

الگوهای استفاده از فضای مجازی و ادراک از هویت (خود) در بین دانشجویان (نمونه موردی: دانشجویان خوابگاهی و غیر خوابگاهی دانشگاه فردوسی مشهد)

حسین اکبری^{۱*}، نسرين عربی^۲

۱- دانشیار جامعه شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه فردوسی مشهد

۲- کارشناس ارشد پژوهشگری علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد

چکیده

گسترش فضای مجازی طی چند دهه اخیر توانسته تغییرات زیادی در نوع فعالیت ها، گذران وقت و حتی تصویر افراد از خود ایجاد نماید. فضای مجازی به عنوان فضایی موازی با فضایی واقعی توانسته نقش مهمی در تعاملات اجتماعی روزمره افراد بویژه نسل جوان ایفا نماید. مقاله حاضر در پی بررسی الگوهای استفاده دانشجویان از فضای مجازی و رابطه آن با برداشت دانشجویان از خود و هویت شان است. مطالعه با روش پیمایشی و با نمونه ۹۲۵ نفره از دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد انجام شده است.

نتایج نشان دهد تقریباً تمام دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی عضو هستند، تلگرام و اینستاگرام مهمترین نرم افزار های مورد استفاده توسط آنها می باشد. نتایج نشان داد دانشجویان فعالیت های متنوعی در فضای مجازی انجام می دهند؛ تعاملات اجتماعی و تعاملات علمی مهمترین فعالیت‌هایی است که دانشجویان در فضای مجازی انجام می دهند. همچنین نتایج نشان داد دانشجویان اغلب تمایل به کتمان هویت واقعی خود و عدم ارائه مشخصات واقعی خود در فضای مجازی دارند. همچنین نتایج نشان داد نوع فعالیت هایی که دانشجویان در فضای مجازی انجام می دهند با برداشت آنها از خودشان رابطه دارد. هرچقدر میزان جستجو در احوال شخصی دیگران افزایش پیدا می کند برداشت دانشجویان از خود منفی تر می شود برعکس هرچقدر تعاملات علمی بیشتر می شود برداشت از خود در بین دانشجویان مثبت تر می گردد. مقاله همچنین به بررسی تفاوت این یافته ها در بین دانشجویان خوابگاهی و غیر خوابگاهی پرداخته است.

واژه‌های کلیدی: فضای مجازی، دانشجویان، الگوهای استفاده، هویت، برداشت از خود.

۱- مقدمه و طرح مساله

توسعهٔ عظیم تکنیک‌های ارتباطات الکترونیکی طی چند دهه اخیر، کلیت و کیفیت روش‌های ارتباطات اجتماعی را تغییر داده است. به عنوان مثال می توان به استفاده وسیع از ایمیل، چت، گروه‌های بحث، شبکه های اجتماعی و دیگر روشها در محیط اینترنت اشاره کرد، که این موارد در اندازه‌ای گسترده، سرعت، حجم و سادگی ارتباطات انسانی را افزایش داده است (ممی ۲۰۰۶، ص. ۲۸۸). همچنانکه مک لوهان^۱ (۱۹۶۴) اشاره می کند که «این رسانه است که مقیاس و شکل کنش و ارتباط انسانی را شکل داده و کنترل می نماید» (ماکروسکی ۲۰۰۲، ص. ۱۱۵). در میان این شبکه های اجتماعی مجازی با توجه به بر خورداری از خاصیت یک وسیلهٔ گرم ارتباطی - که امکان ارتباط دو یا چند جانبه را فراهم می نماید- توانسته است در جنبه‌های مختلف ارتباطات انسانی، تغییرات بسیاری ایجاد نماید، همچنانکه نوریس^۲ (۲۰۰۱)

1. MC Luhan

2. Norris

نیز می نویسد: «از آنجایی که میلیون ها انسان در هر ثانیه از روز به اینترنت وصل می شوند، اینترنت با فراهم آوردن سایت های اینترنتی برای تمام علائق، سبک زندگی فردی را تغییر داده است» (گول ۲۰۰۷، ص. ۴). گزارش های ارتباطات جهانی، حاکی از افزایش چشمگیر تعداد کاربران اینترنت، تعداد کامپیوترهای شخصی، مشترکان اینترنت و ... طی چند دهه گذشته است. تغییرات وسیع در سطح جامعه در اثر کاربرد اینترنت در حوزه هایی از قبیل تجارت الکترونیکی، تحصیلات مجازی، تورها و تفریحات مجازی و ... به ویژه بر روی نوجوانان و جوانان بسیار حائز اهمیت است، زیرا کاربران اینترنت و وسایل ارتباطی جدید عمدتاً از این گروه هستند. همچنان که ولاک و همکارانش^۱ (۲۰۰۶) اشاره می کنند؛ «اینترنت به یک عنصر جدایی ناپذیر در زندگی جوانان امروز تبدیل شده است. بسیاری از جوانان از اینترنت به عنوان وسیله ارتباط با دوستان، آشنایی با افراد جدید و سرگرمی استفاده می کنند» (ولز و میچل ۲۰۰۷، ص. ۲۳۵).

همچنان که آمارها نشان می دهند، میزان استفاده روزانه جوانان از اینترنت در کشورهای مختلف افزایش قابل توجهی یافته است، به گونه ای که جوانان ساعت های زیادی از فعالیت روزانه خود را به استفاده از اینترنت و برنامه های مختلف آن اختصاص می دهند. براساس تحقیقی که دانشگاه کالیفرنیا (۲۰۲۰) انجام داده کاربران اینترنت در ایران از سال ۲۰۰۰ تاکنون بیش از ۲۲ هزار درصد در ایران افزایش داشته است و در جمع ۲۰ کشوری که بیشتری کاربران اینترنت را دارند در رتبه ۱۶ قرار گرفته است. بر اساس گزارش های وزات ارتباطات (۱۳۹۹) بیش از ۹۵٪ روستاهای ایران نیز دارای اینترنت شده اند و ضریب نفوذ پهن باند سیار ۹۱٫۷٪ و ضریب نفوذ پهن باند ثابت به میزان ۱۱٫۲۸٪ رسیده است. لذا تعداد زیادی از کنشگران در نقاط گوناگون ایران می توانند به اینترنت دسترسی داشته باشند. از این گذشته در شرایط کنونی استفاده از این فناوری در حوزه آموزش، از ضرورت و لزوم کامل برخوردار است در نتیجه میزان استفاده از این فناوری در این حوزه باز هم بیشتر خواهد شد. این فراوانی کنشگران مصرف کننده در جامعه که بیشتر آنان را جوانان (فروتنی و بحرانی، ۱۳۹۸؛ سوئیر، ۲۰۱۱) تشکیل می دهند از یک سو و اهمیت بحث آموزش کودکان، نوجوانان و جوانان از سوی دیگر توجه به افزایش شناخت و آگاهی از نحوه و الگوهای استفاده کنشگران از شبکه های اجتماعی و مجازی را کاملاً ضروری می کند. به عبارت دیگر راهی را که پژوهشگران آغاز کرده بودند تا در صورت مفید بودن و کارایی بالای موجود در شبکه های مجازی و اینترنتی (حیدری و همکاران، ۱۳۹۵) در آینده از آنها در آموزش های رسمی نیز استفاده شود به یکباره و با سرعتی برق آسا به وقوع پیوست.

بر اساس نتایج بسیاری از پژوهش ها (کانتز و مکوی، ۲۰۱۱؛ روزن و همکاران، ۲۰۱۱؛ حازم راشد، ۲۰۱۵) متغیرهای اعتماد به شبکه های اجتماعی مجازی، میزان صمیمیت و راحتی در این شبکه ها و آزادی در بیان اعتقادات و نگرش ها به صورت کاربران شناخته شده یا ناشناخته از متغیر میزان دسترسی به اینترنت در گرایش کاربران و به ویژه جوانان و دانشجویان مؤثرتر هستند. بر این اساس عدم شناسایی کافی از الگوهای مصرف و در نتیجه مدیریت ناکارآمد در نحوه آگاه سازی و افزایش سواد رسانه ای کاربران می تواند نتایج اسفناکی را به دنبال داشته باشد و رشد و توسعه ای که استفاده از این فناوری ها می تواند برای جامعه ما داشته باشد جای خود را به اضمحلال بافت های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، آموزشی و ... بدهد (مظفری، ۱۳۹۶؛ دوگان، ۲۰۱۵؛ براون و همکاران، ۲۰۰۳؛ کازنو، ۱۳۷۰). از سوی دیگر تجربه نشان داده است که حذف یا سانسور فناوری های نوین در هر جامعه ای نتیجه ای جز تأخیر در توسعه و ایجاد انواع ناهنجاری ها و بی نظمی ها مانند گسترش نارضایتی، گسترش شبکه های زیرزمینی تولید و توزیع و ... ندارد. همانگونه که مک لوهان بیان می کند رسانه های موجود در هر جامعه عصاره های تمدن و ابزار انتقال فرهنگ و تاریخ

¹. Wolak, Mitchell and Finkelhor

هستند که علاوه بر نمایان کردن ماهیت آن جامعه، رابطه مستقیمی با توسعه و پیشرفت آن جامعه دارند. به عقیده او وسایل ارتباطی و رسانه ها در هر زمان و مکان علاوه بر ابزار کار بودن، بسان پیامی هستند که ویژگی ها و خصلت های گوناگون اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... را به عرصه ظهور می رسانند و بر ساخت اجتماعی، الگوهای رفتار، مصرف و سبک های زندگی گوناگون جهت می بخشند و همگام با توسعه دهکده جهانی، مقیاسی برای تعیین میزان توسعه جوامع می شوند (مک لوهان، ۱۳۷۷).

دانشجویان به واسطه جایگاه ویژه خود بعنوان آینده سازان این کشور، قشر مهمی از جامعه را تشکیل می دهند که نقش پررنگی در فضای مجازی ایفا می نمایند. تفاوت دانشجویان خوابگاهی و غیر خوابگاهی به واسطه تفاوت در سبک زندگی آنها می تواند الگوهای متفاوتی از مصرف رسانه ای بویژه در حوزه فضای مجازی ایجاد نماید. بر اساس همین گسترش سریع ارتباطات کامپیوتری از یک سو و صرف وقت فراوان افراد در شبکه های جهانی اینترنت از سوی دیگر، باعث گردیده تا امروزه صحبت از جهان مجازی در کنار جهان واقعی به میان آید (لینچ ۲۰۰۶، رید ۱۹۹۴، دیورگین ۲۰۰۵). جهان مجازی اینترنت دارای ویژگیهای خاصی است و بر افراد کاربر، به ویژه جوانان تأثیرات گوناگونی دارد. از ویژگیهای این جهان مجازی، شکل گیری هویت مجازی و تاثیر آن بر روند هویت یابی دانشجویان می باشد. بر این اساس هدف این مطالعه بررسی الگوهای استفاده از فضای مجازی در میان دانشجویان (به تفکیک دانشجویان غیر خوابگاهی و خوابگاهی) و رابطه این الگوها با برداشت از خود و هویت یابی دانشجویان می باشد.

