

روستا و توسعه، سال ۲۴، شماره ۹۵، پاییز ۱۴۰۰

DOI: [10.30490/RVT.2020.343634.1241](https://doi.org/10.30490/RVT.2020.343634.1241)

مقاله پژوهشی

واکاوی هویت اجتماعی جوانان روستایی با تأکید بر هویت مجازی: مطالعه موردی دهستان سررود جنوبی

محمدامین خراسانی^۱، عنایت‌اله مشفق‌نژادی^۲، افشین حکمتی اصل^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۴/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۷/۱۱

چکیده

هویت هر شخص به آن فرد ویژگی‌ای می‌بخشد که او را از سایر افراد متمایز می‌سازد. افزایش استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی بین جوانان سبب شکل‌گیری محیطی جدید با عنوان «دنیای مجازی» و به دنبال آن، «هویت مجازی» شده است. در پژوهش حاضر، با هدف واکاوی هویت جوانان و با بهره‌گیری از روش‌های توصیفی-تحلیلی و پیمایشی، تفاوت بین هویت افراد در دو دنیای واقعی و مجازی در دهستان سررود جنوبی شهرستان بویراحمد بررسی شد. گردآوری داده‌های مورد نیاز از

۱- نویسنده مسئول و استادیار گروه جغرافیای انسانی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (khorasani_ma@ut.ac.ir)

۲- دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

۳- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران.

طریق روش‌های میدانی (پرسشنامه) و اسنادی صورت گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل جوانان ساکن دهستان سررود جنوبی بود که از آن میان، ۳۷۶ نفر در بیست سکونتگاه روستایی به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و هدفمند انتخاب شدند و مورد آزمون قرار گرفتند. ابعاد مورد بررسی در تحقیق حاضر نیز شامل هویت مذهبی، هویت خانوادگی، هویت مدرن (امروزی) و هویت قومی بود. نتایج نشان داد که بین هویت واقعی و هویت مجازی جوانان با خوداختلافی ۰/۶۸ تفاوت وجود دارد؛ همچنین، بیشترین و کمترین خوداختلافی با میانگین ۱/۸۵ و ۰/۲۴-، به ترتیب، به هویت خانوادگی و هویت امروزی برمی‌گردد؛ به دیگر سخن، میانگین هویت خانوادگی در دنیای واقعی بیش از دنیای مجازی و میانگین هویت امروزی در دنیای واقعی کمتر از دنیای مجازی است. همچنین، نتیجه تحلیل آزمون پیرسون نشان داد که بین همه ابعاد هویت در دو دنیای واقعی و مجازی روابط معنی‌دار وجود دارد؛ این همبستگی در ابعاد هویت مذهبی و خانوادگی منفی و در ابعاد هویت امروزی و هویت قومی مثبت است.

کلیدواژه‌ها: دنیای مجازی، دنیای واقعی، جوانان روستایی، هویت مجازی، هویت واقعی.

مقدمه و بیان مسئله

انتشار سریع فناوری‌های اطلاعاتی در دهه‌های گذشته جنبه‌های مختلف ارتباطات، تعاملات اجتماعی و راه‌های ارتباط با یکدیگر را تغییر داده است (Tubella, 2004). در حقیقت، دوره دیجیتالی فعلی بر زندگی ما از بسیاری جهات تأثیر گذاشته و در حال تعریف جامعه‌ای جدید در خارج از دنیای واقعی است (Castells, 2007). از منظر جهانی، هر فناوری با توجه به نیازها، ارزش‌ها و علایق افرادی که از آن استفاده می‌کنند، توسط جامعه تفسیر می‌شود (Thompson, 2005) و مبتنی بر کاربردهای اجتماعی است که مدام معنی خاصی از آن تعریف می‌کنند (Oppenheim, 2007). از منظر فردی نیز پیشرفت‌های اخیر فناوری شکل‌های مختلف از تعاملات اجتماعی مجازی را فعال کرده و این تعاملات نشان داده است که به‌نوبه خود، بر خصوصیات فردی و شخصیتی و رشد کلی شخص تأثیر می‌گذارد (Zhao et al., 2008). بنا

به اعلام رئیس مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال وزارت ارشاد (PDOI, 2012)، ۵۳ درصد مردم ایران حداقل عضو یک شبکه اجتماعی هستند و ۷۲ درصد جوانان هجده تا ۲۹ ساله در شبکه‌های اجتماعی عضویت دارند.

به لحاظ هویتی، افراد در جوامع امروزی از هویت‌های سنتی خود (مانند هویت‌های طایفه‌ای و قومی) جدا شده و هویت‌هایی جدید پیدا کرده‌اند که منشأ پیدایش آنها نیز جدید و مربوط به دنیای امروزی است؛ به دیگر سخن، می‌توان تمایزات رفتاری و نگرشی گروه‌بندی‌های اجتماعی را از تفاوت سبک‌های زندگی‌شان درک کرد (Nayebi and Mohammadi-Talvar, 2013). هویت اجتماعی، بیش از هر گروهی، در ارتباط با جوانان اهمیت می‌یابد، چراکه جوانی مرحله تکوین هویت مستقل و استقلال‌یابی آنهاست. به گفته بذرافشان و رفیعی (Bazrafshan and Rafiei, 2013)، به نقل از نتایج تحقیق بیابانگرد (۱۳۸۷)، «بیشتر کاربران اینترنت جوانانی هستند که ۳۵ درصد آنها به‌خاطر حضور در چت‌روم، ۲۸ درصد برای بازی‌های اینترنتی، سی درصد به‌منظور چک کردن پست الکترونیکی و ۲۵ درصد برای جست‌وجو در شبکه‌های جهانی از اینترنت استفاده می‌کنند». از این رو، با توجه به فرآیند جهانی شدن و مواجه شدن جوان روستایی با فضای مجازی، بررسی پیامدهای این مواجهه به لحاظ ایجاد بحران‌ها و دگرگونی‌های هویتی ضروری می‌نماید (Nikkhah Ghamsari and Mansourian Ravandi, 2015). جوامع مختلف، با تأثیرپذیری از تحولات عظیم علمی- فناوریانه، به سمت جامعه شبکه‌ای در حال حرکت‌اند. در جامعه شبکه‌ای، جوامع با چالش‌هایی چون نابرابری اجتماعی، هویت‌های جدید، تمایزپذیری و شالوده‌شکنی نهادهایی نظیر دولت، و فرصت‌هایی چون نقش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در پژوهش، خلاقیت، تعامل و همزیستی جهانی، شکل‌گیری هویت سیال و... روبه‌رو شده‌اند (Memar et al., 2013). روستاهای ایران، به‌دلیل برخورداری از دستاوردهای فناوریانه دنیای پیشرفته امروزی و تسهیلات ارتباطی، در دوره‌ای از تاریخ تحول فرهنگی اجتماعی خود قرار دارند و حرکتی نسبتاً گسترده از سبک زندگی سنتی به زندگی نوین را تجربه می‌کنند (Karimzadeh et al., 2017).

بر اساس نتایج بررسی‌های اولیه مطالعه حاضر، گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات سبب شده است که جوانان روستایی دهستان سررود جنوبی در شهرستان بویراحمد تغییرات دگرگونی‌های فراوان را در ابعاد مختلف هویت اجتماعی خود تجربه کنند. توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات سبب ورود فرهنگ‌ها و سلاقی متعدد خارج از روستا به درون محیط‌های روستایی این دهستان شده است، زیرا در دوران کنونی، با تغییر ارزش‌ها و نگرش جوانان روستایی، تغییرات شگرف در زندگی روزمره آنها پدید می‌آید. فناوری اطلاعات و ارتباطات، با اثرگذاری بر سبک زندگی جوانان روستایی این دهستان، نقشی تعیین‌کننده در بروز هویت‌های اجتماعی دارد. از طریق بررسی هویت در جوانان روستایی امروزی، می‌توان از پیچیدگی و سرعت تغییرات امروزی کاست و به انسان‌ها این توانایی را بخشید که نظم نسبی در زندگی و دنیای اطراف خود ایجاد کنند (Heidari Sarban, 2019).

وجود پانزده هزار نفر جمعیت جوان در سکونتگاه‌های دهستان سررود جنوبی و مشاهده شکاف بین هویت جوانان در دنیای واقعی و فضای مجازی از مهم‌ترین انگیزه‌های بررسی میزان تفاوت و شکاف هویت در دنیای واقعی و دنیای مجازی در بین جوانان روستایی منطقه بوده است. جامعه آماری مورد نظر (یعنی، جوانان روستایی دهستان سررود جنوبی شهرستان بویراحمد) به‌عنوان جامعه‌ای در حال گذار نیز از شرایط یادشده در کشورهای نیمه‌سنتی و از جمله کشور ما مستثنا نیستند و با توجه به حضور گسترده آنها در فضای مجازی و امکان ظهور و بروز هویت‌های مختلف توسط افراد و دیگر ویژگی‌های فضای مجازی، مسئله این است که «آیا هویت این افراد در دنیای واقعی با هویتی که آنها در فضای مجازی به نمایش می‌گذارند، متفاوت است؟» و «آیا ابعاد مختلف هویت (خانوادگی، مذهبی، امروزی و قومی) در زندگی روزمره با ابعاد هویت‌های مجازی ارتباط دارند؟». در ارتباط با این سؤالات، پیش‌فرض‌های تحقیق عبارت‌اند از:

- ۱- بین هویت واقعی و هویت مجازی جوانان تفاوت معنی‌دار وجود دارد.
- ۲- بین ابعاد مختلف هویت در دنیای واقعی با دنیای مجازی رابطه معنی‌دار وجود دارد.

در تحقیق حاضر، با هدف واکاوی هویت اجتماعی جوانان، به بررسی تفاوت بین هویت واقعی و هویت مجازی جوانان در سکونتگاه‌های روستایی دهستان سررود جنوبی شهرستان بویراحمد پرداخته می‌شود. این مفهوم در زمینه کمک به جامعه‌شناسان، محققان، دست‌اندرکاران و برنامه‌ریزان عرصه روستایی در دستیابی به درکی جامع از هویت در عصر دیجیتال از اهمیت ویژه برخوردار است. همچنین، با توجه به تغییرات گسترده فناوری و ظهور شبکه‌های مجازی گوناگون که منجر به بحران هویتی و ناپایداری هویتی در روستاها شده است، از نتایج تحقیق حاضر می‌توان برای شناخت هویت جوانان روستایی و کمک به برنامه‌ریزان فرهنگی در هر دو فضای واقعی و مجازی برای هویت‌سازی درست و پایدار و فائق آمدن بر مسائل و مشکلات ناشی از فضای مجازی استفاده کرد. از سوی دیگر، فهم جهان واقعی منهای درک جهان مجازی و برعکس، مطالعه جهان مجازی بدون توجه به متغیرهای جهان واقعی، مطالعه و نگاه را دچار خطای فهم می‌کند. از این رو، ضروری است که به مطالعه هویت‌های افراد در دو فضای واقعی و مجازی بپردازیم تا تفاوت‌ها و شباهت‌های فضای واقعی و فضای مجازی برای ما روشن شود.

