۱۳۹۷)، عظیمی و همکاران (۱۳۹۷)، رهبرقاضی و ایمانیان مفرد (۱۳۹۶)، بروجردی علوی و صدیق (۱۳۹۶)،

Jamali (2015) و در بُعد دوگانگی هویت قومی با نتایج پژوهش، جعفری (۱۳۹۹): عظیمی و همکاران (۱۳۹۷)، بروجردی علوی و صدیق (۱۳۹۶): در بُعد دوگانگی هویت فرهنگی با نتایج پژوهش رستمی و همکاران (۱۳۹۶) مطابقت دارد. حیدری و همکاران (۱۴۰۰) نیز دریافتند 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 که نتایج یافته‌ای حاضر را تأیید می‌کند.

در تبیین این یافته‌ها می‌توان گفت فضای واقعی بیشتر تحت سیطره کنش افراد با کنشگران واقعی محیط زندگی نظیر همسالان، دوستان، والدین، گروه‌های مرجع، محیط آموزشی و همچنین رسانه‌های جمعی نظیر تلویزیون هستند و این نهادها با نمایش و عرضه جامعه‌ای که فرد خود را با آن هم هویت ساخته و معرفی کرده است، می‌توانند احساس از خودبیگانگی یا احساس بی‌ریشه بودن او را کاهش دهند؛ 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. حال نیز در نظریه خود این نکته را می‌پذیرد که در پایان دوره مدرن، هویت‌ها هرگز یکپارچه نیستند. به عبارتی هویت‌ها به طور دائمی در فرایند تغییر و دگرگونی قرار دارند. به اعتقاد هال، سوژه هیچ هویت ثابت، بنیادین و ماندگاری ندارد و به طور مداوم با شیوه‌های بازنمایی و نظام‌های فرهنگی - رسانه‌ای پیرامون ما شکل می‌گیرد و تغییر شکل می‌دهد. بنابراین، هویت

امری نسبی است و هر کس در فضا و زمانی خاص، هویتی متفاوت از خود نشان می‌دهد (دوگانگی هویتی). رابرتسون هم بر نسبی شدن هویت‌ها و نسبی شدن جوامع (ملی) در فرآیند جهانی شدن تأکید دارد. 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. نظریه «نمایش خود در زندگی روزمره» گافمن شاید مهم‌ترین نظریه در حوزه نظری پژوهش حاضر است که می‌توان به مدد آن دوگانگی هویتی به دست در پژوهش حاضر را تبیین نمود. هر چند نظریه او عمدتاً درباره ارتباط رودررو در گفتگوی روزمره و نیز مکالمات تلفنی است، اما می‌تواند برای اشکال رسانه‌ای تعامل و ارتباط نیز مورد توجه و استفاده قرار بگیرد. از دیدگاه ایشان، انسان‌ها ذاتاً خواهان دوست داشتن و دوست داشته شدن هستند. به علاوه، وقتی یک فرد یا بازیگر، نقشی را برای مخاطب در مواقع متفاوت بازی می‌کند، احتمالاً نوعی روابط اجتماعی را شکل می‌دهد. او تصریح می‌کند که هویت آن چیزی نیست که ما هستیم (مسلم و مشخص)، هویت چیزی است که ما می‌سازیم و از طریق انتخاب لباس (لباس صحنه)، اشیا (ابزار صحنه) و رفتار (ایفای نقش) به آن جامه عمل می‌پوشانیم؛ بنابراین بخش کاربردی نظریه گافمن در مطالعه حاضر این است که نوجوان در فضای مجازی خواهان تصدیق شدن افکار و عقایدی است که ارائه می‌نماید. او سعی می‌کند هویت‌های گوناگونی از دین، جنسیت، خانواده، ملیت، قومیت و فرهنگ در فضای مجازی ارائه دهد که مورد پذیرش قرار بگیرد و واقعیت آنگونه که او می‌نمایاند مقبول شود نه آنطور در زندگی واقعی هست. بنابراین رسانه‌های نوین برای انسان امروزی فضاهایی مجازی پدید آورده‌اند. تعریف و برداشت انسان در عصر حاضر از زمان و مکان «من اینترنتی» پدید آمده است و این مسئله خود منجر به دوگانگی هویتی در جهان واقعی و مجازی می‌شود.