۲- جوانان، اینترنت و فضای مجازی؛ ملاحظات نظری

در یکی از نخستین کتابها در مورد تجربه های جوانان در محیط های مجازی^۱، دان تاپسکات^۲ (۱۹۹۸) با نگاهی اجمالی به شرایط رشد در محیط دیجیتال، جوانان این عصر را «نسل شبکه^۳» می نامد. او بحث می کند که امروزه جوانان فعالانه از ارتباطات آنلاین استفاده می کنند که این امر به توسعه روشهای جدید یادگیری، زبان نو و ارزشهای جدید دیگری منجر شده است. او چندین مؤلفه که فرهنگ نسل شبکه را مشخص می کند تعیین کرده است: الف. استقلال لجام گسیخته^۴؛ ب. بازبودن فکری و احساسی؛ ج. شمولیت؛ د. بیان آزاد و دیدگاههای محکم؛ ه. نوآوری؛ و. شیفتگی^۵ با بلوغ؛ ز. کنکاش؛ ح. حساسیت به منافع جمعی؛ ط. تصدیق و اعتماد. او سپس اشاره می کند که چگونه جوانان نسل شبکه، به جای از دست دادن مهارتهای اجتماعی، این مهارتها را زودتر از نسل والدین خود بسط می دهند. اینترنت برای آنها تنها یک اسباب بازی جدید خانگی در کنار دوستان و برداران و خواهران نیست. بلکه آنها رسانه جدیدی در اختیار دارند که فراسوی جهان واقعی، به آنها اجازه می دهد، تجربه کنند، درگیر بازی شوند، یاد بگیرند و یا به مرادوات اجتماعی کلی بپردازند (ماکروسکی ۲۰۰۲، ص. ۱۱۱-۱۱۲).

بر اساس همین گسترش سریع ارتباطات کامپیوتری از یک سو و صرف وقت فراوان افراد در شبکه های اجتماعی از سوی دیگر، باعث گردیده تا امروزه صحبت از جهان مجازی در کنار جهان واقعی به میان آید (لینچ ۲۰۰۶، رید ۱۹۹۴، دیورگین ۲۰۰۵). فضای مجازی دارای ویژگیهای خاصی است و بر افراد کاربر، به ویژه جوانان تأثیرات گوناگونی دارد.

^۱ - به پیروی از Gere (۲۰۰۲) در این مطالعه واژه های سایبر، دیجیتال و مجازی بطور مترادف بکار می روند.

^۲. Don Tapscott

^۳. Net Generation

^۴. Fierce Independence

^۵. Preoccupation

۱-۲- فضای مجازی^۱؛ ابعاد و ویژگی‌ها

جهان متشکل از ماده و انرژی اطراف ما ساختاری را تشکیل می‌دهد که انسان و سایر موجودات در آن موضع‌یابی کرده و شناخت از آن را بر اساس عینیات^۲ اطراف قرار می‌دهند. جهان واقعی جهان محسوسات است و شناخت از آن بر اساس حواس پنج‌گانه که دانش محتوایی افراد را تشکیل می‌دهد، میسر است.

همسو با این جهان واقعی، با گسترش اینترنت و رشد نرم افزارهای شبکه‌های اجتماعی مجازی، «جهان مجازی» یا «فضای سایبر^۳» قرار دارد. فضای مجازی قلمرویی است که در آن به‌وسیله طیف‌های الکترومغناطیسی و الکترونیکی، داده‌ها از طریق کامپیوترهای متصل به هم و زیر ساختهای فیزیکی مرتبط، ذخیره، تعدیل و مبادله می‌شوند. این فضا از دهه ۱۹۹۰ مترداف با اینترنت تلقی شد (دایره المعارف ویکی‌پدیا).

در فضای مجازی، «فضا» بیشتر معنی انتزاعی و ریاضی به خود گرفته است. اریک اریکسون^۴ (۱۹۸۵) فضای مجازی را چنین تعریف می‌کند: جهانی جدید و موازی است که به‌وسیله کامپیوترها و خطوط ارتباطی در سراسر جهان خلق و حفظ شده است. ... یک مرحله جدید، یک توسعه جدید و قوی در بسط فرهنگ و تجارت انسانی تحت علامت تکنولوژی (رید ۱۹۹۴). رینگولد^۵ (۱۹۹۹) نیز این فضا را میانجی انسان با کامپیوتر می‌داند (دیورگین ۲۰۰۵، ص. ۲۸). این فضا مکانی است که در آن افراد می‌توانند بسیاری از نابرابریهای جهان واقعی را کنار بگذارند (دایره المعارف رسانه جدید).

اصطلاح مجازی در ۱۹۸۹ به‌وسیله جارون لانیت^۶ مطرح شد. او این مفهوم را چنین توصیف کرده است: «یک بیکرانی امکان... تنها جهان بازی است که تنها [ظرفیت] ذهن می‌تواند آن را محدود کند و به ما این حس را می‌دهد که نامحدود هستیم» (لینچ ۲۰۰۶، ص. ۳۱-۳۰).

فیلسوف فرانسوی، پیر لوی^۷ (۱۹۹۸) در بحثی انتقادآمیز در تعریف‌اش از مجازی آن را نه به‌عنوان یک وضعیت بودن، بلکه آن را یکی از بردارهای اصلی در خلق واقعیت می‌داند. او می‌نویسد: «گره‌های تمایلات، یا نیروهایی که یک وضعیت، اتفاق، عینیت یا هستی را همراهی می‌کند، و یک نتیجه را طلب می‌نماید و آن واقعیت بخشی^۸ است. البته واقعیت بخشی تنها یک مرحله‌ای از پیچیدگی‌ها و تغییر شکل دادن است که مجازی بودن اجازه می‌دهد تا ساخته شود» (لینچ ۲۰۰۶، ص. ۳۲). بنابراین واقعیت مجازی - آن‌گونه که لانیر نیز اشاره می‌کند - یک عمل غوطه‌ور شدن در جهان واقعی است و نه انحلال آن (لینچ ۲۰۰۶، ص. ۳۱).

ویژگی بارز فضای مجازی تجسم مجازی است؛ این مفهوم به فقدان حضور فیزیکی در این جهان اشاره دارد. با حذف فشارهای فیزیکی جسم، اینترنت فرصتی را برای اتکای کامل بر ذهن و تخیل در ساختن هویت مجازی فراهم می‌کند (دایره المعارف رسانه جدید).

1. Virtual World
2. Objects
3. Cyber Space
4. Erik Erikson
5. Rheingold
6. Jaron Laniet
7. Pierre Levy
8. Actualization

به هر حال خصوصیات تکنیکی محیط‌های مجازی اثرات معنی‌داری بر پدیده‌های اجتماعی دارند که این اثرات به روش‌های جدید کنش متقابل و شکل‌گیریهای فرهنگی جدید منجر می‌شود. در جهان مجازی، فقدان حضور فیزیکی واقعی – فاصله‌های فیزیکی بیشتر بین مشارکت کنندگان فردی – باعث ایجاد کدهای رفتاری خاص می‌شود (رید ۱۹۹۴). بر این اساس در دنیای مجازی، فرهنگی ایجاد شده که «فرهنگ سایبر^۱» یا «فرهنگ مجازی» نامیده می‌شود. فرهنگ مجازی، فرهنگی است که با استفاده از کامپیوترها برای ارتباطات، تفریحات، و کسب و کار ظهور کرده و یا در حال ظهور است. فرهنگ مجازی سطوح فرهنگی و اجتماعی تعامل انسان – کامپیوتر را در بر گرفته است (دایره المعارف ویکی‌پدیا). بررسی دیدگاه‌های نویسندگان و محققان نشان می‌دهد که یک دیدگاه مشترک بین آنها وجود دارد و آن اینکه فرهنگ سایبر شامل مرحله‌ای از پیشرفت در فاصله انسان با تکنولوژی است، اگر چه در مورد میزان اهمیت این تغییر ضرورتاً توافقی وجود ندارد (دیورگین ۲۰۰۵، ص. ۳۲).

فرهنگ سایبر در بسیاری از جنبه‌ها، واقعیت اجتماعی را تغییر داده است. بنابراین در مواجهه با این جهان مجازی، ادراک از «خود» نیز دچار تغییر شده است. در این زمینه کندی^۲ (۲۰۰۰) از این ایده حمایت می‌کند که: فرهنگ سایبر روشی جدید برای تغییر در چگونگی خلق و یا درک هویت فردی فراهم ساخته است (دیورگین ۲۰۰۵، ص. ۴۱).

۲-۲- هویت واقعی^۳ و هویت مجازی^۴

در روان‌شناسی، هویت و احساس هویت از مشخصات شخصیت فرد محسوب می‌شود. احساس هویت، عبارت است از احساسی که انسان نسبت به استمرار حیات روانی خود دارد، و همچنین احساس یگانگی و وحدتی که فرد همواره در مقابل اوضاع و احوال متغییر خارج، در حالات روانی خود حس می‌کند. بنابراین از نظر روان‌شناسی، هویت انسان از نوعی ثبات برخوردار است. هویت، زمانی پدید می‌آید که انسان با «غیر^۵» مواجه می‌شود؛ این «غیر» عبارت است از فرد یا جامعه‌ای دیگر، یا به قول روان‌شناسان نقش‌های جدیدی که فرد بر عهده می‌گیرد. هویت، زمانی مطرح می‌شود که انسان خود را با چیز دیگر مقایسه کند (کاردان ۱۳۷۲، ص. ۱۱-۱۲).

بنابراین هویت، تعریفی است که فرد از خود و وجود خود می‌کند و در پی پاسخ به پرسش‌هایی چون «چیستم» و «چه می‌خواهم» است. فرد از طریق هویت به ابعاد شخصیت خود، نوعی هماهنگی و انسجام می‌بخشد و از نظر روانی و رفتاری در زمان و مکان موضع‌یابی می‌کند (حاجیانی ۱۳۷۹، ص. ۱۹۶).