پیشینه تحقیق

یافته‌های پژوهش ذکایی و خطیبی (Zokaei and Khatibi, 2007) نشان می‌دهد که حضور مستمر و فعال در فضای مجازی و استفاده مداوم از امکانات متعدد و منحصر به فرد اینترنت به‌ویژه تعامل و تبادل اطلاعات با سایر کاربران متعدد و متفاوت باعث شکل‌گیری و تقویت هویت امروزی و بازاندیشانه در بین کاربران ایرانی به‌ویژه کاربران جوان ایرانی می‌شود. احمدی‌پور و حداد رنجبر (Ahmadipour and Haddad Ranjbar, 2009)، در پژوهشی با عنوان «مطالعه رابطه استفاده از اینترنت با ابعاد هویت دانشجویان در دانشگاه ولی‌عصر، سال تحصیلی ۱۳۸۸-۱۳۸۷، به چگونگی اثرات جنبه‌های مختلف استفاده از اینترنت (آموزشی، تفریحی و ارتباطی) بر ابعاد هویت (اشخصی، اجتماعی، ارتباطی، جمعی) پرداختند و بدین

نتیجه رسیدند که بین استفاده آموزشی از اینترنت و هیچ کدام از ابعاد هویت رابطه‌ای وجود ندارد، بدین معنی که استفاده آموزشی از اینترنت تأثیری بر ابعاد هویتی افراد نداشته است. عبدالهیان و رضانیا (Abdollahian and Rezania, 2009)، در پژوهشی با عنوان «"خود" و اظهار خود در فضای مجازی: مطالعه موردی کاربران سایت کلوب دات کام»، بدین نتیجه رسیدند که نمایش خود در این فضا به شدت کمال‌خواه و در راستای ارائه تصویری مثبت از خویش است. باقری دولت‌آبادی و زارعیان جهرمی (Bagheri Dolatabadi and Zareian Jahromi, 2014) به بررسی تأثیر فضای مجازی بر هویت دینی و ملی دانشجویان دانشگاه یاسوج پرداختند و با تحلیل دومتغیره داده‌ها، نشان دادند که میزان هویت دینی دانشجویان با میزان تعامل آنها در فضای مجازی رابطه معکوس دارد؛ به دیگر سخن، هرچه دانشجویان در تعامل بیشتر با فضای مجازی قرار داشته باشند، از هویت دینی آنها کاسته خواهد شد. حیدری ساربان (Heidari Sarban, 2019) به مطالعه و تحلیل اثرات فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت اجتماعی جوانان روستایی شهرستان مشگین‌شهر پرداخت و نتایج تحقیق نشان داد که به جز هویت خانوادگی و هویت فردی، در تمام موارد ذکر شده، هویت‌های مذهبی، ملی، گروهی و جنسیتی روستاییان برخوردار بیشتر از روستاییان نابرخوردار بوده است. به باور دیکن (Dicken, 2007)، فناوری اطلاعات و ارتباطات به تغییر در ارزش‌ها، هنجارها و آداب و رسوم جوانان روستایی می‌انجامد و در پی آن، باعث ایجاد بحران‌های هویتی می‌شود و در نهایت، به خلق هویت‌های جدید دامن می‌زند. پژوهش پراترو (Protheroe, 2009) نشان داد که تأثیر رسانه در رفتار و ایدئولوژی منعکس می‌شود و این به نوبه خود، روی هویت اجتماعی افراد تأثیر می‌گذارد. در پژوهش او، هویت به عنوان یک فرآیند پویا مورد نظر بوده که تحت تأثیر رسانه‌ها شکلی خاص به خود گرفته است.

بر اساس اجماع علمی، هویت پیش شرط هر نوع عمل به‌ویژه عمل اجتماعی و شرط لازمه توسعه است. به عقیده لئونارد بایندر، اگر کشوری بخواهد به رشد و توسعه برسد، باید پنج بحران را پشت سر بگذارد؛ این بحران‌ها عبارت‌اند از: بحران هویت، بحران مشارکت، بحران نفوذ، بحران مشروعیت و بحران توزیع. وی بر این باور است که وجه تمایز کشورهای

توسعه یافته صنعتی و کشورهای در حال توسعه در آن است که این کشورهای توسعه یافته، در گذشته، به طریقی موفقیت آمیز بحران‌های یادشده به‌ویژه بحران‌های هویت و مشروعیت را پشت سر نهاده‌اند. با توجه به مطالعات صورت گرفته در داخل و خارج از کشور، مشاهده می‌شود که توجه به مسئله هویت و فضای مجازی نه تنها مسئله‌ای مهم است، بلکه به چالشی بزرگ در سال‌های اخیر تبدیل شده است. مسئله مهم این است که بیشتر کاربران فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و شبکه‌های مجازی در مناطق روستایی را جوانان تشکیل می‌دهند. هویتی که این افراد پیدا می‌کنند، ممکن است با هویت آنها در دنیای واقعی در تضاد باشد و در نهایت، به بحرانی شدن هویت اجتماعی آنها منجر شود. با توجه به مطالعات پیش گفته در زمینه هویت، پژوهش حاضر به دنبال بررسی و ارزیابی (تأیید یا رد) فرضیه‌های زیر است:

۱- بین هویت واقعی و هویت مجازی جوانان تفاوت معنی دار وجود دارد.

۲- بین ابعاد مختلف هویت در دنیای واقعی و دنیای مجازی رابطه معنی دار وجود دارد.

مبانی نظری

مفهوم هویت دارای تاریخ گسترده، کاوش شده و رنگارنگ در علوم اجتماعی است. اریک اریکسون (Erikson, 1959)، به‌عنوان یکی از پیشگامان توسعه هویت به شکل بنیادی، از دهه ۱۹۵۰، به توسعه این مفهوم پرداخت؛ بدین ترتیب، معنی سنتی هویت، با تأثیرپذیری از تحولات مختلف اجتماعی و فرهنگی و با بروز جهانی شدن و نوآوری‌های فناوری اخیر، گسترش یافت (Stryker and Burke, 2000). به تعبیر کلی، «هویت» پاسخ ضمنی و صریح بدین پرسش است که «من کی هستم؟» و از این رو، طیفی گسترده از محتوا و فرآیندها را دربرمی‌گیرد (Leary et al., 1986). بر اساس چارچوب‌های نظری موجود، چهار سطح مشخص از هویت عبارت‌اند از: هویت فردی، هویت رابطه‌ای، هویت اجتماعی و هویت مادی (Vignoles et al., 2011). هویت فردی که بدان هویت شخصی نیز گفته می‌شود، عبارت است از مجموعه‌ای از خصوصیات نسبتاً پایدار که افراد به خودشان نسبت می‌دهند (Hagger and Chatzisarantis, 2006). هر

فرد می‌تواند بر اساس تصویری که از هویت فردی خود دارد، داستان زندگی جهانی خود را بسازد (McAdams and Olson, 2010). در چارچوب هویت اجتماعی، افراد تمایل دارند تا حد زیادی عضویت آنها در گروه‌های مختلف اجتماعی مرتبط با قومیت، ملیت، مذهب، جنسیت و خانواده درک و مشخص شود (Segal, 2010). به گفته مان (Mann, 1991)، در شرایط آفلاین و دنیایی که انسان‌ها در آن وجود دارند، انعطاف‌پذیری نقش مهمی در دستیابی به یک احساس عمومی از خود و هویت بازی می‌کند. با این وجود، ظهور محیط‌های مجازی، درها را برای کاربران باز کرد تا برخوردهای مجازی مختلف را تجربه کنند که بسیاری از آنها در دنیای واقعی کاملاً فیزیکی امکان‌پذیر نیستند (Yee et al., 2011). مقوله هویت اجتماعی با ورود شبکه‌های مجازی، دچار تغییر و تحولات عمده شد. گیدنز (Giddens, 2009)، از دیدگاه جامعه‌شناسانه و روان‌شناسانه، بر این باور است که هویت، در واقع، همان چیزی است که فرد بدان آگاهی دارد، مفهومی که به معنی تداوم فرد در زمان و مکان است.

بنابراین، هویت هر فرد عینیتی است همراه با ذهنیت. عینیت به‌عنوان بخشی از هویت وابسته به مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و رفتارهای ظاهری است که از سوی سایر افراد دیده می‌شوند و ذهنیت به‌عنوان بخشی دیگر از هویت در ذهن اشخاص شکل می‌گیرد و در خاطرات، احساسات، ارزش‌ها و هنجارها متبلور می‌شود. از دیدگاه اریک فروم، نیاز به احساس هویت از شرایط هستی انسان سرچشمه می‌گیرد و منبع شدیدترین کوشش‌ها و کشمکش‌هاست (Sharifi et al., 2014). رسانه‌ها عاملان تغییر و تحول در ارزش‌ها و هنجارها و نقش‌های سازگار فرهنگی - محیطی به‌شمار می‌روند، که چه‌بسا منجر به بحران هویت جوانان شود و در پی آن، به دگرگونی نقش‌های سازگار فرهنگی و محیطی و نیز انفعال جوانان و بسیاری از مسائل دیگر در اجتماع روستایی بینجامد.

دنیاهای مجازی

مانوئل کاستلز^۱ که با طرح «جامعه شبکه‌ای»^۲ بنیان مطالعاتی نوین را در ارتباطات نهاد است، ویژگی مهم عصر کنونی را دگرگونی «فرهنگ مادی» می‌داند که توسط آثار یک سرمشق (پارادایم) فناوری جدید بر محور فناوری‌های اطلاعاتی سازمان یافته است. او مهم‌ترین مؤلفه سخت‌افزاری این تغییر را گذار از «فناوری مبتنی بر دروندادهای ارزان انرژی» به «فناوری متکی بر دروندادهای ارزان اطلاعاتی» تعریف می‌کند که از پیشرفت فناوری میکرو الکترونیک و مخابرات به دست آمده است (Khaniki and Babaei, 2012). فراگیر شدن استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی سبب شکل‌گیری محیطی جدید با عنوان دنیای مجازی شده است.