با تأمل در تبیین‌های موشکافانه‌ای که تئوری‌های فوق ارائه کرده‌اند در میان نوجوانان استان اردبیل نیز شاهد دوگانگی هویتی ایجاد شده‌ای هستیم که در اثر

تفاوت در منابع هویت‌ساز جهان واقعی و جهان مجازی ایجاد شده است. همسو با چارچوب نظری، یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نیز حاکی از وجود دوگانگی هویتی در کلیه ابعاد مورد بررسی (دینی، خانوادگی، جنسی، ملی، قومی و فرهنگی) در نوجوانان مورد مطالعه است، به گونه‌ای که نوجوانان در کنار اینکه در جهان واقعی سعی در پاسداری از منابع سنتی هویت بودند در مقابل در فضای مجازی خود را طرفدار هویت جهانی یا جهان وطنی بازنمایی می‌کردند. این یافته مبین این واقعیت است که حضور در فضای مجازی با توجه به خصوصیات این فضا که بیشتر متأثر از دو خاصیت ذاتی آن یعنی فضابودگی (نداشتن چارچوب‌های فیزیکی و مکانی مشخص) و مجازی بودن است نظیر امکاناتی از قبیل: گمنامی، تعامل همزمان و غیرهمزمان با طیف وسیعی از دیگری‌ها اعم از در دسترس یا دور از دسترس در دنیای واقعی و در پی آن؛ دیدن بازتاب خود در ارتباط با سایرین، رویارویی با فضاها و جریان‌های ناآشنا، پشت سر نهادن نسبی مرزهای طبیعی و اجتماعی موجود در دنیای واقعی، دسترسی سریع و به نسبت آسان به طیف وسیعی از اطلاعات؛ اعم از محلی، جهانی، تخصصی، عمومی و غیره، تعامل و ارتباط صرفاً مبتنی بر نوشتار با سایرین و بینهایت امکان دیگر کاربران فضای مجازی بویژه کاربران حرفه‌ای و پر مصرف نوجوان ایرانی را با توجه به ساختارهای عینی و ذهنی جوامع نیمه سنتی، نیمه مدرن، پساسنتی و پیشامدرن خودشان قادر می‌سازد برخی از تجارب خرد و کلان ویژه زندگی در جوامع مدرن کنونی را با توجه به ساختارها، نهادها و ساخت‌های مختص این نوع جوامع کسب و از آنها تأثیر پذیرند؛ تجاربی نظیر جدایی مکان از فضا، برقراری روابط دوستانه و صمیمی با افراد متعدد و متفاوت همراه با احساس نوعی تعهد درونی به رابطه، اعتماد به افراد و ساختارهای نامرئی با در نظر گرفتن و پذیرفتن بیم‌ها و مخاطرات موجود، تجربه آزادی، استقلال و قدرتمندی فردی، سیال بودن و جهان وطنی، تجربه بازاندیشی دایمی و مداوم و غیره. ترکیب این تجارب به نسبت مشترک بین فضای مجازی و دنیای مدرن همراه با دو پیامد دیگر حضور در این فضا، نخست، افزایش دامنه تعاملات اجتماعی فرد کاربر در فضای مجازی و به تبع آن، در دنیای واقعی، با هر دو جهان معاصران در دسترس و غیردسترس و در پی آن، افزایش سرمایه اجتماعی فرد را در پی دارد و دوم، دلیل دستیابی کاربر فضای مجازی به دامنه وسیعی از اطلاعات گوناگون و در پی آن افزایش قدرت نمادین فرد، به تدریج، پنداشت کاربر نوجوان ایرانی را از کیستی و چیستی خود، دیگران و جهان پیرامونش دگرگون می‌سازد و در نهایت، باعث

## هویت‌های دوگانه در فضای مجازی - واقعی نوجوانان

شکل‌گیری هویتی دوگانه به نسبت سیار، ناپایدار، بازاندیشانه و متکثر در وی می‌شود؛ هویتی که با توجه به برخی خصوصیات، می‌توان آن را هویت مدرن یا بازاندیشانه نامید. محقق در انجام تحقیق حاضر با محدودیت‌هایی به شرح زیر روبرو گردید؛ در این پژوهش به منظور زمینه‌یابی از پرسشنامه استفاده گردید، در نتیجه ممکن است برخی از افراد از ارائه پاسخ واقعی خودداری کرده و پاسخ غیر واقعی داده باشند. این پژوهش به صورت مقطعی انجام شده است. به این دلیل، نتیجه‌گیری درباره‌ی علیت را دشوار می‌سازد.