بر این اساس هویت عبارت است از مجموعه خصوصیات و مشخصات فردی و اجتماعی، و نیز احساسات و اندیشه‌های مربوط به آن که فرد آنها را از طریق توانایی کنش متقابل با خود و یافتن تصوراتی از خود به دست می‌آورد و در جواب سوال «من کیستم؟» ارائه می‌دهد.

در جهان فیزیکی، یک هستی قائم به ذات از خود وجود دارد که برای جسم یک تعریف مناسب از هویت فراهم می‌آورد. هنجار «یک جسم، یک هویت» است، هر چند ممکن است این هویت پیچیده و در طول زمان و شرایط تغییر پذیر باشد.

1. Cyberculture
 2. Kennedy
 3. Actual Identity
 4. Virtual Identity
 5. Other

در این جهان جسم یک مرجع ثابت برای هویت فراهم می‌آورد؛ همچنان که سارتر در وجود و هیچ بودن می‌نویسد: «من جسمم هستم تا جایی که من هستم»^۱.

در جهان واقعی، هویت شخص در بستر جامعه و در محدوده محیط اثباتی آن شکل می‌گیرد، و شخص در این بستر و در محدوده شرایط واقعی اقدام به تعریف خود می‌نماید. اما در محیط مجازی، نشانگرهای سنتی هویت از قبیل سن، جنسیت، نژاد، طبقه، گروه و ... رنگ باخته‌اند و تنها با واسطه شناخته می‌شود (ماکروسکی ۲۰۰۲، ص. ۱۱۵). جهان مجازی بیشتر از اطلاعات ترکیب شده تا ماده، اطلاعات در آن گسترش و اشاعه می‌یابند. ساکنان این جهان ناملموس، پراکنده و همچنین آزاد از نشانه‌های جسم یگانه هستند؛ شخص در این جهان می‌تواند شخصیت‌های الکترونیکی بی‌شماری داشته باشد، چون شخص زمان و انرژی لازم برای خلق آنها دارد (دونات ۱۹۹۸).

بنابراین توجه به هویت مجازی، از موضوعات مهم در مباحث مربوط به تأثیرات اجتماعی جهان مجازی است؛ این هویت، موضوعات پیچیده ساخت هویت^۲ و تجسم مجازی^۳ را دنبال می‌کند (دایره المعارف رسانه جدید).

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

- هویت مجازی، سیال و چند پاره است (دیورگین ۲۰۰۵)؛
- هویت مجازی، هویتی اجتماعی است، که کاربران اجتماعات مجازی آن را می‌سازند؛
- افراد جوان در این هویت، عمدتاً "خود را با نامهای غیر واقعی معرفی می‌کنند؛
- هویت مجازی منعطف‌تر از هویت واقعی است؛
- به‌وسیله هویت مجازی، جوانان در بازتعریف خودشان - آنگونه که می‌خواهند - آزاد هستند؛
- جوانان کاربر ممکن است دارای چندین هویت مجازی باشند (دایره المعارف ویکی پدیا).

بل^۴ (۲۰۰۳) معتقد است: خود سیال، چند پاره، و پست مدرن، ظرفیت جدیدی در ساخت یا شکل دادن مجدد عناصر هویت دارد. او می‌افزاید، «ما می‌توانیم بسازیم و دوباره بسازیم کسی را که ما هستیم، آزاد از عینیت‌های زندگی واقعی مان و همه هویت‌سازیهایی که آنها حمل می‌کنند» (دیورگین ۲۰۰۵، ص. ۸).

در عین حال یک هویت مجازی، یک هویت اجتماعی است که کاربران شبکه در اجتماعات مجازی آن را ایجاد می‌کنند، اگر چه بعضی ترجیح می‌دهند از نامهای واقعی خود در محیط مجازی استفاده کنند، اما بیشتر کاربران اینترنت ترجیح می‌دهند خودشان را با اسم مستعار معرفی نمایند.

۲-۳- ساخت هویت در محیط مجازی

گیدنز^۵ در بحث از قابلیت بازتاب و پروژه خود بحث می‌کند که تغییر شکل‌های ساختاری در دوره معاصر - جهانی شدن، سنت زدایی، گسترش ارتباطات - افراد را از قید و بندها رها کرده است و آنها را به بازسازی هویت‌های فردی و جمعی شان توانا ساخته‌است (دیورگین ۲۰۰۵، ص. ۷-۸).

1. Sartre in "Being and Nothingness", "I am my Body to the extent that I am"

2. Identity Construction

3. Virtual Embodiment

4. Bell

5. Giddens

بررسی نظریه‌های مختلف در مورد ارتباطات کامپیوتری، تکنولوژی‌های ارتباطات اطلاعات، تئوری جریان اطلاعات، مجازی بودن و تئوری ساخت فرهنگی، نشان می‌دهد که موقعیت جوان و نوجوان بودن، پتانسیلی برای درک تجارب آنها در محیط مجازی فراهم می‌آورد (لینچ ۲۰۰۶، ص. ۲۹).

تئوری تاریخی، بحث می‌کند هنگامی که جوامع از لحاظ سطح تکنولوژیکی پیشرفته‌تر و از جنبه مادی ثروتمندتر شدند، مقدار انتظارات از جوانان در انطباق با نقش‌های سنتی در جامعه کاهش می‌یابد، و این امر آنها را به جستجو و کندوکاو در زندگی‌شان ترغیب می‌کند (دیورگین ۲۰۰۵، ص. ۴۳).

لوپز مارتینز^۱ (۲۰۰۱) در مورد تأثیرات محیط مجازی در ساخت هویت، قائل به اثرگذاری مثبت این محیط بر روند هویت‌یابی و ساخت هویت جوانان است. به عقیده او:

- اینترنت محیطی برای تعامل افراد با یکدیگر و برقراری ارتباط مهیا می‌کند؛
- اینترنت ظرفیت بیشتری برای همکاری و حتی صمیمیت فراهم می‌کند؛
- اینترنت فرصتی برای درک بهتر افراد فراهم می‌سازد؛
- اینترنت به‌عنوان مسیری برای جستجوی هویت فردی به‌کار می‌رود.

او می‌افزاید خلق هویت، نیازمند عناصر کلیدی تعامل و ارتباط با دیگران است و اینترنت این دو عامل را فراهم می‌آورد. این در حالی است که بعضی فرهنگ‌گراهای سایبر^۲ معتقدند اینترنت نمی‌تواند بطور افراطی جایگزین پایه‌های اجتماعی هویت یا فشارهای متعارف روی تعامل فردی شود. اما باید گفت اینترنت منابعی برای تغییرات - بر اساس فرصت‌های جدیدی که در دسترس قرار می‌دهد- فراهم می‌سازد (دیورگین ۲۰۰۵، ص. ۲).

اینترنت با فراهم آوردن فضاهای فردی (وب سایتها، مجلات آنلاین) و فضاهای اجتماعی (چت‌رمها، گروه‌های علائق ویژه) به جوانان اجازه می‌دهد، تحت پارامترهای متفاوت (گمنامی، اتصال و همبودی^۳) مشارکت نمایند. هنگامی که آنها در تعاملات مجازی درگیر می‌شوند، یک حس فزاینده از قدرت را تجربه می‌کنند (ماکروسکی ۲۰۰۲، ص. ۱۱۳).

این امر به سبب از بین رفتن محدودیت‌های دنیای واقعی در این دنیای مجازی است. آن‌گونه که شیلد^۴ (۲۰۰۰) نیز معتقد است که در هویت مجازی مرزها منحل و فراتر می‌روند: «اینترنت بحرانی از مرزها بین واقعی و مجازی، بین مناطق زمانی و بین مکانها، نزدیک و دور و ... ایجاد کرده است. مرزهای بین جسم‌ها و تکنولوژی‌ها، بین حس‌ها از خود و حس‌ها از نقش‌های در حال تغییرمان» (دیورگین ۲۰۰۵، ص. ۷).

بدون مرزهای فیزیکی، نژادی، قومی، توانایی یا عدم توانایی، جنسیت یا تمایلات جنسی، اینترنت می‌تواند مکانی برای ساختن یک هویت جدید و جایگزین باشد که اغلب در تباین سخت با آنچه در جهان واقعی تصور شده، قرار دارد (دایره المعارف رسانه جدید).

گیل والنن و سارا هلوی^۵ در بررسی روش‌های تعاملی‌ای که کودکان ۱۱-۱۶ ساله در زندگی روزانه‌شان با کامپیوتر از آن استفاده می‌کنند، گزارش داده‌اند که ماهیت گمنامی و ناهمزمانی^۶ اینترنت به کودکان فرصت‌های فراوانی برای ساختن هویت‌های چندگانه و سیال می‌دهد که این هویت‌ها می‌توانند دلخواهی، رها شده، و یا بسط یابند. این خصوصیت

1. Blanca Lopez-Martinez

2. Cyberculturalists

3. Simultaneity

4. Shields

5. Gill Valentine and Sarah Holloway

6. Asynchronous

ارتباطی از طریق کامپیوتر ممکن است جوانان را با خطرات اجتماعی ای مواجه نماید که در جهان واقعی مانند آن وجود ندارد. همچنین آنها اشاره می کنند که حتی این هویت‌های مجازی نیز مشروط به هویت‌های واقعی جوانان و روابط اجتماعی گروه همسالان آنها می باشد (لینچ ۲۰۰۶، ص. ۴۴-۴۳).

در همین رابطه دوریان و ویزنسکی و ریچارد کوین^۱ در مقاله شان در کتاب «ساختن اجتماعات مجازی» هویت مجازی را با تأکید بر مفهوم «ماسک گذاری^۲ هویت» بررسی کرده اند. آنها اشاره می کنند که هر وقت یک شخص در فضای اجتماعی تعامل می نماید، ماسکی از هویت‌اش ترسیم می کند. در محیط مجازی نیز چنین است و حتی به علت آزادی افراد در ساختن نیمرخشان، این امر مشخص تر است زیرا او باید در این محیط به سوالات ویژه ای درباره خود پاسخ دهد (دایره المعارف ویکی پدیا به نقل از مهدوی و اکبری، ۱۳۸۶).

۴-۲- تأثیر هویت مجازی بر هویت واقعی:

والنتین و هلووی^۳ روندهایی را که از طریق آنها جهان مجازی در دنیای واقعی جوانان وارد می شود و هر کدام در بسط هویت جوان موثر هستند، را چنین بیان می کنند: الف. فعالیتهای محیط مجازی، روابط واقعی جوان را در سطح محلی و غیرمحلی حفظ و بسط می دهد؛ ب. اطلاعات گردآوری شده در محیط مجازی در فعالیتهای زندگی واقعی فرد داخل می شوند؛ ج. دوستی‌های ایجاد شده در محیط مجازی شبکه‌های اجتماعی واقعی جوان را گسترش یا از نو شکل می دهد (لینچ ۲۰۰۶، ص. ۴۴).