مانوئل کاستلز، نظریه پرداز فضای مجازی، این فضا را به مثابه گونه‌ای فرهنگ مجازی تعبیر می‌کند که تجربه‌ای تازه در حیات بشری است: «یک سیستم ارتباطی که برخلاف تجربیات تاریخی قبلی، مجاز واقعی را ایجاد کند، کدام است؟ این سیستمی است که در آن، خود واقعیت (یعنی، وجود مادی - نمادین مردم) کاملاً در متنی از تصاویر مجازی و در جهانی واقع‌نما غرق شده است که در آن، چیزهایی که بر روی صفحه ظاهر می‌شوند، فقط تصاویری نیستند که تجربه از طریق آنها منتقل می‌شود، بلکه خود به تجربه تبدیل می‌شوند» (Castells, 2010)؛ به نقل از: (Boroujerdi and Sadigh, 2017). استفنسون (Stephenson, 1992)، در رمان علمی تخیلی خود با عنوان «سقوط برف»، یک دنیای مجازی را به نام متاورس معرفی کرد، محیطی که افراد قادر به ساختن خود مجازی خود بودند، در حالی که کاملاً زندگی واقعی خود را رها کردند. از زمان آغاز این کار، چندین دنیای مجازی پدیدار شد که از جهات مختلفی بر ایده‌های اولیه استفنسون تکثیر و گسترش می‌یافت. در ادبیات معاصر، اصطلاح دنیای مجازی تعاریف بسیاری دارد که حداقل بخشی از آن به دلیل جدید بودن و پیچیدگی آن است (Bell and Trueman, 2008).

1. Manuel Castells
2. network society

فضای مجازی و هویت

فرهنگ به‌عنوان مؤلفه‌ای از ارزش‌های پذیرفته‌شده در هر جامعه و شیوه زندگی و عادات و رسوم و همچنین، هنجارهایی که افراد از آن پیروی می‌کنند، همواره به‌وجودآورنده هویت و ضامن بقا و دوام جوامع بوده است (Amini Faskhodi, 2011). امروزه، به‌دلیل رخنه فرهنگ‌های جهانی به درون فرهنگ‌های محلی، پیکربندی‌های جدیدی سر بر می‌آورند که هر دو قطب جهانی و محلی را با هم درمی‌آمیزند (Sahabi and Aghabeygpouri, 2010). کاستلز هویت را فرآیند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموع‌ای به‌هم‌پیوسته از ویژگی‌های فرهنگی می‌داند که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود. به‌نظر کاستلز، در جامعه شبکه‌ای، برای اکثر کنشگران اجتماعی، معنا حول یک هویت اجتماعی بنیادی سازمان می‌یابد. این هویت اساسی در طول زمان و مکان قائم به ذات است. اگرچه این رهیافت به نحوه تدوین هویت از نگاه اریکسون شباهت دارد، اما در اینجا کانون توجه من عمدتاً معطوف به هویت جمعی خواهد بود تا هویت فرد. هر چند که فردگرایی (با هویت فردی تفاوت دارد) نیز می‌تواند شکلی از هویت جمعی باشد (Bassirian Jahromi and Nahvi Nezamabadi, 2017). در فضای مجازی اینترنت، شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان نوع جدیدی از وبسایت‌ها موفق شده‌اند تعداد قابل توجهی از کاربران اینترنتی را جذب کنند. کاربران شبکه‌های اجتماعی می‌توانند در این سایت‌ها صفحات و پروفایل‌های شخصی برای خودشان ایجاد کنند، شبکه‌ای مجازی از دوستانشان پدید آورند، می‌توانند یادداشت‌های کوتاه و بلندشان را منتشر کنند، عکس، صدا و ویدیوهای شخصی‌شان را آپلود کنند، از آخرین اخبار آگاه شوند و در اتاق‌های گفت‌وگوی متنوع عضو شوند و قابلیت‌های فراوان دیگری که ممکن است هر شبکه اجتماعی برای کاربران فراهم کند (Arjmand Siahpoush, 2019). در واقع، با شبکه‌های اجتماعی مجازی، این قابلیت به فرد داده می‌شود تا خود را هرگونه که می‌خواهد، فراتر از هویت واقعی خود در جهان فیزیکی بازتعریف کند. بنابراین، با قبول این فرض که شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در درون جامعه مصرفی خلق شده‌اند، خود منشأ بازتولید مکرر چنین جامعه‌ای می‌شوند.

فرض بر این است که هویت مجازی یک نهاد است و فضای مجازی ساخته شده و احساسات و افکار مردم را بیان می‌کند. هویت مجازی از عناصر مجازی (نماد یا آواتار) و نیز عناصر غیرمجازی (استفاده از زبان، واکنش به اتفاقات خاص و...) تشکیل می‌شود (Nagy, 2010). جهان دیجیتالی، معلول یک تحول عظیم و مهم فناورانه است که مفهوم زمان و مکان را عوض کرده و یک ارتباط هم‌زمان را برای همگان و در هر زمان فراهم آورده است. این روند، ثبات و تمایزهای هویتی را درون تکثرها و تغییرها گم خواهد کرد و مفهوم دوری و نزدیکی و اینجا و آنجا در پرتو آن از بین رفته است. این روند حتی روی مفهوم این فرهنگ و آن فرهنگ و این هویت و آن هویت نیز تأثیرگذار بوده است (Ameli, 2015). در جهان دیجیتالی، مفهوم هویت به دو صورت حقیقی و مجازی بروز می‌یابد. در فضای سایبر، ما یک هویت جدید علاوه بر آن هویت فیزیکی پیدا می‌کنیم. این هویت می‌تواند به صورت مجازی یا حقیقی شکل گیرد؛ یعنی، می‌توانیم مشخصات هویت حقیقی خودمان را بروز دهیم و از خود شخصی دیگر غیر از آنچه در واقعیت بوده، ارائه دهیم. فضای سایبر این امکان را به اشخاص می‌دهد که هویت حقیقی خویش را مخفی کنند و با هویت ساختگی جدیدی وارد آن شوند (Khosravi, 2011). در دنیای مجازی، هویت آنلاین به‌طور بالقوه بسیار انعطاف‌پذیرتر از هویت واقعی است و امکان تغییر در نژاد، کلاس، جنسیت، سن و پیشینه اقتصادی و اجتماعی را فراهم می‌آورد. این تعریف مبتنی بر استقلال و آزادی بیشتر، گذشته از دیگر ویژگی‌ها، هویت‌های متعدد و هویت مشترک را ارائه می‌دهد، در جهان‌هایی که فاقد دستورالعمل‌های رفتاری یا قوانین خاص تجویزی هستند، هویت‌های متعدد، آزادتر و مستقل‌تر ارائه می‌شوند.

اینک، بر پایه آنچه پیش‌تر گفته شد، می‌توان تعریف‌هایی را برای دو نوع هویت به اصطلاح آفلاین و آنلاین ارائه داد. در تعریف این دو نوع هویت، می‌توان گفت که هویت آفلاین، در واقع، معادل هویت واقعی و عینی ماست و از طریق عواملی که کنترل آنها سخت و یا از اختیار انسان خارج است، مانند نژاد، طبقه، محل تولد، شغل و سطح تحصیلات، تعیین می‌شود؛ اما در مقابل، هویت آنلاین بسیار انعطاف‌پذیرتر است و منظور از آن هویتی اجتماعی

است که کاربران اینترنتی در اجتماعات مجازی اینترنت برای خود پایه‌ریزی می‌کنند. افراد از راه هویت‌های آنلاین آزاد هستند که خودشان را آن‌طور که دوست دارند، بازتعریف کنند.

ابعاد هویت اجتماعی

هویت اجتماعی هویتی است که فرد در فرآیند اجتماعی شدن و ارتباط با گروه‌ها یا واحدهای اجتماعی موجود در جامعه کسب می‌کند و هویت جمعی آنها بستگی به نوع ارتباطی دارد که به تبع نظام شخصیتی خویش و در بستر یک نظام اجتماعی مشخص، با جامعه خود برقرار می‌کنند. همچنان‌که مباحث مربوط به هویت و ابعاد و مؤلفه‌های آن نشان می‌دهند، هویت اجتماعی دارای ابعاد مختلف است. در حقیقت، هویت اجتماعی افراد از لایه‌های مختلف تشکیل شده است که با توجه به وضعیت جامعه و فرد در هر موقعیتی، برخی از این هویت‌ها برجسته می‌شوند (Ehyaei, 2016). مهم‌ترین ابعاد هویت اجتماعی عبارت‌اند از: هویت خانوادگی، هویت جنسی، هویت جنسیتی، هویت دینی، هویت قومی، هویت ملی، هویت فرهنگی، هویت مصرفی (مبتنی بر سبک زندگی)، هویت بدنی، هویت عاشقانه، و هویت مدرن یا امروزی (هویت جهانی یا جهان‌وطنی).

در پژوهش حاضر، این تعریف از هویت مد نظر بوده است: هویت مجموعه‌ای از معانی، ویژگی‌ها و خصوصیات است که چگونه بودن را در خصوص نقش‌های اجتماعی به فرد القا می‌کند و یا وضعیتی است که به فرد می‌گوید او کیست و مجموعه‌ای از معانی را برای فرد تولید می‌کند که مرجع کیستی و چیستی او را تشکیل می‌دهد. هم‌زمان با فراگیر شدن استفاده از شبکه‌های مجازی، ضرورت توجه به مسئله هویت جوانان در راستای دستیابی به توسعه پایدار اجتماعی سکونتگاه‌های روستایی بیش از پیش احساس می‌شود. در تحقیق حاضر، با توجه به وقت‌گیر و هزینه‌بر بودن و نیز گستردگی شناسایی ابعاد هویت، به بررسی چهار بعد هویت خانوادگی، مذهبی، مدرن (امروزی) و هویت قومی جوانان روستایی در سکونتگاه‌های مورد مطالعه پرداخته شده است.

هویت خانوادگی: از میان عوامل اجتماعی، برجسته‌ترین تأثیر را والدین و نظام خانواده بر هویت فرد و چگونگی شکل‌گیری آن اعمال می‌کنند. نوزاد انسان غالباً در خانواده پا به عرصه حیات اجتماعی می‌گذارد و از این‌رو، اولین کاری که خانواده انجام می‌دهد، بدون تردید، جامعه‌پذیری کودک است. هرچند، ارائه تعریفی دقیق از هویت خانوادگی کار نسبتاً دشواری است، اما به‌طور کلی، می‌توان گفت که هویت خانوادگی تعیین نسبت میان جوان و خانواده است، بدین معنی که چه پیوندهایی میان آنها برقرار است. چند عامل مهم در ایجاد و تقویت هویت خانوادگی نقش به‌سزایی ایفا می‌کنند، که از آن جمله‌اند: (۱) مقبولیت، (۲) تکریم منزلت، (۳) تبادل عاطفی، (۴) مشورت، و (۵) درک و تفاهم؛ در کل، هویت خانوادگی یک فرد به خصوصیات، مشخصات و تفکرات وی در مورد خانواده‌اش گفته می‌شود (Ehyaei, 2016).