نتایج پژوهش حاضر قابل تعمیم به دانش‌آموزان متوسطه دوره دوم متوسطه استان اردبیل بوده است، در صورت نیاز به تعمیم به سایر گروه‌ها با احتیاط و دانش کافی این کار صورت بگیرد.

امکان کنترل برخی از متغیرهای مداخله‌گر نظیر شرایط اقتصادی، فرهنگی و ... پاسخگویان دشوار و می‌توانند نتایج پژوهش را تحت تأثیر قرار دهند.

## تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان، مقاله پیش‌رو فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

## منابع و مآخذ

- احمدی، حمید (۱۳۸۹). بنیادهای هویت ملی ایرانی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- اخوان، منیژه (۱۳۸۶). دوفضایی شدن جهان، تفاوت‌های جنسیتی و بازنمایی هویت در فضای واقعی و فضای وبلاگ، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه تهران.
- اسلین، جیمز (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه. ترجمه عباس گیلوری و علی رادباوه، تهران: نشر کتابدار.
- ایمان، محمدتقی و گلمراد مرادی (۱۳۹۰). «روش‌شناسی نظریه اجتماعی گافمن». جامعه‌شناسی زنان، شماره ۲: ۷۸-۵۹.
- بروجدی، مهدخت و امیرسعید صدیق (۱۳۹۶). «تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی و قومی در ایران». مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۱۲: ۱۱۰-۸۸.
- پاستر، مارک (۱۳۷۷). عصر دوم رسانه‌ها. ترجمه غلامحسین صالحیار، تهران: مؤسسه ایران.
- جعفری، علی (۱۳۹۹). رابطه استفاده از شبکه‌های 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، چاپ اول.
- جولیوس، گولد و ویلیام ل کولب (۱۳۹۲). فرهنگ علوم اجتماعی. گروه ترجمه باقر پرهام، تهران: مازیار، چاپ سوم.
- حسین‌پور، جعفر و علی مؤمنی (۱۳۹۶). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت نهاد خانواده». برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۳۲: ۶۰-۳۳.
- حیدری، آرمان؛ حمید صداقت و خیری حمیدپور (۱۴۰۰). «هویت‌یابی واقعی - وانمودی دختران در سیالیت فضای مجازی: مطالعه کیفی دانشجویان دختر دانشگاه یاسوج». فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، doi: ۲۰۲۱/۲۵۸۹۳۵/۳۲۳۴:jccs/۱۰/۲۲۰۸۳
- رابرتسون، رونالد (۱۳۹۴). جهانی‌شدن: تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی. ترجمه کمال پولادی، تهران: نشر ثالث، چاپ چهارم.
- رستمی، محمد؛ روزیتا جمیلی اسکویی، الهه نشاط و محمدرضا قرقانی (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی (هویت) کاربران مطالعه موردی: کاربران استان اصفهان». علوم اجتماعی شوشتر، شماره ۳۷: ۷۲-۴۵.
- رهبر مهرپو، بهناز؛ احتشام رشیدی و ابوالفضل دانایی (۱۳۹۸). «تبیین رابطه شبکه اجتماعی مجازی اینستاگرام و بازتعریف هویت جنسیتی زنان». پژوهش‌نامه زنان، شماره ۲۸: ۱۱۲-۸۵.
- رهبرقاضی، محمودرضا و زینب ایمان‌یان مفرد (۱۳۹۶). «بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی هویت ملی». مطالعات قدرت نرم، شماره ۱۷: ۱۳۳-۱۱۶.



## هویت‌های دوگانه در فضای مجازی - واقعی نوجوانان

رهبرقاسمی، محمودرضا؛ عباس حاتمی و امین عباسی (۱۳۹۷). «رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت‌های جمعی (با تأکید بر هویت دینی، ملی و مدرن)». *مجلس و راهبرد*، شماره ۹۵: ۵۸-۳۳.

رهباب، حسین (۱۳۸۱). *خودکاوی ملی در عصر جهانی شدن* (مجموعه مقالات). تهران: قصیده‌سرا.

ریترز، جورج (۱۳۹۹). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی، چاپ بیست و چهارم.

زکی، محمدعلی (۱۳۹۶). «اینترنت و هویت در ایران: تحلیل ثانویه تحقیقات کمی موجود طی سال‌های ۱۳۸۲ - ۱۳۹۵». *نقد کتاب اطلاع‌رسانی و ارتباطات*. شماره ۱۲: ۱۸۵-۲۰۶.