در اینجا باید به این امر اشاره کرد که ایجاد هویت مجازی به خودی خود مسئله ساز نیست و فرد می تواند به دلایل مختلف اقدام به ساخت هویت مجازی برای خود نماید. البته در دو مورد هویت مجازی می تواند مسئله ساز باشد، اول دلبستگی شخص به هویت مجازی و امتداد این هویت در جهان واقعی؛ دوم سوء استفاده از این هویت مجازی و اعمال فریب با آن.

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

این امر دو پیامد عمده دارد که شامل: اول کاهش روابط اجتماعی در جهان واقعی و در نتیجه انزوای اجتماعی فرد در این جهان؛ دوم افزایش استفاده از اینترنت و در نتیجه احتمال بروز عوارضی از قبیل اعتیاد به اینترنت خواهد شد. جوانی که فاقد یک هویت منسجم و شکل یافته در بستر جامعه واقعی باشد، در تعاملات و روابط خود با دیگران نیز دچار نوعی اختلال می شود، زیرا هویت به شخصیت فرد، انسجام بخشیده و الگوهای رفتاری‌ای را برای او در موقعیتهای خاص ارائه می کند. بنابراین فردی که فاقد هویت واقعی منسجمی باشد، در برقراری ارتباط و تعامل اجتماعی ناتوان

1. Dorian Wiszniewski and Richard Coyne

2. Masking

3. Valentine and Holloway

است و فاقد مهارت‌های اجتماعی می‌باشد و از سوی دیگر ساعات بیشتری را در محیط مجازی و با هویت مجازی‌اش سپری خواهد کرد که این خود خطر افزایش اعتیاد اینترنتی را به دنبال خواهد داشت. از سوی دیگر هر چه فاصله بین هویت واقعی و هویت مجازی جوان بیشتر، و دل‌بستگی‌اش به جهان مجازی‌اش افزون‌تر شود، تنش و تناقضاتی در هویت واقعی فرد بروز خواهد کرد و در نتیجه جوان، دچار نوعی بحران هویت می‌شود که در نهایت منجر به تعارضات شخصیتی شده و به اختلالات رفتاری در دنیای واقعی می‌انجامد. همچنین سیال بودن هویت مجازی و عدم ثبات اجتماعات مجازی، که فرد عضو آنهاست، باعث بی‌ثباتی در هویت‌یابی جوان خواهد شد، که این امر در نهایت می‌تواند به بی‌ثباتی شخصیتی و بی‌ثباتی رفتاری فرد در موقعیتهای گوناگون منجر شود.

مسئله دیگر در مورد هویت مجازی، امکان سوء استفاده از این هویت و اعمال فریب به وسیله آن است. همچنانکه دوناث^۱ اشاره می‌کند: «از آنجایی که در ارتباطات، شناخت هویت افرادی که با آنان ارتباط برقرار می‌شود برای درک و ارزیابی تعامل اساسی است، هویت نقشی کلیدی در اجتماعات مجازی بازی می‌کند» (دوناث ۱۹۹۸). با توجه به ابهام هویت در اجتماعات مجازی، امکان سوء استفاده از این هویت به وسیله افراد وجود دارد، به طوریکه آمارها نشان می‌دهد استفاده از اینترنت آسیب‌هایی از قبیل سوء استفاده از کودکان، آزار و اذیت و ... را به دنبال داشته است (لینچ ۲۰۰۶). بنابراین هویت مجازی و هویت واقعی دارای رابطه‌ای متقابل هستند و با توجه به شرایط هر فرد می‌توانند تأثیرات متفاوتی بر روی هم داشته باشند که این امر می‌تواند تأثیرات شخصیتی و رفتاری برای جوان به همراه داشته باشد.

۳- روش تحقیق:

مقاله حاضر حاصل تحلیل ثانویه داده‌های موج دوم طرح پایش فضای اجتماعی- فرهنگی دانشگاه فردوسی مشهد است. روش تحقیق در این مطالعه با توجه به ماهیت تحقیق و داده‌های مورد نیاز میدانی و از نوع کمی است که با تکنیک پیمایش (زمینه‌یابی) اقدام به گردآوری داده‌ها شده است.

جامعه آماری و حجم نمونه تحقیق: جامعه آماری مطالعه کلیه دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد در سال تحصیلی ۱۳۹۷-۹۸ است.

تعیین حجم نمونه دانشجویان: در طرح پایش فضای اجتماعی- فرهنگی دانشگاه فردوسی مشهد برای برآورد اولیه از فرمول آماری حجم نمونه کوکران استفاده شده است. به این صورت که پس از طراحی پرسشنامه مقدماتی، اقدام به تست اولیه (pretest) گردیده، تا در کنار اصلاح پرسشنامه، و همچنین نتایج تحقیقات گذشته، میزان واریانس (s) متغیرهای مورد نظر در هر حوزه مورد بررسی بدست آید، سپس واریانس بدست آمده همراه با مقادیر دیگر در فرمول کوکران جاگذاری شده تا میزان حجم نمونه تحقیق بدست آید. در مطالعه حجم نمونه تابعی از برآوردهای آماری و محاسبات مربوط به حداقل اندازه نمونه موثر برای هر دانشکده بوده است.

حداقل اندازه نمونه موثر (Effective Sample Size) در هر دانشکده: به منظور انجام مقایسه بین دانشکده‌ها، حداقل اندازه نمونه موثر برای هر دانشکده ۴۰ نفر در نظر گرفته شده است. به این معنا که حتی اگر در برآورد حجم نمونه بر اساس تعداد دانشجویان هر دانشکده، میزان نمونه بدست آمده کمتر از ۴۰ نفر باشد، نمونه تا ۴۰ نفر افزایش خواهد یافت.

¹. Donath

بر اساس روش تعیین حجم نمونه و حداقل اندازه نمونه موثر در هر دانشکده در نهایت ۱۲۰۰ نفر بعنوان نمونه نهایی در نظر گرفته شده است که این میزان به تفکیک دانشکده، جنسیت و مقطع تحصیلی تخصیص یافته و کار گردآوری داده‌ها انجام شده است. با توجه به روش اجرا شده بخش فضای مجازی توسط ۹۲۵ دانشجو تکمیل شده است که مبنای تحلیل در مطالعه حاضر می باشد.

روش نمونه گیری: برای تعیین دانشجویان پاسخگو ابتدا لیست دانشجویان با شماره تماس آنها اخذ و سپس بصورت تصادفی تعداد مورد نیاز دانشجویان استخراج و با تماس با آنها هماهنگی لازم جهت تکمیل پرسشنامه با استفاده از "نرم افزار پایش" فراهم گردید.

۴- ویژگی های دانشجویان پاسخگو:

بررسی مشخصات دانشجویان پاسخگو نشان می دهد ۴۱ درصد دانشجویان پسر و ۵۹ درصد دختر می باشند. سن ۴۱،۷ درصد دانشجویان بین ۲۱ تا ۲۵ سال، ۳۱،۳ درصد کمتر از ۲۰ سال، ۱۶،۳ درصد از ۲۶ تا ۳۰ سال و ۱۰،۷ درصد بیشتر از ۳۱ سال سن دارند. ۷۰،۸ درصد دانشجویان مجرد و ۲۵،۴ درصد متاهل بودند. مقطع تحصیلی دانشجویان نشان می دهد ۵۷،۴ درصد دانشجوی دوره کارشناسی، ۲۸،۷ درصد دانشجوی دوره کارشناسی ارشد و ۱۳،۹ درصد دانشجوی مقطع دکترا بوده اند. همچنین ۲۷،۸ درصد دانشجویان در خوابگاه های دانشگاه فردوسی ساکن بوده و سایر دانشجویان در منزل شخصی، منزل پدری یا منزل استیجاری ساکن بوده اند. ۶۱،۵ درصد دانشجویان بومی محسوب شده و محل سکونت خانواده آنها شهر مشهد می باشد، ۱۶،۴ درصد ساکن سایر شهرستان های استان خراسان رضوی و ۲۲،۲ درصد ساکن سایر استان ها بوده اند.

۵- یافته های تحقیق:

در این بخش یافته های مطالعه در دو قسمت الگوهای استفاده از فضای مجازی و هویت مجازی در بین دانشجویان ارائه خواهد شد.

۵-۱- الگوهای استفاده از فضای مجازی

مطابق با یافته های تحقیق تلگرام با ۹۴،۴ درصد پراستفاده ترین نرم افزار شبکه های اجتماعی می باشد. بعد از تلگرام اینستاگرام با ۶۳،۸ درصد واتساپ ۴۵،۱ به و ایمو با ۳۰،۱ درصد بیشترین استفاده را دارند. بررسی تفاوت بین دانشجویان خوابگاهی با دانشجویان غیر خوابگاهی نشان می دهد که در زمینه استفاده از تلگرام و اینستاگرام تفاوت چندانی بین این دو وجود ندارد ولی دانشجویان خوابگاهی از نرم افزار واتساپ، ایمو و اسکایپ که برای تماس های صوتی و تصویری مورد استفاده قرار می گیرد بیشتر از دانشجویان غیر خوابگاهی استفاده می کند. همچنین تنها ۱،۳ درصد دانشجویان اعلام کردند به هیچ شبکه ای نیستند.

جدول ۱. درصد عضویت دانشجویان در شبکه های اجتماعی مجازی

کل	دانشجویان غیر خوابگاهی	دانشجویان خوابگاهی	
٪۹۴،۴	٪۹۴،۸	٪۹۵،۴	تلگرام
٪۶۳،۸	٪۶۳،۳	٪۶۴،۴	اینستاگرام
٪۴۵،۱	٪۴۳،۰	٪۴۷،۳	واتس آپ
٪۳۰،۱	٪۲۸،۰	٪۳۴،۳	ایمو
٪۱۳،۱	٪۱۲،۸	٪۱۳،۴	فیس بوک
٪۱۰،۴	٪۹،۹	٪۱۱،۳	اسکایپ
٪۱۰،۰	٪۹،۴	٪۱۰،۰	تویتر
٪۸،۸	٪۹،۲	٪۷،۵	گوگل پلاس
٪۸،۴	٪۸،۲	٪۹،۶	لینک دین
٪۵،۶	٪۵،۹	٪۶،۳	سایر
٪۳،۸	٪۴،۴	٪۱،۷	وایبر
٪۱،۲	٪۱،۲	٪۱،۳	این
٪۰،۶	٪۰،۵	٪۰،۸	وی چت
٪۰،۶	٪۰،۵	٪۰،۴	تانگو
٪۱،۳	٪۱،۲	٪۱،۳	عضو هیچ شبکه ای نیستم

بررسی میزان استفاده از شبکه های اجتماعی خارجی در شبانه روز نشان می دهد که به صورت متوسط ۱۰،۵ درصد از دانشجویان کمتر از نیم ساعت در شبانه روز، ۱۷،۶ درصد از نیم تا یک ساعت، ۲۳،۲ درصد از یک تا دو ساعت و بقیه دانشجویان بیشتر از ۲ ساعت از اینترنت استفاده می کنند. مطابق با نتایج تفاوت چندانی بین دانشجویان خوابگاهی و غیر خوابگاهی در متوسط میزان استفاده از شبکه های خارجی در شبانه روز وجود ندارد.

