

شبکه اجتماعی فیس‌بوک و شکل‌گیری هویت بازانديشانه در بين

دانشجویان دانشگاه تبریز

صمد عدلی‌پور[✉]، دکتر بهجت یزدخواستی*، فائزه خاکسار**

چکیده

حضور در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی همچون فیس‌بوک، بنا بر ویژگی‌ها، امکانات و کارکردهای خاص این فضا و با عنایت به وضعیت اجتماعی، سیاسی، فرهنگی جوانان در کلان‌شهرهای در حال گذار، تأثیرات عمیقی بر جنبه‌های مختلف هویت و به تبع آن، سبک زندگی کاربران ایرانی بویژه دانشجویان، به مثابه بزرگ‌ترین طیف مخاطبان و فعالان این فضا، می‌گذارد. از این رو، مقاله حاضر، رابطه حضور و تعامل در شبکه اجتماعی فیس‌بوک را با هویت بازانديشانه دانشجویان مورد مطالعه قرار داده است. این پژوهش، به روش پیمایشی و از طریق نمونه‌گیری طبقه‌بندی انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش را دانشجویان کاربر فیس‌بوک دانشگاه تبریز در سال تحصیلی ۹۲-۱۳۹۱ تشکیل داده و حجم نمونه ۴۲۴ نفر برآورد شده است. یافته‌های پژوهش حاکی از آنند که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت، نوع استفاده و نوع امکانات و قابلیت‌های شبکه اجتماعی فیس‌بوک رابطه معنادار مثبتی وجود دارد.

کلید واژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی مجازی، فیس‌بوک، هویت، هویت بازانديشانه

مقدمه و بیان مسئله

فرایند نوسازی و جهانی‌شدن از طریق فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، دگرگونی‌های عمیقی را در زندگی بشر به وجود آورده است. امروزه، کمتر جامعه‌ای را می‌توان یافت که از پیامدهای این فرایندها بی‌نصیب مانده باشد. تحولات ایجاد شده، نه تنها زندگی مادی، بلکه ابعاد غیرمادی را نیز تحت تأثیر خود قرار داده است. فاصله گرفتن انسان‌ها از منابع هویت‌ساز سنتی و روی آوردن به شیوه‌های جدید زندگی و تفکر، از جمله عواملی است که انسان‌ها را در تعریف کیستی خود، دچار شک و تردید می‌کند. در واقع، یکی از جنبه‌های مهمی که از فناوری‌های اطلاعاتی - ارتباطی جامعه اطلاعاتی تأثیر می‌پذیرد، هویت است.

هویت، به عنوان یکی از منابع شناخت، از مسائل مهم جوامع بشری است. بدون تردید می‌توان گفت که هویت‌یابی از نیازهای روانی انسان و پیش‌نیاز هر گونه زندگی جمعی است. منابع شکل‌دهنده هویت در جوامع گذشته، از قبل تولد مشخص بود و هویت افراد بیشتر جنبه انتسابی داشت؛ این امر باعث می‌شد که افراد جامعه از لحاظ هویت‌یابی چندان دستخوش تغییر و دگرگونی نشوند. در واقع در گذشته، مکان نقش‌کلیدی در خلق هویت اجتماعی افراد داشت؛ چرا که آنان در محیط‌های کوچک و بسته زندگی می‌کردند و هویت اجتماعی هر یک، در ارتباط رو در رو با اطرافیان، در یک محیط ثابت شکل می‌گرفت. افراد کمتر با دنیای خارج ارتباط داشتند و سنت‌های بومی - محلی بخش اعظم هویت آنان را شکل می‌داد. اما به دنبال مدرنیته و ظهور فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، نقش مکان در شکل‌دهی به هویت بسیار کم‌رنگ شد؛ زیرا رسانه‌ها و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی می‌توانند فرد را از مکان خود او جدا کنند و به جهان پیوند بزنند. در نتیجه، افراد با منابع هویت‌یابی متکثری رو به رو هستند و هویت‌یابی شکلی غیرمحلی و جهانی پیدا کرده است. با این حال، امروزه، ظهور اشکال جدید ارتباط این امکان را فراهم آورده است که ارائه اطلاعات در بیان خود، به شیوه انتخابی‌تری صورت گیرد.

بر این اساس، می‌توانیم با تکیه بر وسایل ارتباطی جدید، هویت، ویژگی‌های شخصیتی و دیگر عناصر مهم در ارتباطات و تعاملات اجتماعی را آن‌گونه که می‌خواهیم، نه آن‌گونه که هستیم، ارائه دهیم. برای مثال، در شبکه‌های اجتماعی مجازی، فرد این امکان را می‌یابد که هویت کاملاً جدید و گاه متعارضی از خود به نمایش گذارد و جنس،

سن، علایق، پایگاه اجتماعی - اقتصادی، محل سکونت، زبان و حتی تصویر ویژگی‌های ظاهری خود را متفاوت از آنچه هست، ارائه کند.