هویت دینی: در بحث هویت دینی، برخورداری از دین و تعالیم مذهبی مشترک در یک جامعه مورد توجه قرار می‌گیرد. در واقع، هویت دینی عبارت است از شناخت ارزش‌ها و احساس تعلق فرد نسبت به عضویت در یک اجتماع دینی خاص. آخوندی (۱۳۷۷) مؤلفه‌های هویت دینی را پابندی نظری و عملی به مذهب، انجام مراسم مذهبی، کنشگری پیرامون مذهب، خود و خانواده خود را مذهبی دانستن، توجه به عقاید ویژه مذهبی، احساس معنی‌دار بودن زندگی، احساس معنی‌بخشی دین و شرکت در خدمات داوطلبانه مذهبی دانسته و بر این باور است که هویت دینی به معنی احساس تعلق و تعهد فرد نسبت به باورها، احکام و ارزش‌های دینی است (Ehyaei, 2016).

هویت قومی: احساس تعلق فرد به یک گروه قومی که میراث فرهنگی، ارزش‌ها و نقش‌های خاص خود را دارد. هویت قومی بیشتر از طریق ریشه‌شناسی می‌تواند فهم‌پذیر شود. از ترکیب و تفسیر تعاریف هویت و قومیت می‌توان نتیجه گرفت که این مفاهیم دلالت بر همانندی و یکسانی دسته‌ای از مردم دارد که از منشأ مشترک و آداب و رسوم، سنت‌ها، تجربه‌های تاریخی و در برخی موارد، اقامت جغرافیایی عمومی مشترک و همچنین، از زبان و نیاکان مشترک برخوردارند (Ehyaei, 2016).

هویت مدرن (امروزی): هویت جهان‌وطنی به مفهوم شهروندی است که جهان را وطن خود می‌داند و دارای مشرب است که به علائق محلی‌گرایی بی‌واسطه محدود نمی‌شود، بلکه تعلق و نیز دخالت و مسئولیت جهانی را به رسمیت می‌شناسد و می‌تواند این علائق گسترده را در راه و رسم‌های زندگی روزمره ادغام کند (Mir-Mohammadi and Sarukhani, 2013). در طراحی گویه‌های سنجش هویت امروزی، از مقیاس تینگ-تومی و همکاران (Ting-Toomey et al., 2000) استفاده شده است. گویه‌های مقیاس تینگ-تومی عبارت‌اند از: ۱- میزان علاقه به موسیقی غربی در بین افراد، ۲- میزان ارجحیت زبان انگلیسی نسبت به سایر زبان‌های ملی و محلی، ۳- میزان علاقه افراد به آثار جاویدان در ادبیات جهانی، ۴- میزان علاقه به آثار تاریخی جهانی در بین افراد، ۵- میزان علاقه به مراسم‌های جهانی در بین افراد، ۶- میزان علاقه‌مندی افراد به ازدواج در مناطق مختلف جهان در مقایسه با ایران، ۷- میزان علاقه‌مندی افراد به زندگی در مناطق مختلف جهان در مقایسه با ابران، ۸- میزان علاقه‌مندی افراد به ازدواج با افراد مذاهب مختلف در جهان، و ۹- میزان علاقه‌مندی افراد به شخصیت‌ها و یادبود مشاهیر جهانی در مقایسه با مشاهیر ایرانی (Mir-Mohammadi and Sarukhani, 2013).

روش تحقیق

معرفی محدوده مورد مطالعه

استان کهگیلویه و بویراحمد، با مساحتی حدود ۱۶۲۶۴ کیلومتر مربع (حدود یک درصد از مساحت کل کشور)، از ۴۵ دهستان و بیش از ۱۷۹۸ آبادی دارای سکنه برخوردار است. جمعیت کل استان کهگیلویه و بویراحمد برابر با ۷۱۳۰۵۲ نفر مشتمل بر ۳۹۷۴۶۱ نفر (معادل ۵۵/۷۴ درصد) جمعیت شهری و تعداد ۳۱۴۰۰۹ نفر (معادل ۴۴/۰۴ درصد) جمعیت روستایی و نیز ۱۵۸۲ نفر (معادل ۰/۲۲ درصد) جمعیت غیرساکن است. قلمرو جغرافیایی پژوهش حاضر سکونتگاه‌های روستایی واقع در دهستان سررود جنوبی شهرستان بویراحمد است. روند رشد جمعیت دهستان سررود جنوبی نشان می‌دهد که جمعیت این دهستان از ۴۴۱۱۲ نفر در سال

۱۳۹۰ به ۵۳۷۲۶ نفر در سال ۱۳۹۵ و جمعیت روستاهای مورد مطالعه نیز از ۳۶۴۸۸ نفر در سال ۱۳۹۰ به ۴۵۵۵۰ نفر در سال ۱۳۹۵ رسیده است. همچنین، مطالعات جمعیتی نشان می‌دهد که جمعیت ۲۹-۱۵ ساله سکونتگاه‌های مورد مطالعه از ۱۱۹۱۶ نفر در سال ۱۳۹۰ به ۱۴۸۷۵ نفر در سال ۱۳۹۵ رسیده است. برای عملیاتی کردن مطالعه، تعداد بیست روستا از بین روستاهای دهستان سررود جنوبی انتخاب شدند، که عبارت‌اند از: ده بزرگ فیروزآباد، علی‌آباد سرتل، کردلاغری، کریم‌آباد، مازه خرید، اکبرآباد، خلف‌آباد، مور دراز سفلی، مور دراز علیا، تنگ‌سرخ، وزگ منصورآباد، سروک، نجف‌آباد، تل خسرو، مور دراز رهبر، نره‌گاه مرکزی، نره‌گاه مشایخ، قوام‌آباد علیا، سرآبتاوه، و چنارستان سفلی. ملاک انتخاب روستاهای مورد مطالعه در تحقیق حاضر ویژگی‌های جمعیتی (روستاهای بالاتر از ۲۵۰ نفر)، دسترسی به شبکه اینترنت و فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) روستایی بوده است.

پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی بوده و به لحاظ روش، توصیفی-تحلیلی و در زمره تحقیقات پیمایشی است. برای تدوین مبانی نظری، تعیین متغیرها و شاخص‌های پژوهش، از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است. ابعاد مورد بررسی در تحقیق حاضر عبارت‌اند از: هویت خانوادگی، هویت مذهبی، هویت امروزی (مدرن) و هویت قومی. در پژوهش حاضر، برای جمع‌آوری داده‌ها، از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شده است. با الگوگیری از مقیاس سرمایه اجتماعی اینترنت^۱، دو دسته سؤالات موازی برای سنجش ابعاد هویت در فضای آنلاین و آفلاین (جهان واقعی و فضای مجازی) بر اساس طیف لیکرت در پرسشنامه طراحی شد. برای سنجش روایی پرسشنامه، از روش اعتبار صوری و در مرتبه دوم، از اعتبار معیار (پژوهش‌های پیشین) و برای سنجش پایایی آن نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است؛ پایایی پرسشنامه برای مقیاس پیامدها با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ مقدار ۰/۸۷۶ به دست آمد که نشان از پایایی مناسب دارد.

1. Internet Social Capital Scale (ISCS)

در یافته‌های استنباطی بعد از تعیین نرمال بودن داده‌ها، از آزمون‌های پارامتریک و برای تعیین نرمال بودن داده‌ها نیز از آزمون شاپیرو-ویلک^۱ استفاده شده است. طبق نتایج به‌دست آمده از این آزمون (جدول ۱)، با توجه به سطح معنی‌داری ۰/۴۲۷، داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار بوده و بنابراین، برای تحلیل داده‌ها، از آزمون‌های پارامتریک استفاده شده است. شایان یادآوری است که شرط نرمال بودن داده‌ها در این آزمون بزرگ‌تر بودن سطح معنی‌داری از ۰/۰۵ است که در این صورت، برای تحلیل داده‌ها، از آزمون‌های پارامتریک استفاده می‌شود. در نهایت، برای راستی‌آزمایی فرضیه‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS، تحلیل داده‌ها در بخش توصیفی در قالب آمارهایی چون توزیع فراوانی، درصد، میانگین و دامنه تغییرات انجام شد. از آنجایی که شکل و نوع بیان فرضیات نوع آزمون آماری را مشخص می‌کند، در پژوهش حاضر، چون فرضیات به صورت‌های تفاوت و رابطه‌ای بیان شده‌اند، از آزمون‌های تفاوتی T و آزمون همبستگی برای میزان شدت و جهت رابطه بین متغیرها استفاده می‌شود. از طرفی، برای پاسخ‌گویی به سؤالات و فرضیات تحقیق، استفاده از آزمون‌های یادشده کافی به نظر می‌رسد. در بخش آمار استنباطی نیز از آزمون‌های t همبسته و همبستگی پیرسون برای تحلیل رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته استفاده شده است که از پرکاربردترین روش‌های آمار استنباطی در شاخه‌های مختلف علوم در زمینه داده‌های پارامتریک به‌شمار می‌روند.

جدول ۱- نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها

کلموگروف-اسمیرنوف			شاپیرو-ویلک		
آماره	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	آماره	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
۰/۰۳۹	۳۷۶	*۰/۲۰۰	۰/۹۹۶	۳۷۶	۰/۴۲۷

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

1. Shapiro-Wilk

واکاوی هویت اجتماعی جوانان روستایی با تأکید بر.....

با توجه به مطالعه ادبیات تحقیق و منطقه مورد مطالعه گویه‌های جدول ۲ برای سنجش ابعاد هویت اجتماعی در دنیای واقعی و فضای مجازی انتخاب شدند.