سلگی، محمد (۱۳۸۹). *سنجش ابعاد و مؤلفه‌های هویت فردی و اجتماعی و تأثیر آن بر انسجام هویت ملی دانشجویان دانشگاه‌های تهران*، به‌منظور ارائه یک مدل روابط ساختاری. رساله دکتری، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی.

سوروین، ورنر و جیمز تانکارد (۱۳۸۴). *نظریه‌های ارتباطات*. ترجمه: علیرضا دهقان، انتشارات دانشگاه تهران.

شیخاوندی، داور (۱۳۸۰). *ناسیونالیسم و هویت ایرانی*. تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران.

الطائی، علی (۱۳۹۶). *بحران هویت قومی در ایران*. تهران: شادگان، چاپ سوم.

عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۵). *مطالعات جهانی شدن: دوفضایی شدن‌ها و دوج جهانی شدن‌ها*. تهران: سمت، چاپ دوم

فخار، جلیل؛ محمدرضا دهشیری، مسعود مطببی و محمد کمالی‌زاده (۱۴۰۰). «جهانی شدن و تأثیر 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». *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*، شماره ۵۱: ۵۶۸-۵۴۸.

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۹). *عصر اطلاعات: اقتصاد جامعه و فرهنگ* (ظهور جامعه شبکه‌ای). جلد اول، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو، چاپ ششم.

گودیکانست، ویلیام بی (۱۳۸۳). *پیوند تفاوت‌ها: راهنمای ارتباط کارآمد بین گروهی*. ترجمه علی کریمی و مسعود هاشمی، تهران: تمدن ایرانی.

گیبیز، جان و ریمر، بو (۱۳۸۴). *سیاست پست‌مدرنیته*. ترجمه منصور انصاری، تهران: نشر گام نو، چاپ دوم

گیدنز، آنتونی (۱۳۹۸). *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*. ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی، چاپ یازدهم.

گیدنز، آنتونی (۱۳۹۹). *پیامدهای مدرنیته*. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز، چاپ دهم.

گیدنز، آنتونی (۱۴۰۰). *جامعه‌شناسی*. ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی، چاپ سی و پنجم.

معمار، ثریا. عدلی پور، صمد. خاکسار، فائزه (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)». *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، شماره ۴: ۱۷۶-۱۵۵.

مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۴۰۰). نظریه‌های رسانه‌اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری، چاپ نهم. هال، استوارت (۱۳۸۳). «هویت‌های قدیم و جدید، قومیت‌های قدیم و جدید». ترجمه شهریار وقفی‌پور، ارغنون، شماره ۲۴: ۳۵۲-۳۱۹.

یزدانی، عنایت‌اله و نادر مروتی (۱۳۹۰). «جهانی شدن و چالش‌های فراروی هویت ملی در کشورهای درحال توسعه». تحقیقات سیاسی و بین‌المللی. شماره ۶: ۲۳-۱.

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

Bakkar A. (2010). The Teenager How to Understand it and How to Direct it The Arab Library, No. 4, **Arab Republic of Egypt**.

Brewer, Marilyn B. & Gardner, Wendi. (1996). Who is this 'we'? Levels of collective identity and self representations, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 71(183-93): (.

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, 2021 Research Article: <https://doi.org/10.1177/01634437211027106>.

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

Elsayed W. (2021). The negative effects of social media on the social identity of adolescents from the perspective of social work, *Heliyon*, 7(2): 1-15.

Fazilah Idris, Zaharah Hassan, Azizah Ya'acob, Saran Kaur Gill, Noor Aziah Mohd Awal. (2012). The Role of Education in Shaping Youth's National Identity. *Social and Behavioral Sciences*, 59: 443-450.

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.

Jamali R. (2015). National identity, crises of legitimacy and penetration of social networks. *Online Arab Spring*, 9: 11-20.

Michele L. Ybarra, Myeshia Price-Feeney, Kimberly J. Mitchell. (2019). A Cross-sectional Study Examining the (In)congruency of Sexual Identity, Sexual Behavior, and Romantic Attraction among Adolescents in the US. *The Journal of Pediatrics*, 214: 201-208.

Roger, Levesque J.R. (2011). **Encyclopedia of Adolescence**, Publisher Springer-Verlag New York, Copyright Holder Springer Science Business Media, 1: 109-118.

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.

Tony yu, Fu-lai & Man Kwan, Diana sze (2008). Social Consciousness, Social Identities, [www.Informaworld.com](http://www.Informaworld.com).

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.