جامعه ایران نیز چندی است که علاوه بر گسترش فراگیر رسانه‌های همگانی (تلویزیون، رادیو و مطبوعات) ارتباطات برون مرزی را از طریق اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی همچون فیس‌بوک^۱ تجربه می‌کند. این فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، با دارا بودن توأمان ویژگی‌های رسانه‌های سرد و گرم، امکان همزمان ارتباط دیداری، شنیداری، گفتاری و نوشتاری را به کاربران می‌دهند. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی با برخورداری از قابلیت ارتباط دو سویه، امکان برقراری ارتباط آزاد، ایمن و گمنام با افراد مختلف از هر قشر، نژاد، قومیت، ملیت و مذهب را برای کاربران فراهم می‌کنند و همین امر زمینه‌ساز شکل‌گیری جهان جدیدی به موازات جهان واقعی می‌شود که از آن به «جهان مجازی» یاد می‌کنند. کاربران و مخاطبان بر اساس اولویت‌های خویش، وارد جهان مجازی می‌شوند و رفتار و تعامل خود را در آن شکل می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران به دلیل کم‌رنگ بودن کارکردهای اقتصادی و تجاری آنها، فضایی بیشتر با رنگ و بوی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی دارند. کاربران ایرانی بویژه جوانان به دلیل موانع و محدودیت‌های موجود در شرایط عینی و ذهنی زندگی خود و گسترش تعامل با دیگرانی که امکان برقراری کنش متقابل با آنان در دنیای واقعی بسیار اندک یا پرهزینه (چه از لحاظ اجتماعی، سیاسی یا حتی اقتصادی) است، به فضای مجازی روی می‌آورند و در پی جبران فقدان جامعه مدنی گسترده، حوزه عمومی مستقل از دولت و کم‌رنگ بودن گسترده مشارکت اجتماعی در دنیای واقعی و نیز به منظور دستیابی و تأمین نیازهای مغفول مانده در دنیای واقعی و همچنین کسب تجربه‌های جدید و فرصت‌های بیشتر، زیستن در این فضا را به طور نیمه فعال یا فعال تجربه می‌کنند؛ این تجارب، بسته به میزان عمق و وسعت‌شان موجب بازاندیشی در هویت جوان ایرانی و متزلزل شدن جدی فراروایت‌های موجود در اذهان آنان می‌شود و دستیابی به هویتی مدرن و بازاندیشانه را با وجود شرایط حاکم بر زندگی آنان، برایشان فراهم می‌آورد. در برخی موارد نیز با کشیده شدن دنباله و تبعات زیستن و تعامل در این فضا به دنیای واقعی هر روزه جوانان، سبک زندگی آنان به طور ملموس و در سطحی انضمامی تغییر می‌کند (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵، صص ۱۱۶-۱۱۵).

1. facebook

با توجه به اقبال روزافزون اقشار مختلف جامعه و بویژه جوانان و دانشجویان به شبکه‌های اجتماعی مجازی، در پژوهش حاضر، از میان اقشار گوناگون جامعه، قشر جوان دانشجویی برای بررسی موردی انتخاب و اطلاعات مورد نیاز پژوهش از آنها جمع‌آوری شده است. انتخاب دانشجویان از دو نظر اهمیت داشته است:

اولاً، بر اساس آمارهای موجود، ضریب نفوذ اینترنت در میان کل جمعیت ایران حدود ۳۰ درصد است، حال آنکه همین نسبت، در میان دانشجویان به بیش از ۵۰ درصد می‌رسد (کرم‌الهی، ۱۳۹۰، ص ۱۸).

ثانیاً، بیشتر دانشجویان در گروه سنی هیجده تا سی سال یعنی دوران هویت‌یابی قرار دارند و به همین دلیل، در برخورد با پیام‌های رسانه چند بعدی اینترنت و فضای حاکم بر فضای مجازی شبکه اجتماعی فیس‌بوک، بیشترین تأثیرات را دریافت می‌کنند. به همین دلیل، مطالعه آثار و پیامدهای شبکه اجتماعی فیس‌بوک در بین دانشجویان می‌تواند تصویری از وضعیت آینده سایر اقشار را در برخورد با این پدیده نوظهور و به سرعت رشدیابنده هزاره سوم، ترسیم کند. بر مبنای این فرض، رابطه استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک با شکل‌گیری و رشد هویت بازاندیشانه در میان دانشجویان دانشگاه تبریز بررسی شده است.

مروری بر پیشینه پژوهش

پیشینه پژوهش شامل پژوهش‌های مختلفی است که هر کدام مبحثی را در مورد این مسئله مورد بررسی قرار داده‌اند. این مباحث از بعضی جهات دارای نکات مثبت و مهمی هستند. زیرا هر کدام از آنها به موضوعات و مباحث مختلفی در خصوص آثار و پیامدهای فضای مجازی بر ابعاد گوناگون هویت اشاره دارند. اما مسئله اینجاست که بیشتر پژوهش‌های داخلی، فقط به تأثیر و پیامدهای اینترنت در خصوص هویت پرداخته‌اند و پژوهش مهمی در زمینه پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی صورت نگرفته است. پژوهش‌های خارجی نیز بیشتر با یک روش کیفی به بحث هویت‌سازی در شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند و حول تأثیرات شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر روی هویت متمرکز نشده‌اند.

در کل می‌توان گفت که مباحث مربوط به پیشینه پژوهش تا حدودی و از بعضی

جهت، منابع مهمی برای پژوهش‌های مرتبط تلقی می‌شوند اما در پژوهش حاضر سعی شده است علاوه بر به کارگیری مباحث مهم و مورد استفاده به نگارش درآمده در این زمینه، با مطالعه و دقت در مبحث مورد مطالعه و با تأکید بر جنبه‌های کاربردی آن، درک صحیح و کارآمدتری از این قضیه حاصل شود. همچنین از آنجا که اکثر پژوهش‌های صورت گرفته فقط به میزان استفاده از فضای مجازی توجه کرده‌اند و به شیوه‌های استفاده، میزان مشارکت و فعال بودن کاربران، مدت زمان مواجهه، نوع امکانات فضای مجازی و تأثیر آن بر هویت نپرداخته‌اند، در پژوهش حاضر این ابعاد نیز مد نظر قرار گرفته‌اند. در ادامه، به چند مورد از مهم‌ترین پژوهش‌های داخلی و خارجی صورت گرفته در زمینه تأثیر فضای مجازی بر هویت بازانديشانه، اشاره می‌شود.

شالچی (۱۳۸۴) در پژوهشی به بررسی هویت بازانديشانه و ارتباط آن با رسانه‌ها پرداخته است. یافته‌ها نشان دادند که حدود ۶۰ درصد از پاسخگویان با شاخص‌های هویت بازانديشانه تطابق داشته‌اند. این در صورتی است که بازانديشی با اختلاف زیادی نسبت به دیگر عناصر بازانديشانه، یعنی اعتماد و تجربه جدایی زمان و مکان، نمره بالاتری را کسب کرده است. همچنین هرچه میزان استفاده از رسانه‌ها نزد پاسخگویان بیشتر بوده است، تطابق بیشتری با هویت بازانديشانه داشته‌اند.