جدول ۲- گویه‌های ابعاد هویت اجتماعی

ردیف	بعد	دنیای واقعی	دنیای مجازی
۱	سازگاری	آگاهی نسبت به احکام و واجبات دینی	شناخت نسبت به شبکه‌های مجازی
۲		علاقه‌مندی به اندیشه‌ها و تکالیف دینی	ارزشمندی شبکه‌ها، و گروه‌های مجازی مروج مذهبی
۳		احساس تنفر نسبت به فرقه‌های ضد دینی	احساس تنفر نسبت به کانال‌ها و گروه‌های ضد دینی
۴		احساس تعلق نسبت به شیعیان دنیا	تغییر روزانه عقاید در فضای مجازی
۵		انجام دادن تکالیف و اعمال دینی	انجام بهتر تکالیف دینی با وجود فضای مجازی
۶		شرکت در مراسمات مذهبی و عزاداری‌ها	اشتراک وقایع روزانه مرتبط با مذهب در فضای مجازی
۷		استفاده از کتب مذهبی و برنامه‌های دینی	استفاده از کانال‌ها و گروه‌های مرتبط با احادیث
۸	تعلق به خانواده	احساس خوب به عضویت در جامعه اسلامی	خارج شدن از کانال‌های مطالب غیر مذهبی
۹		نقش خانواده در ساختن افکار و شخصیت فرد	نزدیکی افکار من در فضای مجازی به عقاید خانواده
۱۰		داشتن خاطرات مشترک با خانواده بیرون منزل	اشتراک مناسبات و خاطرات خانوادگی در فضای مجازی
۱۱		بروز عشق و احساس به خانواده در زندگی روزمره	صحبت از عشق و احساس به خانواده‌ام در فضای مجازی
۱۲		عدم احساس شرم از نشان دادن والدین به دیگران	عدم احساس شرم از نشان دادن والدین در فضای مجازی
۱۳		کمک مالی به خانواده در صورت نیاز	استفاده از عکس خانواده در شبکه‌های اجتماعی
۱۴		کمک مالی خانواده در صورت نیاز	استفاده خانواده از عکس من در شبکه‌های اجتماعی
۱۵	تعلق به جامعه	اولویت شراکت با اعضای خانواده در کارها	ترجیح خانواده به دیگران در صورت احداث گروه مجازی
۱۶		افتخار به افراد فعال در راه آزادی و حقوق انسانی	عضویت در شبکه‌های اجتماعی فعال در راه آزادی و عدالت
۱۷		ناراحتی نسبت به ظلم در حق انسان‌ها در جهان	همدردی با انسان‌های مظلوم در فضای مجازی
۱۸		زندگی در همه جای دنیا در صورت فراهم بودن	برابری تمام افراد، گروه‌ها در فضای مجازی
۱۹		برابری همه افراد و عدم برتری نسبت به هم	ارزش برابر در برخورد با ادیان متعلق به همه در فضای مجازی
۲۰		برابری همه ادیان در دنیا و احترام به آنها	افزایش اطلاع نسبت به فرهنگ واحد جهانی در فضای مجازی
۲۱		نزدیکی به فرهنگ واحد جهانی و فرهنگ غربی	برابری مراسم دینی مربوط به ادیان جهان در فضای مجازی
۲۲	تعلق به مدرن	شرکت در مراسم مذهبی هر کدام از ادیان جهانی	پیگیری اندیشه‌های جدید مطرح شده در فضای مجازی
۲۳		دریافت عمده تفکرات از ماهواره و اینترنت	معرفی خود در فضای مجازی به عنوان فردی به روز و مدرن
۲۴		تطبیق خود با مد و فناوری‌های جدید	عضویت در سایت، کانال و گروهی که با آن راحت باشم

ردیف	بعد	دنیای واقعی	دنیای مجازی
۲۵		عدم قطع ارتباط فرهنگی با منطقه محل تولد	بروز تعلق و عضویت قومی خود در فضای مجازی
۲۶	پژوهش	احساس تعلق نسبت به قوم و قبیله خود	اشتراک آداب و رسوم قومی خود از طریق فضای مجازی
۲۷		تلاش برای آموزش آداب و زبان قومی به فرزندان	راه‌اندازی کانال یا گروهی مربوط به قوم خود در فضای مجازی
۲۸		راضی بودن از تولد دوباره در همین قوم	عضو گروه قومی در فضای مجازی
۲۹		واکنش به توهین نسبت قوم و آداب قومی خود	واکنش به توهین نسبت به آداب قومی خود در فضای مجازی

مأخذ: یافته‌های پژوهش؛ برگرفته از حیدری ساریان (Heidari Sarban, 2019)، احیایی (Ehyaei, 2016)، میرمحمدی و ساروخانی (Mir-Mohammadi and Sarukhani, 2013)، تینگ-تومی و همکاران (Ting-Toomey et al., 2000)، باقری دولت‌آبادی و زارعیان جهرمی (Bagheri Dolatabadi and Zareian Jahromi, 2014)، احمدی‌پور و حداد رنجبر (Ahmadipour and Haddad Ranjbar, 2009).

در چنین چارچوبی، ابعاد قابل بررسی هویت اجتماعی در منطقه مورد مطالعه و نیز تعدادی گویه برای هر بعد مشخص شده است. این چارچوب امکان انتخاب گویه‌های مرتبط را به‌طور جامع و یکپارچه فراهم می‌کند. این شاخص‌ها به مسائل و موضوعات مربوط به هویت اجتماعی در دنیای واقعی و فضای مجازی اشاره دارند.

جامعه آماری پژوهش را کل جوانان پانزده تا ۲۹ ساله دهستان سررود جنوبی تشکیل داده که بر مبنای سالنامه آماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵، ۱۴۸۷۵ نفر بوده‌اند. برای انتخاب جامعه نمونه، از کل سکونتگاه‌های روستایی دهستان سررود جنوبی، بیست روستا به روش خوشه‌ای-فضایی انتخاب شدند. برای تعیین حجم نمونه، از رابطه کوکران استفاده شده و روش نمونه‌گیری دومرحله‌ای بوده است؛ نخست، نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده متناسب برای انتخاب سکونتگاه‌های روستایی دهستان سررود جنوبی و سپس، روش نمونه‌گیری تصادفی هدفمند برای انتخاب افراد فعال در فضای مجازی به کار گرفته شد.

به‌منظور تعیین حجم نمونه ساده‌ترین روش استفاده از رابطه کوکران است:

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

که در آن:

n = حجم نمونه

N = حجم جمعیت آماری (حجم جمعیت ۲۹-۱۵ ساله دهستان سررود جنوبی)

Z = در صد خطای معیار ضریب اطمینان قابل قبول

p = نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین

d = درجه اطمینان یا دقت احتمالی مطلوب

طبق رابطه کوکران، اگر حجم نمونه با شکاف جمعیتی ۰/۵ باشد، یعنی، اگر نیمی از جمعیت واجد صفتی معین باشند، نیمی دیگر فاقد آن هستند. معمولاً در رابطه کوکران، p و q معادل ۰/۵، Z معادل ۱/۹۶ و d معادل ۰/۰۱ یا ۰/۰۵ در نظر گرفته می شود.

در پژوهش حاضر، با حجم جامعه آماری ۱۴۸۷۵ نفر و مقدار خطای مجاز ۰/۰۵، تعداد نمونه مناسب تحقیق ۳۷۴/۳۶ نفر به دست آمد، که البته برای اطمینان بیشتر ۳۷۶ پرسشنامه تکمیل شد. پس از برآورد حجم نمونه، متناسب با جمعیت جوان هر روستا و حجم نمونه، تعداد نمونه انتخابی هر روستا مشخص شد (جدول ۳).

همچنین، در پژوهش حاضر، از روش نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای و هدفمند استفاده شده است. نمونه گیری خوشه ای عبارت است از انتخاب واحد تحلیل و به عبارتی، واحد اصلی مطالعه (جوانان پانزده تا ۲۹ ساله دهستان سررود جنوبی) از طریق طی چند مرحله نمونه گیری پیوسته.

جدول ۳- برآورد حجم نمونه

ردیف	نام روستا	جمعیت ۱۵-۲۹ ساله	نسبت به کل جمعیت	نسبت جمعیت به کل حجم نمونه
۱	ده بزرگ فیروزآباد	۱۶۰	۱/۰۸	۴
۲	علی‌آباد سرتل	۳۱۳	۲/۱۰	۸
۳	کرد لاغری	۲۲۱	۱/۴۹	۶
۴	کریم‌آباد	۱۴۸	۰/۹۹	۴
۵	مازه خریده	۹۵	۰/۶۴	۲
۶	اکبرآباد	۱۰۹۶	۷/۳۷	۲۸
۷	خلف‌آباد	۴۷۰	۳/۱۶	۱۲
۸	موردراز سفلی	۱۱۳	۰/۷۶	۳
۹	موردراز علیا	۱۶۵	۱/۱۱	۴
۱۰	تنگ‌سرخ	۹۰	۰/۶۱	۲
۱۱	وزگ منصورآباد	۱۷۶	۱/۱۸	۴
۱۲	سروک	۲۰۷۱	۱۳/۹۲	۵۲
۱۳	نجف‌آباد	۳۳۶۱	۲۲/۵۹	۸۵
۱۴	تل خسرو	۱۲۳۱	۸/۲۸	۳۱
۱۵	موردراز رهبر	۱۸۲	۱/۲۲	۵
۱۶	نره گاه مرکزی	۴۳۱	۲/۹۰	۱۱
۱۷	نره گاه مشایخ	۱۳۲	۰/۸۹	۳
۱۸	قوام‌آباد علیا	۱۱۴	۰/۷۷	۳
۱۹	سرآبتاوه	۳۷۹۰	۲۵/۴۸	۹۶
۲۰	چنارستان سفلی	۵۱۶	۳/۴۷	۱۳
	جمع کل	۱۴۸۷۵	۱۰۰	۳۷۶

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

نتایج و بحث

در اولین مرحله از تحلیل داده‌ها، یک نمای کلی از ویژگی‌های پاسخ‌گویان ارائه می‌شود که به شناخت کلی نمونه تحقیق می‌انجامد و دستیابی به اطلاعات جامعه مورد بررسی را بسیار آسان می‌کند.

بر پایه یافته‌های توصیفی پژوهش حاضر، میانگین سنی پاسخ‌گویان ۲۲/۸ سال بوده است؛ از نظر توزیع فراوانی پاسخ‌گویان بر حسب جنسیت، ۵۶/۴ درصد مرد و ۴۳/۶ درصد زن بوده‌اند؛ از نظر توزیع فراوانی پاسخ‌گویان بر اساس وضعیت تأهل، ۱۵۱ نفر (۴۰/۲ درصد) متأهل و ۲۲۵ نفر (۵۹/۸ درصد) مجرد بوده‌اند؛ بیشترین و کمترین فراوانی سطح تحصیلات پاسخ‌گویان، به ترتیب، مربوط به دیپلم ۱۲۱ نفر (۳۲/۱۸ درصد) و فوق لیسانس و بالاتر ۲ نفر (۲/۳۹ درصد) بوده و همچنین، بیشترین فراوانی پاسخ‌گویان در سایر سطوح تحصیلی، به ترتیب، مربوط به راهنمایی ۸۶ نفر (۲۲/۸۷ درصد)، لیسانس ۸۱ نفر (۲۱/۵۴ درصد)، بی‌سواد ۴۶ نفر (۱۲/۲۳ درصد) و ابتدایی ۳۳ نفر (۸/۷۷ درصد) است. افزون بر این، توزیع فراوانی استفاده از شبکه‌های مجازی نشان می‌دهد که ۳۱۱ نفر (۸۲/۷ درصد) از تلگرام، ۲۰۱ نفر (۵۳/۵۴ درصد) از اینستاگرام، ۳۰۸ نفر (۸۲/۱۳ درصد) از واتس‌آپ، ۲۱ نفر (۵/۵ درصد) از فیس‌بوک، و ۵۸ نفر (۱۵/۴ درصد) از توییتر استفاده می‌کنند.