جدول ۲. متوسط میزان استفاده از شبکه های اجتماعی خارجی در شبانه روز در بین دانشجویان

کل	دانشجویان غیر خوابگاهی	دانشجویان خوابگاهی	
٪۱۰،۵	٪۱۱،۲	٪۸،۹	کمتر از نیم ساعت
٪۱۷،۶	٪۱۷،۵	٪۱۷،۹	از نیم تا ۱ ساعت
٪۲۳،۲	٪۲۳،۹	٪۲۰،۰	از ۱:۰۱ تا ۲ ساعت
٪۱۸،۶	٪۱۷،۷	٪۲۱،۳	از ۲:۰۱ تا ۳ ساعت
٪۱۴،۶	٪۱۵،۳	٪۱۳،۲	از ۳:۰۱ تا ۵ ساعت
٪۵،۴	٪۵،۵	٪۶،۴	از ۵:۰۱ تا ۱۰ ساعت
٪۱،۵	٪۱،۵	٪۰،۹	بیشتر از ۱۰ ساعت

همچنین بررسی عضویت دانشجویان در شبکه های اجتماعی مجازی داخلی نشان می دهد که ۳۵،۶ درصد دانشجویان عضو شبکه های اجتماعی داخلی می باشد. تفاوت بین دانشجویان خوابگاهی و غیر خوابگاهی نشان دهد دانشجویان غیر خوابگاهی تمایل بیشتری به استفاده از شبکه های مجازی داخلی دارد. نرم افزار سروش با ۶۷،۸ درصد، بله با ۱۰،۵ درصد و ای تا ۹،۲ درصد بیشترین استفاده را در بین دانشجویان استفاده کننده از شبکه های داخلی دارند.

جدول ۳. وضعیت عضویت در شبکه های اجتماعی داخلی

کل	دانشجویان خوابگاهی	دانشجویان خوابگاهی		
٪۳۵,۶	٪۲۶,۵	٪۳۲,۹	بلی	عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی داخلی
٪۶۴,۴	٪۶۳,۵	٪۶۷,۱	خیر	
٪۶۷,۸	٪۶۷,۳	٪۶۶,۷	سروش	
٪۱,۳	٪۱,۴	٪۱,۴	ویسپی	
٪۱۰,۵	٪۱۲,۰	٪۸,۳	بله	
٪۳,۵	٪۳,۴	٪۱,۴	آی گپ	
٪۳,۰	٪۵,۰	٪۰,۰	بیسفون پلاس	در صورت پاسخ مثبت) در چه شبکه ای؟
٪۱,۰	٪۱,۴	٪۰,۰	پروفایل	
٪۳,۰	٪۰,۰	٪۱,۴	کافه سخن	
٪۹,۲	٪۹,۱	٪۱۲,۵	ایتا	
٪۶,۱	٪۴,۸	٪۸,۳	سایر	
٪۳۰,۶	٪۳۱,۷	٪۳۱,۴	کیفیت پایین فنی این شبکه ها	
٪۲۳,۶	٪۲۳,۰	٪۲۶,۸	احتمال حک اطلاعات شخصی	
٪۲۰,۰	٪۲۰,۰	٪۲۲,۲	احتمال دسترسی سیستم های نظارت و امنیتی به اطلاعات شخصی	
٪۲۷,۷	٪۲۸,۴	٪۳۰,۵	بی اعتمادی به این شبکه ها	دلیل عدم استفاده از شبکه های اجتماعی داخلی
٪۱۲,۹	٪۱۲,۴	٪۱۵,۱	دولتی بودن این شبکه ها	
٪۲۶,۶	٪۲۷,۲	٪۲۵,۹	عدم عضویت سایر دوستان در این شبکه ها	
٪۵,۸	٪۵,۵	٪۷,۵	عدم آشنایی با قابلیت های این شبکه ها	
٪۶,۸	٪۶,۵	٪۷,۵	تبلیغات منفی در مورد این شبکه ها	
٪۷,۲	٪۶,۷	٪۷,۹	سایر موارد	

دلیل عدم استفاده از شبکه های اجتماعی داخلی در بین دانشجویانی که از شبکه های اجتماعی داخلی استفاده نمی کنند، نشان می دهد که کیفیت پایین فنی این شبکه ها با ۳۰,۶ درصد، بی اعتمادی به این شبکه ها با ۲۷,۷ درصد و عدم عضویت سایر دوستان در این شبکه ها با ۲۶,۶ درصد عمده ترین دلایل عدم استفاده از این شبکه ها در بین دانشجویان می باشد.

بررسی میزان کنشگری فعال دانشجویان در شبکه های مجازی نشان می دهد ۲۷,۱ درصد از آنان مدیر کانال یا گروهی در شبکه های اجتماعی می باشد. دانشجویان غیر خوابگاهی کنشگری فعال بیشتری در این حوزه نسبت به دانشجویان خوابگاهی دارد (۲۸,۱ درصد در برابر ۲۵,۳ درصد). دانشجویانی که مدیریت کانال یا گروهی را در شبکه های اجتماعی بر عهده دارند عمدتاً در حوزه علمی و درسی با ۳۱,۱ درصد، خبری و اطلاع رسانی با ۱۷,۸ درصد و تفریحی و سرگرمی با ۱۲,۴ درصد بیشترین فعالیت را دارند. بررسی تفاوت دانشجویان خوابگاهی با دانشجویان غیر خوابگاهی نشان می دهد دانشجویان غیر خوابگاهی در حوزه خبری و اطلاع رسانی بیشتر از دانشجویان خوابگاهی و دانشجویان خوابگاهی در زمینه علمی و درسی و تفریحی و سرگرمی بیشتر از دانشجویان غیر خوابگاهی فعالیت دارند.

جدول ۴. مدیریت کانال یا گروه در شبکه های اجتماعی

کل	دانشجویان غیر خوابگاهی	دانشجویان خوابگاهی		
٪۲۷,۱	٪۲۸,۱	٪۲۵,۳	بلی	آیا مدیر کانال یا گروهی در شبکه های اجتماعی هستید؟
٪۷۲,۹	٪۷۱,۹	٪۷۴,۷	خیر	
٪۱۷,۸	٪۱۹,۶	٪۱۴,۰	خبری و اطلاع رسانی	زمینه فعالیت کانال یا گروه
٪۱,۲	٪۱,۸	٪۰,۰	مطالب و تحلیل سیاسی	
٪۱۲,۴	٪۱۰,۴	٪۱۷,۵	تفریحی و سرگرمی (جک و طنز)	
٪۲,۵	٪۶,۰	٪۸,۸	ورزشی	
٪۳۱,۱	٪۲۸,۸	٪۳۱,۶	علمی و درسی	
٪۲,۹	٪۳,۷	٪۱,۸	آشپزی	
٪۲,۹	٪۲,۵	٪۳,۵	دینی	
٪۰,۴	٪۰,۰	٪۱,۸	جنسی	
٪۵,۰	٪۶,۱	٪۳,۵	اطلاعات عمومی	
٪۲۳,۷	٪۲۶,۴	٪۱۷,۵	سایر	

انواع فعالیت هایی که دانشجویان در فضای مجازی انجام می دهند در جدول (۵) آمده است. آنچنان که میانگین ها نشان می دهد برقراری رابطه با دوستان کنونی در شبکه های اجتماعی با میانگین ۳,۶، رابطه با دوستان قدیمی در شبکه های اجتماعی با میانگین ۳,۳، پیگیری اخبار و وقایع روز در شبکه های اجتماعی با میانگین ۳,۲ و عضویت در گروه های علمی و تخصصی در شبکه های اجتماعی با میانگین ۳,۱ بیشترین فعالیت هایی است که دانشجویان در شبکه های مجازی انجام می دهند.

تحلیل عاملی فعالیت های دانشجویان در فضای مجازی نشان داد این فعالیت ها بر روی شش عامل بار شده اند. جدول (۵) وضعیت فعالیت هایی که این ۵ عامل را ایجاد کرده اند نشان می دهد. بررسی محتوایی فعالیت هایی که این ۶ عامل را ساختند نشان می دهد عامل اول "فعالیت های عمومی" در فضای مجازی را نشان می دهد عامل دوم به فعالیت های "سرگرمی و تفریحی" اشاره دارد. عامل سوم "جستجو در احوال شخصی دیگران"، عامل چهارم "تعاملات علمی" دانشجویان، عامل پنجم به "تعاملات اجتماعی" و عامل ششم به فعالیت های مربوط به "بحث و تبادل نظر" در فضای مجازی اشاره دارد.