یافته‌های پژوهش ذکایی و خطیبی (۱۳۸۵) بیانگر آن است که هر چه افراد به شیوه‌های حرفه‌ای‌تر در فضای مجازی فعالیت کنند، میزان دستیابی آنها به شاخص‌های کلیدی هویت مدرن افزایش می‌یابد. همچنین یافته‌ها حاکی از آن است که حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت باعث شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن در بین کاربران ایرانی، بویژه کاربران جوان می‌شود. به همین ترتیب، میزان دستیابی به هویت مدرن در فضای مجازی نیز خود، تابعی از میزان مصرف، نوع مصرف و نحوه ارائه و مدیریت خود کاربر ایرانی در فضای مجازی است.

دادگران و همکاران (۱۳۹۰) در مطالعه روی ۳۵۳ نفر از دانشجویان دختر دانشگاه آزاد تهران نشان دادند که رابطه معناداری بین استفاده از اینترنت و هویت بازانديشانه وجود دارد؛ به این ترتیب که هر چقدر میزان استفاده از اینترنت بیشتر باشد، میزان رشد هویت بازانديشانه نیز افزایش پیدا می‌کند.

یافته‌های پژوهش عدلی‌پور (۱۳۹۱) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان

«تحلیل جامعه‌شناختی پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه اصفهان» حاکی از آن بود که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت کاربران و واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک از سوی کاربران شبکه اجتماعی فیس‌بوک و هویت مدرن، رابطه معنادار مثبتی وجود دارد. یعنی هر چقدر میزان این متغیرها افزایش پیدا می‌کند، هویت مدرن کاربران نیز بیشتر می‌شود؛ به این ترتیب فیس‌بوک به تقویت هویت مدرن کاربران می‌انجامد.

والکن برگ^۱ و همکاران (۲۰۰۵) در مقاله‌ای با عنوان «تجربه‌های هویت نوجوانان در اینترنت»، نحوه تجربه هویتی نوجوانان در اینترنت را بررسی کرده‌اند. آنها با استناد به پژوهش‌های موجود، اذعان می‌دارند که اینترنت، به دلیل ویژگی‌هایی چون «کاهش نشانه‌های دیداری»، «ناشناختگی» و «شکل‌دهی ارتباطات در اجتماعات بریده از واقعیت»، فرصت‌های شگرفی را برای تجربه هویت در اختیار کاربران قرار می‌دهد. از دید آنان، کاهش نشانه‌های دیداری، باعث تشویق کاربران به تأکید، تغییر یا پنهان‌سازی برخی از ویژگی‌های ظاهری‌شان می‌شود.

معینیان (۲۰۰۶) در پژوهش خود، برساخت هویت در فیس‌بوک را مورد بررسی قرار داده است. تحلیل محتوای ۶۳ پروفایل در فیس‌بوک نشان می‌دهد که هویت‌های تولید شده در این محیط، با هویت‌های برساخته شده در محیط‌های آنلاینی که افراد در آنها ناشناخته می‌مانند، متفاوت است. کاربران فیس‌بوک هویت‌های خود را بیشتر به صورت ضمنی ابراز می‌کنند و بیش از آنکه خود را با گفتار معرفی کنند، خود را نشان می‌دهند.

کلی^۲ (۲۰۰۷) در رساله خود با عنوان «ساخت هویت در فیس‌بوک»، به مطالعه شش دانش‌آموز کالج، دو دانش‌آموز تازه فارغ‌التحصیل شده و پروفایل‌های آنها پرداخته است. نتایج حاکی از آن است که گرچه افراد هویت‌های خود را در همه بخش‌های زندگی برمی‌سازند؛ اما این برساخت هویت به طور مشخص در فیس‌بوک مشهود است. مارتین^۳ و همکارانش (۲۰۰۷) در پژوهش خود، برساخت هویت در فیس‌بوک را مورد بررسی قرار داده‌اند. فیس‌بوک محیطی آنلاین است که افراد در آن شناخته شده هستند. بر مبنای تحلیل محتوای ۶۳ پروفایل در فیس‌بوک مشخص شده است که هویت‌های ایجاد

1. Valkenburg

2. Kelley

3. Martin

شده در این محیط با هویت‌های برساخته شده در محیط‌های آنلاینی که افراد در آن‌ها ناشناخته می‌مانند، متفاوت است. کاربران فیس‌بوک هویت‌های خود را بیشتر به صورت ضمنی ابراز می‌کنند و بیش از آنکه خود را با گفتار معرفی کنند، خود را نشان می‌دهند. بر اساس یافته‌های گراسموک^۱ (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان «فیس‌بوک و هویت»، آگاهی‌هایی که کنشگران از حضور در فیس‌بوک به‌عنوان یک زیست‌جهان کسب می‌کنند، هویت جهانی افراد را شکل می‌دهد.

مبانی نظری: مروری بر نظریات موجود

در این بخش، ابتدا، به طور اختصار مفهوم بازاندیشی و سپس، نظریات برگر^۲ و گیدنز^۳ مطرح می‌شود. به طور کلی، مفهوم بازاندیشی^۴ یکی از مفاهیمی است که رویکردهای مختلفی به آن نظر داشته‌اند. در رویکرد کارکردگرایی، لومن^۵ (۱۹۹۵) بازاندیشی را خصلت ارتباطات انسانی می‌داند و معتقد است که این بازاندیشی منجر به خودمفهوم‌سازی^۶ می‌شود. بازاندیشی به مثابه سازوکاری عمل می‌کند که به تسهیل سازگاری سیستم با محیط می‌انجامد. این امر در نتیجه تنظیم پاسخ‌ها و کاهش پیچیدگی صورت می‌گیرد. در واقع، بازاندیشی به کنشگران این توانایی را می‌دهد که در مورد بدیل‌های جدید کنش تأمل کنند. مفهوم بازاندیشی در دیدگاه روش‌شناسی مردمی نیز جایگاه خاصی دارد. بخش زیادی از پژوهش‌های این رویکرد، به این سؤال می‌پردازد که تعامل بازاندیشانه اتفاق چگونه می‌افتد. تعامل در اغلب موارد دربردارنده بینش خاصی از واقعیت است. برای مثال، فعالیت مناسکی مرتبط با خدایان دربردارنده این باور است که خدایان در امور روزمره نفوذ دارند. این دسته از فعالیت‌های مناسکی نمونه‌ای از کنش بازاندیشانه‌اند (نقل از ترنر^۷، ۲۰۰۳).