بخش دوم یافته‌های پژوهش مربوط به یافته‌های استنباطی است. نتایج آمار توصیفی به‌دست‌آمده از جدول ۴ نشان می‌دهد که هویت مذهبی در دنیای واقعی با میانگین ۳/۲۱ از هویت مذهبی در دنیای مجازی با میانگین ۳/۰۶ بیشتر است؛ هویت خانوادگی نیز با میانگین ۳/۹۰ در دنیای واقعی از هویت خانوادگی در دنیای مجازی با میانگین ۲/۰۵ بیشتر است؛ همچنین، هویت قومی با میانگین ۴/۰۵ در دنیای واقعی از هویت قومی در دنیای مجازی با میانگین ۳/۹ بیشتر است؛ و در بعد هویت امروزی نیز میانگین این هویت در دنیای مجازی (۳/۹۱) بیش از میانگین آن در دنیای واقعی (۳/۶۷) است. هویت امروزی به‌عنوان یکی از لایه‌ها یا وجوه نوین هویت جمعی در نظر گرفته شده است که در برخی متون، از آن با عنوان «هویت

مدنی» یاد می‌شود. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که در میان ابعاد هویت در دنیای واقعی، هویت قومی با میانگین ۴/۰۵ بهترین شرایط و هویت مذهبی با میانگین ۳/۲۱ بدترین شرایط را دارد؛ در میان ابعاد هویت در دنیای مجازی نیز هویت امروزی با میانگین ۳/۹۱ بهترین شرایط و هویت خانوادگی با میانگین ۲/۰۵ بدترین شرایط را کسب کردند. در نهایت، با مقایسه میانگین ابعاد هویت در دو دنیای واقعی و مجازی، مشخص شد که هویت خانوادگی با اختلاف میانگین ۱/۸۵ بیشترین تفاوت و هویت امروزی با اختلاف میانگین ۰/۲۲ - کمترین تفاوت بین هویت در دنیای واقعی و هویت در دنیای مجازی را کسب کردند. نتیجه به دست آمده از میانگین داده‌ها نیز نشان می‌دهد که ابعاد مورد بررسی هویت اجتماعی در دنیای واقعی با میانگین ۳/۷۱ از ابعاد مورد بررسی این هویت در دنیای مجازی با میانگین ۳/۰۱ بیشتر است. اختلاف میانگین به دست آمده نشان می‌دهد که در واقع، بین هویت واقعی و هویت مجازی جوانان در سکونگاه‌های مورد مطالعه تفاوت زیادی وجود دارد.

جدول ۴: آمار توصیفی هویت مذهبی، هویت خانوادگی، هویت مدرن و هویت قومی در دنیای واقعی و دنیای مجازی

بعد	نام گروه	تعداد	میانگین	انحراف معیار
هویت مذهبی	دنیای واقعی	۳۷۶	۳/۲۱	۰/۴۴
	دنیای مجازی	۳۷۶	۳/۰۶	۰/۴۰
هویت خانوادگی	دنیای واقعی	۳۷۶	۳/۹۰	۰/۴۳
	دنیای مجازی	۳۷۶	۲/۰۵	۰/۳۸
هویت امروزی	دنیای واقعی	۳۷۶	۳/۶۷	۰/۳۳
	دنیای مجازی	۳۷۶	۳/۹۱	۰/۳۵
هویت قومی	دنیای واقعی	۳۷۶	۴/۰۵	۰/۳۵
	دنیای مجازی	۳۷۶	۳/۰۳	۰/۳۷
	هویت در دنیای واقعی	۳۷۶	۳/۷۱	۰/۲۱
	هویت در دنیای مجازی	۳۷۶	۳/۰۱	۰/۲۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

واکاوی هویت اجتماعی جوانان روستایی با تأکید بر.....

برای راستی آزمایی فرضیه اول (بین هویت واقعی و هویت مجازی جوانان تفاوت معنی دار وجود دارد)، از آزمون تی (t) همبسته استفاده شده است. با توجه به سطح معنی داری، مشاهده می شود که تفاوت بین همه ابعاد هویت در دنیای واقعی و مجازی معنی دار است. با توجه به نتایج جدول ۵، چون قدر مطلق t محاسبه شده از ارزش بحرانی t (با درجه آزادی ۳۷۵ و سطح معنی داری ۰/۰۰۰) بزرگ تر است، پس فرض صفر رد می شود. با توجه به رد فرض صفر، با اطمینان ۹۵ درصد، می توان نتیجه گرفت که میانگین هویت در دنیای واقعی و دنیای مجازی در جامعه مورد مطالعه از لحاظ آماری معنی دار است. حد بالا و حد پایین هویت واقعی و مذهبی در این آزمون هر دو منفی است؛ یعنی، تفاوت میانگین دو گروه کمتر از صفر است و میانگین هویت در دنیای واقعی از میانگین هویت در دنیای مجازی کمتر است. تفاوت بین میانگین ها ناشی از عامل شانس نیست و نتیجه تفاوت واقعی بین میانگین های جامعه ای است که نمونه ها از آن به صورت تصادفی انتخاب شده اند. برای روشن تر شدن وضعیت هویت در دنیای واقعی و مجازی در پژوهش حاضر، ابعاد مورد بررسی در جدول ۵ آمده است.

جدول ۵- آزمون t همبسته برای محاسبه ابعاد هویت در دنیای واقعی و دنیای مجازی

اختلاف با فاصله اطمینان ۹۵ درصد									
بعد	نمود اختلافی	انحراف معیار	خطای استاندارد	حد پایین	حد بالا	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری	همبستگی
هویت خانوادگی در دنیای واقعی و مجازی	۱/۸۵	۰/۵۹	۰/۰۳۰	۱/۷۹	۱/۹۱	۶۰/۵۲	۳۷۵	۰/۰۰۰	-۰/۰۵۶
هویت مدرن در دنیای واقعی و مجازی	-۰/۲۲	۰/۴۷	۰/۰۲۴	-۰/۲۷	-۰/۱۷	-۹/۱۱	۳۷۵	۰/۰۰۰	۰/۰۶۰
هویت قومی در دنیای واقعی و مجازی	۱/۰۲	۰/۴۷	۰/۰۲۴	۰/۹۶	۱/۰۶	۴۱/۶۶	۳۷۵	۰/۰۰۰	۰/۱۷۲
هویت در دنیای واقعی و دنیای مجازی	۰/۷۰	۰/۲۶	۰/۰۱۳	۰/۷۲	۰/۶۷	۵۱/۳۱	۳۷۵	۰/۰۰۱	۰/۱۷۵

مأخذ: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹

برای راستی آزمایی فرضیه دوم (بین ابعاد مختلف هویت در دنیای واقعی و دنیای مجازی رابطه معنی دار وجود دارد)، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. با توجه به

سطح معنی داری، مشاهده می شود که رابطه ابعاد هویت در دنیای واقعی و مجازی معنی دار است. نتایج جدول ۶ نشان می دهد که بین هویت مذهبی در دنیای واقعی و دنیای مجازی با ضریب اطمینان ۹۵ درصد همبستگی وجود دارد. میزان همبستگی هویت مذهبی در این دو بعد ۰/۰۸۵- است. این ضریب همبستگی نشان می دهد که بین این دو بعد رابطه همبستگی منفی وجود دارد؛ یعنی، آگاهی، تعلق خاطر، احساسات و دل‌بستگی عاطفی و پابندی، تقید و تعهد نسبت به مجموعه اعتقادات و اعمال دینی در دنیای واقعی و مجازی با هم ارتباط دارند؛ و به دیگر سخن، بین اعمال مذهبی جوانان در دنیای واقعی و دنیای مجازی شکاف وجود دارد. همچنین، بین هویت خانوادگی در دنیای واقعی و دنیای مجازی با ضریب اطمینان ۹۵ درصد همبستگی وجود دارد. میزان همبستگی هویت خانوادگی در این دو بعد ۰/۰۵۶- است. این ضریب همبستگی نیز نشان می دهد که بین این دو بعد رابطه همبستگی منفی وجود دارد؛ یعنی، نسبت میان جوان و خانواده و میزان تعلق او به خانواده و خصوصیات، مشخصات و تفکراتی که یک شخص در مورد خانواده خود دارد، در دنیای مجازی با دنیای واقعی مرتبط است؛ به دیگر سخن، هرچه تعلق جوان به خانواده در دنیای واقعی بیشتر باشد، در دنیای مجازی این تعلق کمتر نمود پیدا می کند. بین هویت امروزی در دنیای واقعی و دنیای مجازی نیز با ضریب اطمینان ۹۵ درصد همبستگی وجود دارد. میزان همبستگی هویت امروزی در فضای مجازی و دنیای واقعی ۰/۰۶۰ است. این ضریب همبستگی نشان می دهد که بین این دو بعد رابطه همبستگی مثبت و مستقیم وجود دارد؛ یعنی، شکل گیری احساس تعلق فرد به نظام جهانی و تعهد وی به مسائل جهانی در حال شکل گیری است که در نتیجه آن، فرد خود را به عنوان عضوی از جامعه جهانی تعریف و تصور می کند. برای تدقیق بیشتر، می توان گفت که جوانان به هویت جهانی و اهمیت فرهنگ و اجتماع واحد جهانی و احساس تعلق فرد بدان در دنیای واقعی از دنیای مجازی کمتر است. همچنین، بین هویت قومی در دنیای واقعی و دنیای مجازی با ضریب اطمینان ۹۵ درصد همبستگی وجود دارد. میزان همبستگی هویت قومی در دنیای مجازی و دنیای واقعی ۰/۱۷۲ است. این ضریب همبستگی نشان می دهد که بین این دو بعد رابطه همبستگی مثبت وجود دارد

واکاوی هویت اجتماعی جوانان روستایی با تأکید بر.....

و با افزایش موافقت با شاخص‌های هویت‌ساز در دنیای واقعی، شاخص‌های هویت‌ساز در دنیای مجازی نیز برای هویت قومی افزایش می‌یابد؛ یعنی، احساس تعلق جوانان به گروه قومی خود که میراث فرهنگی، ارزش‌ها و نقش‌های خاص خود را دارد، در دو دنیای واقعی و مجازی دارای رابطه مستقیم است.

با در نظر گرفتن رابطه ابعاد هویت در دنیای واقعی و مجازی، می‌توان نتیجه گرفت که بین همه ابعاد هویت با ضریب اطمینان ۹۵ درصد همبستگی و رابطه معنی‌دار وجود دارد در ابعاد هویت مذهبی و خانوادگی، این همبستگی منفی و در ابعاد هویت امروزی و هویت قومی، این همبستگی مثبت است. با این تفاسیر، فرضیه دوم تحقیق تأیید می‌شود.