جدول ۵. تحلیل عاملی فعالیت های دانشجویان در فضای مجازی

میانگین	عامل ۱	عامل ۲	عامل ۳	عامل ۴	عامل ۵	عامل ۶
۲,۱	۰,۷۱۵					اشتراک گذاری لینک های اینترنتی
۲,۵	۰,۷۰۹					اشتراک گذاری محتوا
۲,۱	۰,۶۲۶					کامنت گذاشتن برای دیگران
۱,۶	۰,۶۲۵					تشکیل گروه یا کانال
۲,۱	۰,۴۹۶					عضویت در گروه های گوناگون
۱,۶	۰,۷۸۹					جستجو برای یافتن دوستان جدید
۱,۶	۰,۷۶۱					ارسال درخواست دوستی
۱,۸	۰,۶۹۴					یافتن دوستان جدید در شبکه های اجتماعی
۱,۵	۰,۵۶۹					بازی آنلاین
۲,۲	۰,۴۷۳					Dislike /like کردن پست ها و نظرات دیگر کاربران

میانگین	عامل ۱	عامل ۲	عامل ۳	عامل ۴	عامل ۵	عامل ۶
تعریف آلبوم جدید و گذاشتن عکس	۱,۷	۰,۴۷۲				
گوش دادن به موسیقی آنلاین	۲,۱	۰,۴۵۵				
به روز رسانی استاتوس شخصی	۱,۸	۰,۴۴۵				
مشاهده پروفایل دیگران و جزییات مربوط به اطلاعات شخصی آنها	۲,۲	۰,۸۵۱				
مشاهده آلبوم ها و عکس های موجود در پروفایل ها	۲,۴	۰,۸۳۱				
جستجو در زندگی شخصی دیگران و کنجکاوی در امور شخصی افراد در شبکه های اجتماعی	۱,۷	۰,۵۴۹				
گذاشتن نظر بر روی عکس های آلبوم	۱,۷	۰,۴۲۸				
ارتباط درسی با اساتید در شبکه های اجتماعی	۲,۶	۰,۷۶۵				
عضویت در گروه های علمی و تخصصی در شبکه های اجتماعی	۳,۱	۰,۵۹۹				
ارتقاء علمی و تبادل علمی با دیگران در شبکه های اجتماعی	۲,۹	۰,۵۶۹				
پیگیری اخبار و رقايع روز در شبکه های اجتماعی	۳,۲	۰,۴۸				
برقراری رابطه با دوستان کنونی در شبکه های اجتماعی	۳,۶	۰,۷۳۳				
رابطه با دوستان قدیمی در شبکه های اجتماعی	۳,۳	۰,۶۸۸				
چت کردن	۳	۰,۵۷۸				
آگاهی از افکار و عقاید دیگران در شبکه های اجتماعی	۲,۳	۰,۶۲۸				
شرکت در مباحثه گروهی و تبادل نظر با دیگران در شبکه های اجتماعی	۲,۵	۰,۶۱۲				
بحث و تبادل نظر	۲,۳	۰,۴۱۲				

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Normalization Method: Varimax with Kaiser Rotation

جدول (۶) میانگین هر کدام از این عامل ها را نشان می دهد. مطابق با جدول تعاملات اجتماعی با میانگین ۵۷,۴۲ و تعاملات علمی با میانگین ۵۰,۵۵ عمده ترین فعالیت هایی است که دانشجویان در فضای مجازی انجام می دهند. تفاوت دانشجویان خوابگاهی با دانشجویان غیر خوابگاهی در این زمینه نشان می دهد که در این دو عامل در تعاملات اجتماعی تفاوت چندانی بین این دو وجود ندارد ولی دانشجویان خوابگاهی تعاملات علمی بیشتری نسبت به دانشجویان غیر خوابگاهی در فضای مجازی دارد. وضعیت سایر فعالیت ها در جدول آمده است.

جدول ۶. میانگین (دامنه ۰ تا ۱۰۰) فعالیت های دانشجویان در فضای مجازی

کل	دانشجویان غیر خوابگاهی	دانشجویان خوابگاهی		
۲۶,۲۹	۲۶,۵۱	۲۷,۶۵	فعالیت های عمومی	عامل ۱
۱۹,۶۳	۱۸,۹۷	۲۲,۳۴	سرگرمی و تفریحی	عامل ۲
۲۷,۵۸	۲۸,۴۷	۲۷,۷۹	جستجو در احوال شخصی	عامل ۳
۵۰,۵۵	۴۹,۳۳	۵۲,۶۲	تعاملات علمی	عامل ۴
۵۷,۴۲	۵۷,۷۰	۵۸,۳۹	تعاملات اجتماعی	عامل ۵
۳۴,۸۴	۳۴,۸۳	۳۶,۵۰	بحث و تبادل نظر	عامل ۶

همچنین وضعیت عامل های مربوط به فعالیت دانشجویان در فضای مجازی بر حسب جنسیت نشان می دهد پسرها فعالیت های عمومی، فعالیت های سرگرمی و تفریحی، تعاملات علمی و بحث و تبادل نظر بیشتری نسبت به دخترها در فضای مجازی انجام می دهند.

جدول ۷. میانگین (دامنه ۰ تا ۱۰۰) فعالیت های دانشجویان در فضای مجازی به تفکیک جنسیت، سن و مقطع تحصیلی

مقطع تحصیلی	سن پاسخگویان				جنسیت پاسخگویان	
	کمتر از ۲۰ سال	از ۲۱ تا ۲۵ سال	از ۲۶ تا ۳۰ سال	بیشتر از ۳۱ سال	پسر	دختر
کارشناسی ارشد	۲۹,۰۲	۲۷,۷۷	۲۲,۴۹	۲۴,۱۳	۲۸,۸۲	۲۵,۵۳
کارشناسی دکتری	۲۲,۰۳	۲۱,۶۷	۱۶,۲۴	۱۳,۵۴	۲۳,۰۰	۱۷,۸۷
فعالیت های عمومی	۳۱,۶۱	۲۹,۷۰	۲۳,۷۰	۲۰,۱۸	۲۷,۶۶	۲۸,۷۳
سرگرمی و تفریحی	۴۷,۹۷	۴۹,۹۴	۵۳,۱۳	۵۴,۰۷	۵۲,۹۷	۴۸,۴۷
جستجو در احوال شخصی	۶۲,۱۶	۵۸,۵۹	۵۳,۶۷	۵۰,۱۵	۵۸,۰۱	۵۸,۰۳
تعاملات علمی	۳۸,۴۶	۳۵,۸۶	۳۰,۵۵	۳۱,۷۰	۳۸,۲۸	۳۳,۳۷
تعاملات اجتماعی						
بحث و تبادل نظر						

همچنین با افزایش سن دانشجویان از فعالیت های عمومی، سرگرمی و تفریحی، جستجو در احوال شخصی، تعاملات اجتماعی و بحث و تبادل نظر در فضای مجازی کاسته می شود و دانشجویان جوان تر این فعالیت ها را بیشتر انجام می دهند و تنها در فعالیت های علمی است که با افزایش سن میزان فعالیت دانشجویان افزایش پیدا می کند که این امر بیشتر تحت تاثیر مقطع تحصیلی دانشجویان می باشد. مطابق با جدول دانشجویان دوره کارشناسی به جز تعاملات علمی در سایر فعالیت ها از دانشجویان ارشد و دکتری فعالیت بیشتری در فضای مجازی انجام می دهند.

۲-۵- هویت مجازی در بین دانشجویان

بررسی کتمان هویت واقعی و ساخت هویت مجازی در بین استفاده کنندگان است شبکه های مجازی نشان می دهد ۸۶,۱ درصد از دانشجویان از اسم واقعی خود در پروفایل استفاده می کنند. همچنین ۵۱,۲ درصد دانشجویان از عکس های شخصی خود در فضای مجازی استفاده می کنند. بنابراین می توان دید ساخت هویت مجازی بویژه عدم نمایش خود واقعی از طریق عکس های شخصی امری رایج در بین دانشجویان می باشد و تقریباً نیمی از آنها از عکس های شخصی خود در شبکه های اجتماعی استفاده نمی کنند. این امر در بین دانشجویان غیر خوابگاهی تا اندازه ای شایع تر از دانشجویان خوابگاهی است.

جدول ۸. درصد استفاده از هویت واقعی در شبکه های اجتماعی مجازی

کل	دانشجویان خوابگاهی	دانشجویان غیر خوابگاهی
فقط دوستانم	۳۸,۵٪	۳۲,۲٪
دوستان دوستانم	۳,۸٪	۲,۲٪
افراد انتخابی	۱۷,۹٪	۱۹,۶٪
همه (عمومی)	۳۹,۷٪	۴۶,۰٪
آیا در پروفایلتان از اسم واقعی خودتان استفاده کرده اید؟	۸۵,۶٪	۸۵,۸٪
بله	۱۴,۴٪	۱۴,۲٪
خیر	۵۴,۲٪	۵۰,۹٪
آیا در پروفایلتان از عکس های شخصی خودتان استفاده کرده اید؟	۴۵,۸٪	۴۹,۱٪
بله	۴۸,۱٪	۴۸,۱٪
خیر		

همچنین نتایج نشان می‌دهد تنها ۳۴٫۵ درصد از دانشجویان اطلاعات شخصی واقعی خود را در پروفایل شان قرار می‌دهند و ۴۱٫۱ درصد به میزان کمی اطلاعات شخصی خود را در فضای مجازی قرار می‌دهد. قرار دادن اطلاعات شخصی واقعی در پروفایل در بین دانشجویان خوابگاهی بیشتر از دانشجویان غیر خوابگاهی (۳۷٫۶ درصد در برابر ۳۴٫۴ درصد). همچنین استفاده از عکس‌های شخصی در گروه یا صفحات شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که نزدیک به ۷۰ درصد از دانشجویان هرگز یا به ندرت این کار را انجام می‌دهند. ۱۰ درصد گاهی اوقات یا همیشه عکس‌های شخصی خود را در صفحات شبکه‌های اجتماعی قرار می‌دهند. تفاوت دانشجویان خوابگاهی و غیر خوابگاهی در این زمینه چندان زیاد نمی‌باشد. این روند در ارتباط با قرار دادن فیلم‌های شخصی در گروه‌های صفحات اجتماعی نیز وجود دارد.

جدول ۹. درصد قرار دادن اطلاعات واقعی از خود در شبکه‌های اجتماعی مجازی

کل	دانشجویان خوابگاهی	دانشجویان غیر خوابگاهی	
٪۱٫۱	٪۱٫۰	٪۰٫۴	اصلاً
٪۲۴٫۷	٪۲۳٫۸	٪۲۵٫۳	خیلی کم
٪۱۵٫۳	٪۱۵٫۸	٪۱۴٫۳	کم
٪۲۴٫۵	٪۲۵٫۰	٪۲۲٫۴	متوسط
٪۲۱٫۰	٪۲۰٫۱	٪۲۴٫۵	زیاد
٪۱۱٫۹	٪۱۲٫۴	٪۱۱٫۸	خیلی زیاد
٪۱٫۶	٪۱٫۹	٪۱٫۳	کاملاً
٪۳۷٫۸	٪۳۸٫۶	٪۳۵٫۲	هرگز
٪۳۲٫۳	٪۳۰٫۶	٪۳۵٫۶	به ندرت
٪۱۹٫۴	٪۲۰٫۰	٪۱۸٫۲	گاهی اوقات
٪۹٫۴	٪۹٫۴	٪۱۰٫۲	اغلب اوقات
٪۱٫۱	٪۱٫۴	٪۰٫۸	همیشه
٪۶۵٫۶	٪۶۴٫۸	٪۶۶٫۲	هرگز
٪۲۳٫۲	٪۲۴٫۱	٪۲۲٫۴	به ندرت
٪۹٫۲	٪۹٫۰	٪۸٫۹	گاهی اوقات
٪۱٫۶	٪۱٫۵	٪۲٫۵	اغلب اوقات
٪۰٫۳	٪۰٫۵	٪۰٫۰	همیشه

تا چه اندازه اطلاعات شخصی واقعی خود را پروفایل‌تان قرار داده‌اید؟

تا چه اندازه عکس‌های شخصی خود را در گروه‌ها یا صفحات شبکه‌های اجتماعی قرار می‌دهید؟

تا چه اندازه فیلم‌های شخصی خود را در گروه‌ها یا صفحات شبکه‌های اجتماعی قرار می‌دهید؟

البته اینکه چرا دانشجویان از اسامی یا عکس‌های واقعی خود در فضای مجازی استفاده نمی‌کنند و اقدام به کتمان هویت یا ساخت هویت‌های مجازی می‌کنند می‌تواند دلایل مختلفی داشته باشد.