مید^۸ در رویکرد تعامل‌گرایی نمادین، توجه خاصی به بازاندیشی دارد. وی معتقد است «خود»، چهار خصیصه دارد. فرایندی بودن، اجتماعی بودن، دیالکتیکی بودن و بازاندیشی یا بازتابی بودن. بلومر^۹ اهمیت خصیصه پایانی یعنی بازاندیشی را آن‌قدر مهم می‌داند که از آن به‌عنوان «انقلاب مید در جامعه‌شناسی» یاد می‌کند. این مفهوم به معنی

1. Grasmuck

2. Berger

3. Giddens

4. reflexivity

5. Luhmann

6. self- thematization

7. Turner

8. Mead

9. Blumer

«بازگرداندن و باز نشان دادن معانی وقایع اجتماعی و موضوع‌های بشری از اشیا و اعیان به خود و از خود به خویشتن است» (تنهایی، ۱۳۸۵، ص ۶).

به طور کلی، بازاندیشی گسترده، ناشی از تعامل پویای شماری از تحولات اجتماعی است که از خصیصه‌های روزافزون مدرنیته اخیر محسوب می‌شود. تغییرات گسترده در ساختار فناوری‌های ارتباطی، به طور روزافزونی انسان‌ها را رو در روی یکدیگر قرار می‌دهد و مناسک فردی و فرهنگی جاافتاده را چنان دچار نسبیت می‌کند که دیگر به راحتی نمی‌توان شیوه‌های انجام امور را بدیهی انگاشت. افزایش جریان‌های جهانی تصویرها، ایده‌ها و فرهنگ توده‌ای مصرف که با تغییرات ارتباطی همراه می‌شوند، وضعیت را تشدید می‌کنند. قدرت اتصال‌دهنده سنت و ساختار اجتماعی فروکش کرده است و به قول بک^۱، این خود فقدان ساختارهای اجتماعی است.

سازگرایان نیز به بازاندیشی توجه خاصی داشته‌اند. برگر هویت مدرن را دارای چهار خصلت می‌داند که عبارت‌اند از: بازبودن، تفکیک‌شدگی، بازاندیشانه بودن و فردیت‌یافتگی (برگر و همکاران، ترجمه ساوجی، ۱۳۸۱، صص ۸۶-۸۷). وی در مورد هویت بازاندیشانه معتقد است که جامعه در حال تغییر و تحول، فرد را ناگزیر به بازاندیشی و اتخاذ تصمیم‌های متنوع می‌سازد. بازاندیشی نه تنها معطوف به جهان بیرونی است، بلکه وارد ذهنیت فرد نیز می‌شود و به این ترتیب، طی فرایند بازاندیشی، جهان و خود فرد به موضوع آگاهی تبدیل می‌شوند. از نظر برگر، زندگی در جوامع امروزی فرد را با چشم‌اندازی پیوسته در تغییر از تجارب و معانی اجتماعی رودررو قرار می‌دهد و او فرد را وادار به تصمیم‌گیری، طرح برنامه‌های متنوع و اندیشه می‌سازد. به این ترتیب، آگاهی مدرن، بخصوص، آگاهی‌های هوشیار، پرتنش و احتجاج‌آمیز است (همان).

برگر همچنین به مفهوم «جهان زیست» اشاره می‌کند که در جوامع پیشین، درجه بالایی از یکپارچگی را نشان می‌داد. دلیل این یکپارچگی نیز نظم معنایی یکپارچه‌ساز بود که تمامی بخش‌های جامعه را در برمی‌گرفت. این نظم وحدت‌بخش به طور معمول جنبه نظامی دینی داشت. فرد پیوسته، با وجود حضور در مکان‌های متفاوت، در «همان جهان» بود. اما در جوامع مدرن، موقعیت افراد متفاوت می‌شود. فعالیت‌های افراد، آنها را با جهان‌های معنایی و تجربی کاملاً متفاوت و اغلب ناسازگار مرتبط می‌کند و این

1. Beck

چندگانگی جهان زیست، نه فقط در سطح رفتار، بلکه در سطح آگاهی نیز تأثیرات خاص خود را به جا می‌گذارد.

برگر این چندگانگی را مرتبط با دو تجربه خاص مدرن، یعنی شهرنشینی مدرن و ارتباط جمعی مدرن می‌داند. این چندگانگی به شیوه‌های مختلف در زندگی روزمره افراد بروز می‌کند. یکی از پیامدهای آن، مسیرهای مختلفی است که فرد باید از میان آنها، یکی را برگزیند. در واقع، برنامه زندگی فرد در جامعه جدید به شدت تحت تأثیر این چندگانگی‌ها قرار می‌گیرد. برگر برنامه زندگی را منبع اولیه هویت‌یابی فردی می‌داند. این برنامه به طور معمول، خصلتی باز دارد و به شیوه‌ای نامعین تعریف می‌شود (همان).

گیدنز بر این عقیده است که با کاهش نفوذ سنت و بازسازی زندگی روزمره برحسب عوامل جهانی و محلی، افراد ناچارند شیوه‌های زندگی خود را از میان گزینه‌های مختلف برگزینند. در این میان، اگرچه عوامل یکسان‌ساز و استانداردکننده هم وجود دارد، به دلیل «بازبودن» زندگی اجتماعی امروزی، و همچنین به دلیل تکثریابی زمینه‌های عمل و تنوع «مراجع»، انتخاب شیوه زندگی، بیش از پیش در ساخت هویت شخصی و فعالیت روزمره اهمیت می‌یابد (گیدنز، ترجمه موفقیان، ۱۳۸۸، صص ۲۱-۲۰).