جدول ۶- رابطه بین ابعاد هویت در دو دنیای واقعی و مجازی با استفاده از همبستگی پیرسون

ابعاد هویت واقعی	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی	تعداد	ابعاد هویت مجازی
هویت مذهبی در دنیای واقعی	۰/۰۰۰	-۰/۰۸۵	۳۷۶	هویت مذهبی در دنیای مجازی
هویت خانوادگی در دنیای واقعی	۰/۰۰۰	-۰/۰۵۶	۳۷۶	هویت خانوادگی در دنیای مجازی
هویت امروزی در دنیای واقعی	۰/۰۰۰	۰/۰۶۰	۳۷۶	هویت مدرن در دنیای مجازی
هویت قومی در دنیای واقعی	۰/۰۰۰	۰/۱۷۲	۳۷۶	هویت قومی در دنیای مجازی
هویت در دنیای واقعی	۰/۰۰۱	۰/۱۷۵	۳۷۶	هویت در دنیای مجازی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پژوهش حاضر با هدف واکاوی هویت اجتماعی جوانان روستایی با محوریت هویت مجازی، بررسی تفاوت بین هویت واقعی و هویت مجازی جوانان و همچنین، بررسی ارتباط ابعاد هویت در دنیای واقعی با دنیای مجازی در دهستان سررود جنوبی انجام شده است. لازم به ذکر است که تاکنون پژوهش‌های متعدد در خصوص توزیع جغرافیایی محصولات فرهنگی و نقش آن در تغییر جغرافیای فرهنگی مناطق و به‌ویژه تغییر ماهیت فرهنگی جوامع مختلف انجام

شده، ولی پژوهشی به‌ویژه‌ها همین عنوان «تحلیل و بررسی ابعاد هویت در دو دنیای مجازی و واقعی در سکونتگاه‌های روستایی» صورت نگرفته است.

در سال‌های اخیر، ارتباط از طریق فضای مجازی جایگاهی قابل توجه در بین نسل جوان جامعه ما پیدا کرده است. شبکه‌های اجتماعی در ابعاد مختلف بر زندگی افراد (چه فردی و چه اجتماعی) تأثیر می‌گذارند و در شکل‌دهی به هویت افراد، نقش اساسی دارند و از این‌رو، نمی‌توان شبکه‌های اجتماعی را نادیده گرفت. برای درک معانی پیچیده هویت مجازی، باید لایه‌های چندوجهی ذاتی این مفهوم را شناخت. هویت مجازی دارای ماهیت پویا و چندبعدی است. محققان، با مطالعه هویت مجازی، می‌توانند درک بهتری از خود آفلاین کاربران و ویژگی‌های مربوط به آن داشته باشند (Suh, 2013). پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که برخی از ویژگی‌های شخصیتی مانند درون‌گرایی، عزت نفس و جنسیت نقش مهمی در شیوه‌های ساخت‌وساز هویت مجازی دارند (Dunn and Guadagno, 2012).

در واقع، فعالیت در فضای مجازی دیگر جدا از زندگی واقعی ما نیست، بلکه بخشی جدایی‌ناپذیر از آن به‌شمار می‌رود. در فضای مجازی، افراد می‌توانند مشخصات هویت واقعی خود را بروز دهند یا از خود شخصی دیگر، غیر از آنچه در واقعیت است، ارائه دهند؛ به دیگر سخن، فضای مجازی این امکان را به اشخاص می‌دهد که هویت واقعی خود را مخفی کنند یا با هویت ساختگی جدید وارد شوند. با این پیش‌فرض که فضای مجازی آزادی عمل بیشتری در اختیار افراد قرار می‌دهد، می‌توان گفت که کاربران در این فضا آن چیزی هستند که دوست دارند باشند، نه آن چیزی که از خود در دنیای واقعی بروز می‌دهند. در دنیای واقعی، هر کس مسئول رفتار و گفتار خود است، اما با وجود هویت مجازی، آزادی عمل بیشتر می‌شود و احساس مسئولیت در برابر گفتار و اندیشه از بین می‌رود و ممکن است شخص از بخشی از هویت واقعی خود مانند تحصیلات، شرایط خانوادگی، جنسیت یا شرایط اجتماعی، هویت امروزی و هویت مذهبی خود ناراضی باشد و بخواهد با هویتی ساختگی به‌نوعی خود را با تغییر قسمتی از هویت یا تمام آن دلداری بدهد. در واقع، یکی از دلایلی که افراد به دنیای مجازی

کشیده می‌شوند، چه بسا عدم برخورداری از اعتماد به نفس و اطمینان نداشتن به واکنش سایر افراد اجتماع در قبال خود باشد. در دنیای مجازی، افراد به دلیل عدم برخورد از نزدیک، مجازی تر جلوه می‌کنند. این فضا، به دلیل تصورات و رؤیاهای خودساخته، با دنیای واقعی شباهتی ندارد و رفته رفته فرد به دگرگونی هویتی کشیده می‌شود، چراکه به مرور زمان، ذهنیت خودساخته همه وجود فرد می‌شود و باور بدان آسیب هویتی به فرد و جامعه می‌زند و باعث درگیری روحی و هویتی می‌شود که به دنبال آن، خلاقیت و توانایی واقعی فرد کم‌رنگ می‌شود.

مطالعه هویت اجتماع روستایی و جنبه‌های مختلف آن از موضوعاتی است که نسبت به دیگر مسائل اجتماعی روستاها مورد غفلت محققان قرار گرفته است. از این رو، هدف از انجام پژوهش حاضر واکاوی هویت اجتماعی با محوریت هویت مجازی در بین جوانان روستایی دهستان سررود جنوبی انجام شده است. همان‌گونه که نتایج یافته‌های توصیفی نشان داد، هویت جوانان در دنیای واقعی با میانگین $3/71$ از هویت جوانان در فضای مجازی با میانگین $3/01$ بیشتر است؛ به دیگر سخن، خوداختلافی هویت (اختلاف هویت در دنیای واقعی و دنیای مجازی) در حد هفتاد درصد هویت نشان از تفاوت آن در فضای مجازی و دنیای واقعی دارد. در بین ابعاد هویت مورد مطالعه در پژوهش حاضر، بیشترین خوداختلافی مربوط به هویت خانوادگی با میزان $1/85$ و کمترین خوداختلافی مربوط به هویت امروزی با میزان $0/22$ - است. تفسیر میزان خوداختلافی در هویت خانوادگی نشان می‌دهد که میانگین هویت خانوادگی در دنیای واقعی از میانگین هویت خانوادگی در فضای مجازی بیشتر است. تحلیل خوداختلافی هویت امروزی نیز نشان می‌دهد که میانگین هویت در دنیای واقعی از دنیای مجازی کمتر است و می‌توان گفت که احساس تعلق جوانان نسبت به هویت جهانی و اجتماع واحد جهانی در دنیای مجازی از دنیای واقعی بیشتر است. تحلیل نتایج آزمون تی (t) همبسته برای پی بردن به معنی‌داری تفاوت هویت در دو دنیای واقعی و مجازی نشان می‌دهد که بین ابعاد هویت در دنیای واقعی و دنیای مجازی تفاوت معنی‌دار وجود دارد. همچنین، نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین ابعاد هویت در دو دنیای واقعی و مجازی همبستگی معنی‌دار

وجود دارد. این همبستگی در ابعاد هویت مذهبی و هویت خانوادگی منفی و در ابعاد هویت امروزی و هویت قومی مثبت است. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون‌های آماری مورد استفاده، فرضیات پژوهش تأیید می‌شوند.

در زمینه هویت مدرن (امروزی)، نتایج پژوهش حاضر با یافته‌های مطالعات ذکایی و خطیبی (Zokaei and Khatibi, 2007)، که حضور فعال در فضای مجازی را باعث شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن و بازاندیشانه در بین جوانان می‌دانند، همخوانی دارد. در زمینه هویت مذهبی نیز نتایج پژوهش حاضر با نتایج مطالعات باقری دولت‌آبادی و زارعیان جهرمی (Bagheri Dolatabadi and Zareian Jahromi, 2014) و همچنین، حیدری ساربان (Heidari Sarban, 2019) دربارهٔ تعامل با فضای مجازی همخوانی دارد؛ یعنی، با افزایش تعامل با فضای مجازی، هویت مذهبی کاهش می‌یابد. در زمینه هویت خانوادگی نیز نتایج پژوهش حاضر با یافته‌های مطالعهٔ حیدری ساربان (Heidari Sarban, 2019) همخوانی دارد؛ به دیگر سخن، میانگین هویت روستاییان در دنیای واقعی از هویت در دنیای مجازی بیشتر است. همچنین، نتایج کلی تحقیق حاضر با یافته‌های پژوهش دیکن (Dicken, 2007) همخوانی دارد؛ یعنی، به کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات به تغییر ارزش‌ها، هنجارها و آداب و رسوم جوانان روستایی می‌انجامد و در پی آن، باعث ایجاد بحران‌های هویتی می‌شود و در نهایت، به خلق هویت‌های جدید دامن می‌زند.

باید این واقعیت را پذیرفت که فضای مجازی متراکم و با تسلط حداکثری از توان ایجاد دگرذیسی در هویت اجتماعی برخوردار است. فرآیند گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات، با جهانی شدن شتابان از طریق فرآیند بازسازی فضا و زمان، نفوذپذیر ساختن مرزها و گسترش چشمگیر فضای مجازی، منابع و شرایط لازم برای هویت‌سازی سنتی جوانان روستایی دهستان سررود جنوبی را تا حدود بسیار زیادی از بین برده است و به دنبال آن، جوانان روستایی در موقعیت بحران و دگرگونی هویتی قرار گرفته‌اند؛ به دیگر سخن، می‌توان چنین نتیجه گرفت

واکاوای هویت اجتماعی جوانان روستایی با تأکید بر.....

که اثرات فضای مجازی در بین جوانان روستایی، با پیروی از راهبرد گام‌های کوچک، به دگرذیسی هویتی انجامیده است.

در مجموع، می‌توان گفت که افراد در فضای مجازی، فرصت ارائه خویشتن مطلوب و ایده‌آل خود را تا حدودی در اختیار دارند، خودهایی که می‌تواند پشت صحنه فرد در دنیای واقعی با ترکیبی از واقعیات پشت صحنه و جلوی صحنه وی باشند. فضای مجازی، بدین مفهوم، می‌تواند هم در حکم جلوی صحنه خود و دیگران و هم در حکم پشت صحنه آنها باشد. البته بدیهی است که اجرای نقش‌های گاه متفاوت و رفت‌وآمد مداوم بین پشت صحنه و جلوی صحنه ممکن است تا اندازه‌ای ناپایداری هویت برای کاربر ایجاد کند؛ اما به‌طور کلی، فضای مجازی برای نمایاندن مطلوب خود و شناخت بهتر خود و دیگری در جریان تعاملات مجازی و آشنایی با فرهنگ‌های مختلف در عرصه جهانی، فرصت‌هایی شایسته را در اختیار ما قرار می‌دهد.