۳-۵- نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی و برداشت از خود (هویت)

بررسی رابطه بین انواع فعالیت‌ها در فضای مجازی و تعاریفی و برداشت‌هایی که افراد خود و هویت خود دارند نشان می‌دهد بین انواع فعالیت‌ها در فضای مجازی با تعاریف و برداشت‌های از هویت خود رابطه وجود دارد. هرچند این رابطه نمی‌تواند بعنوان یک رابطه علی تعریف گردد ولی هم‌تغییری این متغیرها می‌تواند نشان‌دهنده وجود رابطه‌ای میان انواع استفاده از فضای مجازی با فرایند ساخت هویت دانشجویان باشد.

مطابق با جدول (۱۰) از میان انواع فعالیت‌ها در فضای مجازی، "جستجو در احوال شخصی دیگران" رابطه منفی قوی‌تری با تعاریف و برداشت‌های دانشجویان از هویت خود دارد. مطابق با نتایج، دانشجویانی که در فضای مجازی زمان بیشتری برای جستجو در احوال شخصی دیگران صرف می‌کنند و به نوعی زندگی دیگران و بازتاب‌های رسانه‌ای آن در فضای مجازی برای آنها اهمیت بیشتری دارد، احساس شادی کمتری داشته خود را افسرده‌تر ادراک می‌کنند، فکر

آسیب زدن به خود در این دانشجویان بیشتر است، مرگ بهتر از زندگی برای آنها تعریف می شود، قادر به تصمیم گیری مناسب در زندگی نیستند، امید به آینده فردی خود در حوزه های مختلف در این دانشجویان کمتر می باشد، خود را کمتر ایرانی و مذهبی می دانند و احساس مفید بودن کمتری نسبت به سایر دانشجویان دارد. همچنین دانشجویانی که فعالیت های سرگرمی و تفریحی بیشتری در فضای مجازی دارند نیز احساس افسردگی بیشتری می کنند، بیشتر به فکر آسیب زدن به خود و مرگ هستند، به ایرانی بودن خود کمتر افتخار می کنند و خود را کمتر مذهبی می دانند و برای خانواده خود را فرد مفیدی ارزیابی نمی کنند.

جدول ۱۰. ضریب همبستگی انواع فعالیت ها در فضای مجازی با برداشت دانشجویان از خود

فعالیت های سرگرمی و تفریحی عمومی	احوال شخصی دیگران	تعاملات علمی	تعاملات اجتماعی	تبادل نظر	بحث و
۰,۰۲۲	-۰,۰۱۱	*-۰,۰۹۱	**۰,۱۳۲	۰,۰۶۸	-۰,۰۲۳
۰,۰۰۴	*۰,۰۹۱	**۰,۱۵۳	-۰,۰۰۶	۰,۰۴۱	۰,۰۵۷
*۰,۰۷۲	**۰,۱۳۷	**۰,۲۰۴	-۰,۰۵۲	۰,۰۳۷	*۰,۰۸۶
۰,۰۵۵	**۰,۱۱۸	**۰,۱۵۲	-۰,۰۳۲	۰,۰۳۹	۰,۰۰۷
۰,۰۰۵	-۰,۰۵۹	**۰,۱۶۲	**۰,۱۱۴	-۰,۰۲۲	-۰,۰۵۹
۰,۰۰۵	**۰,۱۱۰	**۰,۲۰۰	-۰,۰۷۰	۰,۰۲۳	*۰,۰۷۷
۰,۰۳۴	*-۰,۰۸۲	*-۰,۱۰۶	**۰,۱۰۲	-۰,۰۲۶	-۰,۰۴۹
۰,۰۴۲	-۰,۰۵۴	*-۰,۰۸۴	*۰,۰۸۶	۰,۰۳۴	-۰,۰۱۱
۰,۰۲۷	-۰,۰۳۷	-۰,۱۲۵	**۰,۱۸۵	۰,۰۲۱	-۰,۰۰۷
-۰,۰۴۴	**۰,۱۲۳	*-۰,۰۷۲	۰,۰۵۹	-۰,۰۴۹	-۰,۰۳۳
-۰,۰۲۲	**۰,۰۹۴	*-۰,۰۷۰	۰,۰۰۵	**۰,۰۹۸	*-۰,۰۷۳
**۰,۱۲۷	۰,۰۰۸	**۰,۱۱۷	**۰,۲۴۵	۰,۰۵۲	۰,۰۴۶
-۰,۰۲۶	*-۰,۰۷۹	*-۰,۱۱۶	۰,۰۶۱	۰,۰۴۷	*-۰,۰۷۱

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). **
 significant at the 0.05 level (2-tailed) Correlation is *.

از سوی دیگر دانشجویانی که تعاملات علمی بیشتری در فضای مجازی دارند با نشاط تر بوده، برای زندگی خود بهتر تصمیم می گیرند، دارای احساس امیدواری و مفید بودن بیشتری هستند. سایر روابط در جدول آمده است. همچنین بررسی رابطه بین فعالیت ها در فضای مجازی با برداشت از خود در بین دانشجویان خوابگاهی و غیر خوابگاهی نشان می دهد فعالیت هایی که مربوط به جستجو در احوال شخصی دیگران می باشد رابطه قوی تری با برداشت ها از خود در بین دانشجویان خوابگاهی نسبت به دانشجویان غیر خوابگاهی دارد. آن چنان که ملاحظه می شود ضرایب همبستگی در بین دانشجویان خوابگاهی قوی تر و بیشتر می باشد. از سوی دیگر فعالیت های سرگرمی و تفریحی و تعاملات علمی رابطه قوی تری با مولفه های برداشت از خود در بین دانشجویان غیر خوابگاهی نسبت به دانشجویان خوابگاهی دارد.

جدول ۱۱. ضریب همبستگی انواع فعالیت‌ها در فضای مجازی با برداشت دانشجویان از خود به تفکیک دانشجویان خوابگاهی و غیر خوابگاهی

دانشجویان غیر خوابگاهی			دانشجویان خوابگاهی			
سرگرمی و تفریحی	جستجو در احوال شخصی علمی	تعاملات	سرگرمی و تفریحی	جستجو در احوال شخصی علمی	تعاملات	
۰,۰۰۶	*-۰,۱۳۷	*۰,۱۶۶	-۰,۰۰۹	-۰,۰۷۱	*۰,۱۱۵	من در هر حال فردی شاد و با نشاط هستم
۰,۱۰۱	**۰,۲۱۵	۰,۰۴۱	*۰,۰۹۱	**۰,۱۳۰	*-۰,۰۹۷	من فردی افسرده هستم، اما چیز مهمی نیست
۰,۱۲۷	**۰,۲۷۷	۰,۰۰۵	**۰,۱۳۸	**۰,۱۷۶	-۰,۰۰۸	فکر آسیب زدن به خودم گاهی به ذهنم خطور می‌کند، اما هیچگاه آنرا عملی نمی‌کنم
۰,۱۰۶	*۰,۱۵۴	-۰,۰۴۶	**۰,۱۱۴	**۰,۱۵۲	-۰,۰۳۲	اغلب اوقات حس می‌کنم مرگ بهتر از این زندگی است
-۰,۱۱۲	**۰,۳۱۳	۰,۱۰۵	-۰,۰۳۷	*-۰,۰۹۷	**۰,۱۱۶	من به خوبی می‌توانم تصمیم بگیرم و عمدتاً به خوبی به آن عمل می‌کنم
**۰,۱۹۵	**۰,۳۳۲	۰,۰۰۸	۰,۰۷۱	**۰,۱۵۰	*-۰,۱۰۵	من به خوبی نمی‌توانم تصمیم بگیرم
-۰,۰۰۹	*-۰,۱۳۹	۰,۰۳۹	-۰,۰۸۲	*-۰,۰۹۵	**۰,۱۲۷	امید به آینده تحصیلی خود
-۰,۰۳۷	-۰,۰۹۷	۰,۰۲۳	-۰,۰۵۸	-۰,۰۸۱	**۰,۱۱۴	امید به آینده کاری خود
-۰,۰۶۸	**۰,۲۱۰	*۰,۱۶۸	-۰,۰۲۴	*-۰,۰۹۵	**۰,۱۹۱	امید به پیشرفت علمی شخصی
**۰,۱۹۵	*-۰,۱۴۵	۰,۰۶۵	*-۰,۰۹۸	-۰,۰۴۹	۰,۰۴۴	افتخار به ایرانی بودن
-۰,۰۶۵	-۰,۰۸۹	۰,۰۱۱	*-۰,۱۰۶	-۰,۰۰۷	-۰,۰۰۱	مذهبی دانستن خود
۰,۰۶۳	*-۰,۱۴۰	**۰,۳۱۲	-۰,۰۲۸	*-۰,۰۹۹	**۰,۲۲۲	مفیدی بودن برای دانشگاه
-۰,۰۵۶	-۰,۰۷۹	۰,۰۹۴	-۰,۰۸۲	**۰,۱۲۴	۰,۰۵۹	مفیدی بودن برای خانواده

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

۶- نتیجه گیری:

رشد تکنولوژی‌های ارتباطی، به‌ویژه اینترنت، دنیای جدیدی را به‌وجود آورده و جهانی موازی با جهان واقعی ایجاد کرده است که تاثیر بسیاری بر جنبه‌های مختلف زندگی بویژه برای جوانان و نسل جدید داشته است. نتایج تحقیق نشان داد تقریباً تمام دانشجویان عضو شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند. در این بین شبکه‌هایی که برای تبادل و تعامل اجتماعی بین افراد طراحی شده و کاربردی چندجانبه دارند مانند تلگرام، بیشتر مورد اقبال دانشجویان می‌باشد. همچنین فضاهایی مانند اینستاگرام به واسطه جذابیت‌های بصری مورد توجه تقریباً دو سوم دانشجویان می‌باشد. همچنین دانشجویان خوابگاهی به منظور ارتباط با والدین خود و دوستانشان نسبت به دانشجویان غیر خوابگاهی بیشتر از شبکه‌هایی که برای تماس صوتی و تصویری طراحی شده‌اند، استفاده می‌کنند. همچنین نتایج نشان داد نزدیک به ۴۰ درصد از دانشجویان زمانی بیش از دو ساعت را در شبانه روز در فضای مجازی بسر می‌برند که نشان دهنده گذران زمان زیادی در این فضا از سوی دانشجویان می‌باشد.