همچنین گیدنز معتقد است که در جوامع معاصر تکثرگرا، متنوع و درحال تغییر، جایی که همه چیز مورد مذاقه قرار می‌گیرد، «خود» به طرحی بازاندیشانه تبدیل می‌شود. وی همچنین به «خود خودسازنده» اولویت زیادی می‌دهد؛ طرحی که از آن طریق، خود، در سطح فرد، بازاندیشانه و تغییردهنده می‌شود. گیدنز بازاندیشی در مورد «خود» را فرایندی مداوم و فراگیر می‌داند که طی آن، فرد، در فواصل زمانی منظم، برحسب اتفاقاتی که افتاده است به نوعی بازپرسی از خود می‌پردازد. وی معتقد است؛ ساخت خود، طرح بازاندیشانه‌ای است که بخش اساسی مدرنیت را می‌سازد. در اینجا فرد باید از میان گزینه‌هایی که نظام انتزاعی فراهم می‌کند، هویت خود را بیابد (گیدنز، ترجمه ثلاثی، ۱۳۸۹، ص ۱۴۸). از دیدگاه گیدنز، بازاندیشی «خود» وارد محدوده بدن نیز می‌شود و با این رویکرد، بدن دیگر شیء منفعلی تلقی نمی‌شود، بلکه بخشی از یک نظام کنشی به شمار می‌رود. فاعل و سوژه، به طور مرتب بر فرایندهای جسمی خود نظارت دارند و آگاهی از چگونگی بدن، برای «دریافتن تمام‌عیار هر لحظه از زندگی»

اهمیت خاصی می‌یابد. به طور کلی، گیدنز، پرورش، دستکاری و نحوه برخورد با بدن را یکی از عناصر ساختاری هویت شخصی می‌داند.

بنابراین مسئولیت برساختن هویت شخصی به خود فرد واگذار شده و فرد باید در جریان زندگی روزمره آن را برساخته و به طور دائم مورد بازانديشی قرار دهد. یکی از پدیده‌هایی که جایگاهی کانونی در نظریه گیدنز و اهمیتی اساسی برای پژوهش حاضر دارد، تجربه باواسطه است. این پدیده البته منحصر به دوران مدرن نیست، اما در دنیای مدرن، در پناه فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی صورت تازه‌ای به خود گرفته است. هر چند هر نوع تجربه بشری، در عمل از طریق اجتماعی شدن و بخصوص از طریق زبان گفتاری، باواسطه است، در عصر مدرن، توسعه و ایجاد رسانه‌های ارتباطی نقشی بسیار مهم در تحول روابط زمانی - مکانی و افزایش گسترده تجربیات باواسطه انسان‌ها ایفا می‌کند. گیدنز تجربه باواسطه را درگیری تأثیرات زمانی - فضایی دوردست با تجربیات حسی آدمی تعریف می‌کند. از نظر وی، یکی از مختصات عمده و عوارض افزایش تجربیات باواسطه بی‌شمار در عصر جدید، ورود سرزده یا ناخواسته رویدادهای دوردست به دنیای ذهنی و فکری هر روزه مردم است. بدیهی است که این امر به مدد وسایل ارتباطی و بویژه اینترنت روی می‌دهد که می‌توانند بر محدودیت‌ها و فاصله‌های زمانی و مکانی غلبه کنند. آگاهی از این رویدادهای دوردست، ذهن افراد مدرن را درگیر رویداد و تجربیاتی دوردست و بیرون از زندگی خودشان می‌کند (گیدنز، ترجمه ثلاثی، ۱۳۸۹، ص ۵۰)

در یک جمع‌بندی کلی از نظریه‌های بالا، می‌توان گفت که منظور از بازانديشی، ترکیب اندیشه و کنش است، به نحوی که ضمانت سنت و عرف را در پی نداشته باشد؛ یعنی بازانديشی از نوع دوره مدرن مورد نظر گیدنز، با شرایطی که تحت آن، تردید و تجدید نظر پایدار در زندگی اجتماعی حاصل می‌شود. این شرایط عبارت‌اند از: منابع و بسترهای تازه؛ از قبیل رسانه‌های جهانی، فضاهای مجازی، فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی و دانش‌های جدید. این منابع و بسترها باعث تکثر مراجع و زمینه‌های عمل می‌شوند و در نتیجه بازانديشی را در پی می‌آورند. در واقع، آنچه گیدنز و برگر در بحث از بازانديشی به آن اشاره دارند، فضاهای جدید و مدرنی است که انسان عصر جدید با قرارگرفتن در آن، اقدام به تأمل و بازانديشی می‌کند. بر این اساس، می‌توان پیش‌بینی کرد که هرچه افراد بیشتر در معرض حاملان مدرنیته و منابع بازانديشی قرار گیرند،

بیشتر به بازان‌دیشی می‌پردازند. محور بازان‌دیشی در تفکرات گیدنز، ابعاد مختلف هویت، یعنی خویشتن، بدن و عملکرد فرد است و در دیدگاه برگر بیشتر بر خویشتن و آگاهی تمرکز دارد. در مجموع با تکیه بر مبانی نظری و پژوهش‌های یاد شده می‌توان فرضیه‌های زیر را طرح کرد:

۱. بین جنسیت پاسخگویان و هویت بازان‌دیشانه رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین مدت زمان عضویت در فیس‌بوک و تقویت هویت بازان‌دیشانه رابطه معناداری وجود دارد.
۳. بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و تقویت هویت بازان‌دیشانه رابطه معناداری وجود دارد.
۴. بین نوع استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و تقویت هویت بازان‌دیشانه رابطه معناداری وجود دارد.
۵. بین نوع امکانات شبکه اجتماعی فیس‌بوک و تقویت هویت بازان‌دیشانه رابطه معناداری وجود دارد.
۶. بین میزان مشارکت و فعالیت کاربران در شبکه اجتماعی فیس‌بوک و تقویت هویت بازان‌دیشانه رابطه معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کمی است که به روش پیمایش انجام شده است. برای گردآوری اطلاعات مد نظر از پرسشنامه محقق‌ساخته بهره گرفته شده است. جامعه آماری این پژوهش از دانشجویان دختر و پسر دانشگاه تبریز در سال تحصیلی ۹۲-۱۳۹۱ تشکیل شده است که بر اساس اطلاعات موجود تقریباً ۱۸۰۰۰ نفر برآورد می‌شود. حجم نمونه با بهره‌گیری از جدول لین^۱ با لحاظ پارامتر ۵۰ درصد، سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای ۵ درصد ۳۹۰ نفر برآورد شد و برای اطمینان از نتایج، ۴۲۴ پرسشنامه تکمیل شده و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. با توجه به تنوع رشته‌ها و دانشکده‌ها از شیوه نمونه تصادفی طبقه‌ای استفاده شده است. برای سنجش اعتبار ابزار تحقیق، از اعتبار صوری (مراجعه به داوران و پژوهشگران دیگر)

1. Lin

و اعتبار نمونه‌ای (انجام آزمون مقدماتی و طرح سؤالات نیمه‌باز) بهره گرفته شده است. پایایی ابزار نیز با استفاده از آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفته و مقدار آلفای تمامی متغیرها بالای ۷۰ درصد و در حد مطلوب محاسبه شده است؛ به طوری که میزان آلفای بعد تفکر بازاندیشانه ۷۹ درصد، تصور بدن ۸۱ صد، مدیریت بدن ۷۸ درصد و ذائقه موسیقایی ۷۶ درصد به دست آمده است.

تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

الف) متغیر مستقل: شبکه اجتماعی فیس‌بوک

شبکه‌های اجتماعی مجازی، خدمات آنلاینی هستند که به افراد اجازه می‌دهند در سیستمی مشخص و معین، پروفایل شخصی خود را داشته باشند، خود را به دیگران معرفی کنند، اطلاعات‌شان را به اشتراک بگذارند و با دیگران ارتباط برقرار کنند. از این طریق افراد می‌توانند هم ارتباط‌شان با دیگران را حفظ کنند و هم ارتباط‌های اجتماعی جدیدی را شکل دهند (بوید^۱ و الیسون^۲، ۲۰۰۷، ص ۲۱۲). در واقع، شبکه‌های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده‌اند. به طور کلی، از طریق اطلاعاتی که بر روی پروفایل افراد قرار می‌گیرد، مانند عکس کاربر، اطلاعات شخصی و علایق (که همه اینها اطلاعاتی را در خصوص هویت فرد فراهم می‌آورد) برقراری ارتباط تسهیل می‌شود. کاربران می‌توانند پروفایل‌های دیگران را ببینند و از طریق برنامه‌های کاربردی مختلف مانند ایمیل و چت با یکدیگر ارتباط برقرار کنند (پمپک^۳ و همکاران، ۲۰۰۹، ص ۲۲۸).

از مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توان به فیس‌بوک اشاره کرد. افراد عضو فیس‌بوک می‌توانند عکس‌های خود را به اشتراک بگذارند، پیغام بفرستند، چت کنند، عکس‌ها را برای خود و دیگران علامت‌گذاری کنند، روی وال‌های خود و دیگران بنویسند، عضو گروه‌ها شوند، گروه جدیدی ایجاد کنند، ایده‌های خود را در بحث‌های گروهی به اشتراک بگذارند، انواع درخواست‌ها را اضافه کنند و در فیس‌بوک بازی کنند.

1. Boyd

2. Ellison

3. Pempek

4. Wall

برای عملیاتی کردن متغیر وابسته از معرف‌های زیر استفاده شده است:

مدت زمان عضویت در فیس‌بوک. عبارت از مدت زمانی است که فرد به عضویت فیس‌بوک در آمده است. در پژوهش حاضر؛ مدت زمان عضویت کاربران در فیس‌بوک در پنج طبقه: (۱) کمتر از شش ماه، (۲) از شش ماه تا کمتر از یک سال، (۳) از یک سال تا کمتر از دو سال، (۴) از دو سال تا کمتر از سه سال و (۵) از سه سال و بیشتر، دسته‌بندی شده است.

میزان استفاده از فیس‌بوک. عبارت از مدت زمانی از شبانه‌روز است که فرد از فیس‌بوک استفاده می‌کند. در پژوهش حاضر؛ میزان دسترسی کاربران به فیس‌بوک در شش طبقه: (۱) کمتر از پانزده دقیقه، (۲) بین پانزده دقیقه تا نیم ساعت، (۳) بیشتر از نیم ساعت تا کمتر از یک ساعت، (۴) از یک ساعت تا کمتر از دو ساعت، (۵) از دو ساعت تا کمتر از سه ساعت و (۶) از سه ساعت و بیشتر، دسته‌بندی شده است.

نوع استفاده از فیس‌بوک (انگیزه و هدف کاربران در استفاده از فیس‌بوک). به میزان علاقه، نیاز و شرایطی اطلاق می‌شود که کاربران را به استفاده از این شبکه سوق می‌دهد. در پژوهش حاضر، نوع استفاده از فیس‌بوک با چهار معرف سرگرمی و تفریح، کسب اخبار و اطلاعات، دوست‌یابی، پیدا کردن دوستان قدیمی و دوران کودکی سنجیده شده است.

امکانات فیس‌بوک. عبارت از قابلیت‌هایی است که فیس‌بوک برای کاربران خود فراهم می‌سازد. در پژوهش حاضر، امکانات فیس‌بوک با معرف‌هایی چون ارتباط با افراد مختلف، امکان آزادی اندیشه و بیان، نشر عقاید و نظریات خود، چت کردن، بارگذاری عکس و کلیپ سنجیده شده است.

مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از فیس‌بوک. این امر به میزان درگیری تعامل کاربران در فیس‌بوک اطلاق می‌شود. در پژوهش حاضر، برای سنجش میزان مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از فیس‌بوک، از شاخص‌های زیر استفاده شده است:

- دیدن پروفایل‌ها، عکس‌ها و آلبوم‌های شخصی دوستان
- فقط خواندن وال‌ها و موضوع‌های به بحث گذاشته شده
- اغلب خواندن و گاهی نوشتن بر روی وال‌ها و موضوعات به بحث گذاشته شده
- شروع یک بحث تازه در بین گروه‌های عضو

ب) متغیر وابسته: هویت بازاندیشانه

هویت بازاندیشانه همان «خود» است که شخص آن را به‌عنوان بازتابی از زندگی‌اش می‌پذیرد و دربردارنده تامل و بازاندیشی در عرصه‌های مختلف زندگی، نگاهی نقادانه به الگوهای رفتاری، اعتقادی و حیطه‌های گوناگون زندگی روزمره است. برای عملیاتی کردن مفهوم هویت بازاندیشانه، ۴۰ گویه طراحی شد که بعد از پیش‌آزمون و محاسبه آلفا به ۳۷ گویه کاهش یافت. این گویه‌ها شامل چهار بعد هویت بازاندیشانه می‌شود. این چهار بعد عبارت‌اند از: ذائقه موسیقی، تصور بدن، مدیریت بدن و تفکر بازاندیشانه. در طیف ذائقه موسیقی، مصرف و علاقه‌مندی به موسیقی‌های جدید از قبیل رپ، پاپ و موسیقی فراملی و جهانی، مورد سنجش واقع شده است. تفکر بازاندیشانه، با معرف‌های تجدید نظر در رفتار در نتیجه گفتگو با دوستان، توان ارائه استدلال در برابر انتقاد، توان کنار گذاشتن عادات و توان دفاع از دیدگاه‌ها و عقاید خود مورد سنجش قرار گرفته است. بعد مدیریت بدن نیز به کمک معرف‌هایی چون کنترل وزن، آرایش و بهداشت، رفتارهای سلامت محور و رفتارهای تغییر بدن (جراحی‌های زیبایی)، سنجیده شده است و در نهایت، تصور بدن با سه بعد رضایت از بدن، نگرش مردم به بدن و ابزار زیبایی و آرایش، بر اساس تعدادی گویه که در قالب طیف لیکرت تنظیم شده‌اند، مورد سنجش قرار گرفته است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

یافته‌های مشاهده شده حاکی از آنند که ۵۸/۵ درصد از پاسخگویان یعنی ۲۴۸ نفر، زن و ۴۱/۵ درصد (۱۷۶ نفر)، مرد بوده‌اند. از نظر گروه‌بندی سنی، بیشترین فراوانی در بین افراد ۱۹ تا ۲۰ سال دیده می‌شود که ۴۷ درصد کل نمونه مورد بررسی را در بر می‌گیرد. ۳۵ درصد بین ۲۴ تا ۲۸ سال سن داشته‌اند و کمترین فراوانی یعنی ۱۸ درصد در بین افراد ۲۹ تا ۳۳ سال دیده می‌شود. همچنین از نظر مقطع تحصیلی، ۱۵ درصد از پاسخگویان، دارای تحصیلات دکترا، ۳۰ درصد کارشناسی ارشد و ۵۵ درصد کارشناسی بوده‌اند. از نظر مدت زمان عضویت در فیس‌بوک، از میان کاربران مورد مطالعه، به‌ترتیب ۱۹/۴ درصد کمتر از ۱ سال، ۲۲/۲ درصد ۱ سال تا کمتر از ۲ سال، ۲۵/۹ درصد ۲ سال تا کمتر از ۳ سال و ۳۲/۵ درصد ۳ سال و بیشتر، عضو شبکه اجتماعی فیس‌بوک بوده‌اند.

از نظر میزان استفاده از فیس‌بوک، از میان کاربران مورد مطالعه، به ترتیب ۹ درصد کمتر از پانزده دقیقه، ۱۸/۲ درصد بین پانزده دقیقه تا کمتر از یک ساعت، ۲۲/۳ درصد بیشتر از نیم‌ساعت تا کمتر از یک ساعت، ۲۹ درصد یک ساعت تا کمتر از دو ساعت، ۱۲/۳ درصد دو ساعت تا کمتر از سه ساعت و ۹/۲ درصد از سه ساعت و بیشتر، در هر بار متصل شدن، از فیس‌بوک استفاده می‌کردند. از نظر میزان مشارکت و فعالیت در شبکه اجتماعی فیس‌بوک میزان مشارکت ۳۸ درصد پاسخگویان بالا، ۴۱ درصد متوسط و ۲۱ درصد در حد پایین بوده است. از سایر یافته‌های توصیفی می‌توان به این مورد اشاره کرد که از نظر نوع مصرف، ۳۲/۷ درصد پاسخگویان برای پیدا کردن دوستان قدیمی و دوران کودکی، ۲۹/۳ درصد برای سرگرمی و تفریح، ۲۲ درصد برای کسب اخبار و اطلاعات و ۱۶ درصد برای دوست‌یابی از فیس‌بوک استفاده می‌کنند. همچنین ۳۳ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند که از میان امکانات فیس‌بوک، امکان آزادی اندیشه و بیان برای آنها جذابیت بیشتری دارد. ۲۴/۸ درصد گفته‌اند که امکان یا قابلیت ارتباط با افراد مختلف را بر سایر امکانات فیس‌بوک ترجیح می‌دهند. ۲۰/۹ درصد نشر عقاید و اندیشه‌های خود، ۱۱/۹ درصد چت کردن و ۹/۴ درصد بارگذاری عکس و کلیپ را جذاب‌ترین و بهترین قابلیت فیس‌بوک دانسته‌اند.

در جدول ۱ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان بازاندیشی در هویت نشان داده شده است. طبق آماره‌های جدول، ۳۱/۹ پاسخگویان در سطح کم؛ ۴۴/۶ درصد در حد متوسط و ۲۳/۵ درصد در حد بالایی در هویت خود بازاندیشی کرده‌اند. درصد بالایی رده متوسط و بالا یعنی ۶۸/۱ درصد، نشان‌دهنده این است که بازاندیشی در میان طیف وسیعی از دانشجویان صورت گرفته است.