با توجه به یافته‌های به‌دست آمده، پاره‌ای پیشنهادهای پژوهشی و کاربردی به‌شرح زیر ارائه می‌شود:

- انجام پژوهش‌های طولی به‌منظور ارزیابی تأثیر فضای مجازی بر روند تحول هویتی نسل جوان در سکونتگاه‌های روستایی؛
- انجام پژوهش‌هایی به روش ترکیبی کمی و کیفی همراه با شیوه‌های مختلف تحلیل محتوا، مصاحبه باز و.... به‌منظور شناخت دقیق مشخصه‌های هویتی جوانان روستایی و به‌ویژه اثرات فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات بر هویت اجتماعی جوانان روستایی؛
- انجام پژوهش‌های عمیق‌تر به‌منظور شناخت متغیرهای مختلف هر کدام از ابعاد مختلف هویت و مقایسه آنها در دو جهان واقعی و مجازی؛
- پذیرش فضای مجازی همانند جهان واقعی و کنش به همان شیوه جهان روزمره و واقعی، با تأکید بر آموزش‌ها و آگاهی‌بخشی‌های لازم در این زمینه به‌ویژه از سوی نهادهای آموزشی، تربیتی و فرهنگی؛ و

- در پایان، نکاتی نیز در زمینه محدودیت‌های پیش رو در پژوهش‌های مشابه به شرح زیر شایان یادآوری است:
- نبود فرهنگ تحقیق در میان جامعه روستایی، که خود باعث پرهزینه شدن پژوهش به لحاظ زمان گردآوری داده‌ها می‌شود؛
 - محدودیت منابع و مقالات به‌ویژه در ارتباط با تفاوت هویت‌ها در دو جهان واقعی و مجازی به دلیل تازه و به‌روز بودن موضوع؛
 - گستردگی و پیچیدگی موضوع بررسی هویت‌های جوانان روستایی در دنیای واقعی و فضای مجازی؛

منابع

1. Abdollahian, H. and Rezanian, A. (2009). "Self" and self-expression in cyberspace: a case study of "club.com" website users. *Quarterly of Cultural Studies and Communication*, 4(13): 11-30. (Persian)
2. Ahmadipour, T. and Haddad Ranjbar, S. (2009). Study of the relationship between internet use and students' identity dimensions in Vali-e-Asr university, academic year 2008-2009. *Quarterly of Cultural Studies and Communication*, 4(13): 79-99. (Persian)
3. Ameli, S.R. (2015). Globalization and the future of simultaneous identities. *Hamshahri Weekly of Kheradnameh*, 26: 10-11. (Persian)
4. Amini Faskhoudi, A. (2011). An analysis on the status of cultural behaviors in rural areas of Iran. *Journal of Rural Research*, 1(3), 53-82. (Persian)
5. Arjmand Siahpoush, E. (2019). Investigating the factors affecting the orientation of virtual social networking among 20-30 year old youth in Andimeshk. *Quarterly Journal of Social Development*, 14(1): 149-174. (Persian)
6. Bagheri Dolatabadi, A. and Zareian Jahromi, F. (2014). The impact of cyberspace on national identity and solidarity. *The Basij Strategic Studies Quarterly*, 16(60): 149-182. (Persian)
7. Bassirian Jahromi, H. and Nahvi Nezamabadi, M. (2017). Semiology of representation elements of online identity: study of highly followed Iranian users on Instagram. *Media Quarterly*, 27(4):, 5-28. (Persian)
8. Bazrafshan, J. and Rafiei, I. (2013). A survey on the effect of cyber media on the rural youth's religious behaviour: a case study of Balarokh sub-

- district of Torbat-Heydariyeh County. *Journal of Educational Psychology Studies*, 10(17): 1-22. DOI: 10.22111/jeps.2013.1443. (Persian)
9. Bell, L. and Trueman, R.B. (2008). Virtual worlds, real libraries: Librarians and educators in Second Life and other multi-user virtual environments. Medford, NJ: Information Today, Inc.
 10. Boroujerdi, M. and Sadigh, A.S. (2017). The effect of virtual space on ethnic and national identity in Iran. *New Media Studies*, 3(12): 88-110. (Persian)
 11. Castells, M. (2010). Information age: economy, society and culture (Vol. 1: The rise of a network society). Translated by A. Aligholian and A. Khakbaz. Tehran: Tarh-e No. (Persian)
 12. Castells, M. (2007). Communication, power and counter-power in the network society. *International Journal of Communication*, 1(1): 238-266.
 13. Dicken, P. (2007). Global shift: mapping the changing contours of the world economy. SAGE Publications.
 14. Dunn, R.A. and Guadagno, R.E. (2012). My avatar and me – Gender and personality predictors of avatar-self discrepancy. *Computers in Human Behavior*, 28(1): 97-106.
 15. Ehyaei, P. (2016). Cyberspace and identity transformations in Iran. Tehran: Parsineh Publishing. (Persian)
 16. Erikson, E.H. (1959). Identity and the life cycle: Selected papers. *Psychological Issues*, 1: 1-171.
 17. Giddens, A. (2009). Modernity and individuality. Translated by N. Movafaghian. Tehran: Nashr-e Ney. (Persian)
 18. Hagger, M.S. and Chatzisarantis, N.L. (2006). Self-identity and the theory of planned behaviour: between- and within-participants analyses. *British Journal of Social Psychology*, 45(4): 731-757.
 19. Heidari Sarban, V. (2019). Examination and analysis of the effects of information and communication technology on social identity of the youth living in Meshgin-Shahr city. *Journal of Geography and Regional Development*, 16(2): 271-300. (Persian)
 20. Karimzadeh, H., Khaleghi, A., Aghayari Hir, M. and Roustaei, Sh. (2017). Quantitative and qualitative analysis of lifestyle changes and their impact on rural community identity (case study: Sina sub-district, Varzaghan County). *Sociology and Life Style Management*, 2(7): 247-294. (Persian)
 21. Khaniki, H. and Babaei, M. (2012). Cyberspace and social networks: concept and functions. *Iranian Association for Information Society Studies (The Information Society)*, 1(1): 71-96. (Persian)

22. Khosravi, A. (2011). Conceptualization of virtual identity in cyberspace. *Rahavard Nour Quarterly*, 32: 6-11. (Persian)
23. Leary, M.R., Wheeler, D.S. and Jenkins, T.B. (1986). Aspects of identity and behavioral preference: studies of occupational and recreational choice. *Social Psychology Quarterly*, 49(1): 11-18.
24. Mann, D.W. (1991). Ownership: a pathography of the self. *British Journal of Medical Psychology*, 64(3): 211-223.
25. McAdams, D.P. and Olson, B.D. (2010). Personality development: continuity and change over the life course. *Annual Review of Psychology*, 61: 517-542.
26. Memar, S., Adlipour, S. and Khaksar, F. (2013). Virtual social networks and identity crisis with emphasis on identity crisis in Iran. *Social Studies and Research in Iran*, 1(4): 155-176. (Persian)
27. Mir-Mohammadi, D. and Sarukhani, B. (2013). The Virtual space and evolution of national identity in Iran (case study: city of Tehran). *National Studies*, 13(52): 3-30. (Persian)
28. Nagy, P. (2010). Second life, second choice? The effects of virtual identity on consumer behavior: a conceptual framework. The Proceedings of FIKUSZ'10 Symposium for Young Researchers.
29. Nayeibi, H. and Mohammadi-Talvar, S. (2013). The effect of life style on social identity: an empirical study of the youth of Sanandaj County. *Iranian Journal of Sociology*, 14(4): 131-152. Available at http://www.jsi-isa.ir/article_20958_a358d439b4c5cd10aec806af5e41d720.pdf. (Persian)
30. Nikkhah Ghamsari, N. and Mansourian Ravandi, F. (2015). The relationship between cyber space and gender identity, case study of the internet users in Kashan, Iran. *Media Studies*, 9(27): 107-120. (Persian)
31. Oppenheim, R. (2007). Actor-network theory and anthropology after science, technology, and society. *Anthropological Theory*, 7(4): 471-493.
32. PDOI (2012). 53% of Iranians are members of at least one social network. Tehran: Passive Defense Organization of Iran (PDOI). Available at www.paydarymelli.ir/fa/news/227. (Persian)
33. Protheroe, C. (2009). Identity formation in contemporary society: the influence of the media on the formation of identity. MA Thesis in Psychology, University of KwaZulu-Natal, Durban. Available at <http://hdl.handle.net/10413/138>.
34. Sahabi, J. and Aghabeygpouri, H. (2010). The impact of cultural dimension of globalization on ethnic identity (case study: Bookan). *National Studies Journal*, 11(41), 135-153. (Persian)

35. Segal, L. (2010). Genders: deconstructed, reconstructed, still on the move. In: *The Sage handbook of identities* (pp. 321-338).
36. Sharifi, S., Rashidpour, A., Talaei, M., Shah-Talebi, B. and Fakouhi, N. (2014). Identity (Issue of identity and life style). Tehran: Office of Cultural Research. (Persian)
37. Stephenson, N. (1992). *Snow crash*. New York, NY: Bantam Books.
38. Stryker, S. and Burke, P.J. (2000). The past, present, and future of an identity theory. *Social Psychology Quarterly* (Special Millenium Issue on the State of Sociological Social Psychology), 63(4): 284-297.
39. Suh, A. (2013). The influence of self-discrepancy between the virtual and real selves in virtual communities. *Computers in Human Behavior*, 29(1): 246-256.
40. Thompson, J.B. (2005). The new visibility. *Theory, Culture and Society*, 22(6): 31-51.
41. Ting-Toomey, S., Yee-Jung, K.K., Shapiro, R.B., Garcia, W., Wright, T.J. and Oetzel, J.G. (2000). Ethnic/cultural identity salience and conflict styles in four US ethnic groups. *International Journal of Intercultural Relations*, 24(1): 47-81.
42. Tubella, I. (2004). Television, the internet, and the construction of identity (Chapter 17). In: M. Castells (Ed.) *The network society: a cross-cultural perspective* (pp. 285-401), Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
43. Vignoles, V.L., Schwartz, S.J. and Luyckx, K. (2011). Introduction: toward an integrative view of identity. In: *Handbook of identity theory and research* (pp. 1-27), Springer.
44. Yee, N., Harris, H., Jabon, M. and Bailenson, J.N. (2011). The expression of personality in virtual worlds. *Social Psychological and Personality Science*, 2(1): 5-12.
45. Zhao, S., Grasmuck, S. and Martin, J. (2008). Identity construction on facebook: digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5): 1816-1836.
46. Zokaei, M.S. and Khatibi, F. (2007). The relationship between internet presence and modern research identity among Iranian young internet users. *Social Science Quarterly*, 33: 111-153. (Persian)