همچنین حضور دانشجویان در فضای مجازی نشان داد که تقریباً یک چهارم دانشجویان به شکل فعالی در فضای مجازی فعال بوده و در تولید و انتشار محتواهای علمی، خبری و سرگرمی مشغول می‌باشند. نتایج نشان داد فضای مجازی برای دانشجویان فضایی برای تعاملات اجتماعی و تعاملات علمی است و جنبه‌های سرگرمی و تفریحی نسبت به تعاملات اجتماعی و علمی به میزان کمتری مورد استفاده دانشجویان قرار می‌گیرد. همچنین نتایج نشان داد که استفاده از فضای مجازی در بین دانشجویان با توجه به ویژگی‌های جنسی، سنی، مقطع تحصیلی، نوع رشته و غیره تفاوت دارد.

نتایج نشان داد که فضای مجازی برای برخی از دانشجویان فضایی برای ساخت هویت های مجازی و عدم نمایش خود واقعی آنهاست. البته اینکه آیا فضای مجازی چالش هایی برای استفاده از هویت واقعی برای افراد ایجاد کند و یا دانشجویان تمایل به استفاده از هویت واقعی خود ندارند و خواهان استفاده از هویت های مجازی هستند، نیاز به بررسی بیشتری دارد ولی با این حال می توان دید با توجه به اینکه بیشتر فعالیت های دانشجویان از نوع تعاملات اجتماعی و تعاملات علمی است کمتر نیاز به کتمان هویت در بین آنها وجود دارد. با این حال دانشجویان چندان تمایلی به ارائه هویت واقعی خود در فضای مجازی ندارند. در حقیقت در نتیجه توسعه فضای مجازی، دانشجویان می توانند هویتی مجازی برای خود تعریف کنند که فارغ از محدودیت های جهان واقعی باشد. این هویت های مجازی در اجتماعات مجازی و در روند تعاملات محیط مجازی شکل می گیرند که منعطف تر و سیال تر از هویت واقعی می باشند. دانشجویان در این هویت فارغ از محدودیت های جسم فیزیکی و محیط اثباتی پیرامون خود اقدام به تعریفی از خود می کنند که می تواند از هویت واقعی اش دور و یا نزدیک باشد و با این هویت در تعاملات جهان مجازی مشارکت نماید.

مسئله مهم دیگری که نتایج نشان داد، رابطه ای است که بین انواع فعالیت هایی که دانشجویان در فضای مجازی انجام می دهند با برداشت از خود یا فرایند ساخت هویت در آنها دارد. به صورت کلی دانشجویانی که در فضای مجازی در جستجوی تصاویر ایده آل از دیگران هستند و توجه بیشتری بر نمایش زندگی و فعالیت های سایرین دارند، تصویر منفی تری از خود، از آینده و نقش خود در جامعه دارند. این امر نشان می دهد دانشجویانی که تمایل به پیگیری احوالات شخصی افراد معروف و سلبریتی ها دارند تصویر منفی تر از خود نشان می دهند. از سوی دیگر دانشجویانی که بیشتر از فضای مجازی برای تعاملات علمی استفاده می کنند تصویر مثبت تری از خود دارد. بنابراین می توان دید نوع استفاده از فضای مجازی با تصویری که افراد از خود و هویت خود دارند رابطه داشته و می تواند در شکل دهی به هویت افراد موثر باشد. شدت بیشتر این رابطه در بین دانشجویان خوابگاهی مساله ای است که می تواند در برنامه ریزی برای افزایش سلامتی روانی و اجتماعی آنها مورد توجه قرار گیرد.

منابع

- اکبری، حسین. (۱۳۹۸). طرح پایش فضای اجتماعی فرهنگی دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد (موج دوم). معاونت فرهنگی، اجتماعی و دانشجویی دانشگاه فردوسی مشهد.
- اکبری، شیماء؛ ملکیان، نازنین (۱۳۹۵)؛ عوامل اجتماعی موثر برگرایش دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی تهران شرق به شبکه های اجتماعی مجازی؛ پژوهش اجتماعی، شماره ۳۰؛ ۱۴۳ - ۱۶۸.
- حاجیانی، ابراهیم. (۱۳۷۹)، «تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه»، فصلنامه مطالعه، سال دوم، شماره ۵، ۱۹۳ - ۲۲.
- حیدری، حامد؛ البرزی، محمود؛ موسی خانی، مرتضی (۱۳۹۵)، عوامل موثر بر ترغیب دانشجویان به استفاده از شبکه های اجتماعی به عنوان یک شبکه آموزش مجازی؛ تعامل انسان و اطلاعات، شماره ۱۰ (علمی-پژوهشی)، ۵۶ - ۶۸.
- عبداللهی، محمد. (۱۳۷۴)، «بحران هویت جمعی و دینامیسم و مکانیزم تحول آن در ایران و تاثیر آن بر دینامیسم مبادله فرهنگی ایران و جهان»، نامه پژوهش، شماره ۲ و ۳.
- فروتنی، زهرا؛ بحرانی، عطیه (۱۳۹۸)، سنجش تاثیر شاخصهای روانی و عملکردی بر تمایل دانشجویان به استفاده از شبکه های اجتماعی، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، شماره ۳۱، ۲۳۱ - ۲۵۰.

کازنو، ژان (۱۳۷۰)؛ جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران، اطلاعات.
گل محمدی، احمد. (۱۳۸۰)، «جهانی شدن و بحران هویت»، فصلنامه امنیت ملی، سال سوم، شماره ۱۰، از ۱۴ - ۲۰.
مظفری، محمد مهدی (۱۳۹۶)؛ فرهنگ سازی استفاده بهینه از اینترنت (شبکه اجتماعی) و جلوگیری از آسیب های آن در بین دانشجویان دانشگاه های علمی و کاربردی شهر قزوین، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، شماره ۲۳، ۱۴۳ - ۱۵۸.
مک لوهان، مارشال (۱۳۷۷)؛ برای درک رسانه، ترجمه سعید آذری، تهران، مرکز تحقیقات و مطالعات و سنجش برنامه های صدا و سیما.
مهدوی، محمد صادق؛ اکبری، حسین. (۱۳۸۶). هویت یابی جوانان در محیط های مجازی، مطالعات میان فرهنگی پاییز و زمستان ۱۳۸۶ - شماره ۵؛ ۱۵ - ۳۶.

Rosen.D. George A. J. Hyun Kim (2011). Social networks and online environments: when science and practice coevolve. *Socent Journal of Business and Retail Management Research*. 1(1):27-42.

Borowski E. J.(1976), "Identity and Personal Identity", *Mind*, New Series, Vol. 85, No. 340. pp. 481-502.

Braun A, et al, 2003, *Healthcare Technologies Road mapping: The Effective Delivery of Healthcare in the Context of an Ageing Society* (HCTRM), Spain, European Commission.

Donath Judith S. (1998), "Identity and Deception in the Virtual Community", in Kollock, P. and Smith M. (eds). *Communities in Cyberspace*, London: Routledge.

Duggan, M, 2015, *Mobile Messaging & Social Media 2015*, Washington DC: Pew Research

Durgin, Janet K. (2005), *Identity imprints of Web opacity: An ethnographic study of virtual anonymity and identity compromise within the World Wide Web environment*, Capella University.

Gunnell, Martin J.(2007), *Global cultural values change and the relationship with telecommunications change: A longitudinal analysis*, Capella University

Hazem Rasheed, G (2015) Fast-food advertising in social media. A case study on Facebook in Egypt, *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, 9(1): 52-63.

Konetes. G & Mckeague. (2011). The effects of social networking sites on the acquisition of social capital among college students: A pilot study, *Global Media Journal*. 1-10. (18)11.

López-Martínez Blanca. (2001), *Identity in Cyberspace*, available at: mathstar.nmsu.edu/educ621/blanca2001.html. (December 2007)

Lynch, Dianne. (2006), *Rehearsing the real: Children's identity development in virtual spaces*, McGill University.

M/Cyclopedia of New Media. *Sexual Identity Online*, available at: wiki.media-culture.org.au/index.php/Sexual_Identity_Online. (December 2007)

Maczewski, Mechthild. (2002), “Exploring identities through the Internet: Youth Experiences Online”, *Child and Youth Care Forum*, 31 (2), pp. 111-129.

Memmi Daniel. (2006). “The nature of virtual communities”, *AI & Soc*, 20 pp: 288–300

Reid Elizabeth, (1994), *Cultural Formations in Text-Based Virtual Realities*, available at: www.ludd.luth.se/mud/aber/articles/cult-form.thesis.html. (December 2007)

Rieber Steven. (1998), “The Concept of Personal Identity”, *Philosophy and Phenomenological Research*, Vol. 58, No. 3. pp. 581-594.

Suir. N. (2011). The impact of social media on inter-cultural adaptation. *NASPA Journal*, 45(1), 1–25.

Turkle Sherry. (1994) “Constructions and Reconstructions of Self in Virtual Reality”, *Mind, Culture, and Activity*, 1, 3. Pp: 158-167

Turkle Sherry. (1999), “Cyberspace and Identity”, *Contemporary Sociology*, Vol. 28, No. 6. pp. 643-648.

Wells Melissa and Kimberly J. Mitchell. (2007) “Youth Sexual Exploitation on the Internet: DSM-IV Diagnoses and Gender Differences in Co-occurring Mental Health Issues”, *Child and Adolescent Social Work Journal*, Vol. 24, No. 3. Pp: 235-260

Wikipedia, the free encyclopedia. *Cyberculture*, available at: en.wikipedia.org/wiki/Cyberculture. (December 2007).

Wikipedia, the free encyclopedia. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, available at: [Http://en.wikipedia.org/wiki/Life_on_the_Screen](http://en.wikipedia.org/wiki/Life_on_the_Screen). (December 2007)

Wikipedia, the free encyclopedia. *Online identity*, available at: en.wikipedia.org/wiki/Online_identity. (December 2007).