جدول ۱- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان بازاندیشی در هویت

میزان بازاندیشی	فراوانی	درصد
کم	۱۳۵	۳۱/۹
متوسط	۱۸۹	۴۴/۶
زیاد	۱۰۰	۲۳/۵
جمع	۴۲۴	۱۰۰

یافته‌های استنباطی

پیش از پرداختن به فرضیه‌های پژوهش لازم است ابتدا عوامل درونی طیف هویت بازان‌دیشانه مطالعه شوند. به این منظور از روش آماری تحلیل عاملی سود جست‌ایم. براساس تحلیل عاملی که در خصوص مؤلفه‌های تشکیل دهنده هویت بازان‌دیشانه انجام گرفته (جدول ۲)، چهار عامل اساسی وجود دارد و هر عامل متشکل از گویه‌هایی است که معنای مشترکی دارند.

در مجموع، می‌توان گفت که با توجه به آماره K.M.O در تمام ابعاد، داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب هستند و نتیجه آزمون بارتلت^۱ نیز معنادار است. در واقع، میزان خطا (Sig = ۰/۰۱) دارای سطح معناداری بالا و سطح اطمینان ۹۹ درصد است؛ به عبارت دیگر، تمامی عناصر به کار رفته برای هر بعد، قدرت تبیین‌کنندگی مورد نظر را برای متغیر وابسته داشته‌اند.

جدول ۲- نتایج تحلیل عاملی هویت بازان‌دیشانه در بین پاسخگویان (درصد)

KMO نتیجه آزمون	ابعاد هویت بازان‌دیشانه	عامل‌های هویت بازان‌دیشانه				گویه‌های هویت بازان‌دیشانه
		اول	دوم	سوم	چهارم	
K.M.O= ۰/۷۹ Sig= ۰/۰۱	دائقه موسیقی				۷۰	گوش دادن به موسیقی فراملی و جهانی
					۸۳	گوش دادن به موسیقی رپ ایرانی- لس‌آنجلسی
					۷۵	گوش دادن به موسیقی پاپ ایرانی- لس‌آنجلسی
					۷۶	گوش دادن به موسیقی جاز ایرانی- لس‌آنجلسی
					۶۸	گوش دادن به موسیقی راک ایرانی- لس‌آنجلسی

1. Bartlett

ادامه جدول ۲

KMO نتیجه آزمون	ابعاد هویت بازاندیشانه	عامل‌های هویت بازاندیشانه				گویه‌های هویت بازاندیشانه	
		چهارم	سوم	دوم	اول		
K.M.O= ۰/۷۹ Sig= ۰/۰۱	تفکر بازاندیشانه			۶۵		تجدید نظر در رفتار در نتیجه گفتگو با دیگران	
				۶۴		توان ارائه استدلال در برابر انتقاد	
				۷۰		توان کنار گذاشتن عادات	
				۷۲		توان دفاع از دیدگاه‌ها و عقاید خود	
	مدیریت بدن		۶۷				حساسیت به افزایش وزن
			۷۹				کنترل وزن از طریق ورزش
			۷۵				کنترل چربی شکم
			۷۶				کنترل وزن با رژیم غذایی
			۶۵				ارتودنسی
			۶۴				تاتو کردن ابروها
			۷۸				لنزگذاری
			۷۲				جراحی زیبایی بینی
			۷۰				استفاده از داروهای گیاهی و طب سنتی
			۷۶				خودداری از مصرف خودسرانه دارو
			۶۸				ورزش مداوم
			۷۴				کنترل سلامت دندان‌ها
			۶۹				کنترل مرتب قند خون
			۶۳				کنترل مرتب فشار خون
			۸۰				استفاده از عطر، ادکلن و ...
			۶۸				آرایش مو و صورت
	۶۷				استفاده از کرم‌های روشن‌کننده و ضدآفتاب		

ادامه جدول ۲

KMO نتیجه آزمون	ابعاد هویت بازاندیشانه	عامل‌های هویت بازاندیشانه				گویه‌های هویت بازاندیشانه
		اول	دوم	سوم	چهارم	
K.M.O= ۰/۷۹ Sig= ۰/۰۱ تصور بدن					۷۰	از ظاهر و اندام خودم راضی هستم
					۷۱	خوش‌قیافه و زیبا به نظر می‌رسم
					۶۴	ارزیابی مثبتی از خودم دارم
					۸۰	امروزه مردم به اندام ظریف توجه می‌کنند
					۶۸	افراد چاق در جامعه انگشت‌نما می‌شوند
					۷۸	لاغری اندام نشانه زیبایی است
					۷۲	مردم به کسی که آرایش نمی‌کند اعتنایی نمی‌کنند
					۶۷	از وسایل آرایشی که من را زیباتر نشان دهند، استقبال می‌کنم
					۶۶	من صورت بدون آرایش را بر صورت آرایش کرده ترجیح می‌دهم
					۶۷	از راه‌های جدید برای جذاب‌تر شدن استقبال می‌کنم
					۷۲	باید از لباس‌های مُد روز استفاده کرد

همان‌گونه که پیش‌تر هم گفته شد، پژوهش حاضر، دارای شش فرضیه است که به منظور بررسی درستی یا نادرستی آنها از آزمون‌های آماری مختلفی استفاده شده و در این قسمت، به هر یک پرداخته می‌شود.

در فرضیه اول پژوهش حاضر، مطرح می‌شود که بین جنسیت پاسخگویان و هویت بازاندیشانه، رابطه معناداری وجود دارد. جدول ۳ نتایج آزمون مقایسه میانگین هویت بازاندیشانه پاسخگویان را برحسب جنسیت آنها نشان می‌دهد. براساس یافته‌های جدول، میانگین نمره مردان ۷۰/۲۹ و نمره زنان ۷۳/۲۱ است که ۹/۹۲ نمره با هم اختلاف دارند. مقدار T برابر با ۲/۵۹ و سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۴ حاکی از معنادار بودن تفاوت مشاهده شده است. بر این اساس، زنان بیش از مردان در هویت خود بازاندیشی کرده‌اند.

جدول ۳- نتایج آزمون مقایسه میانگین هویت بازاندیشانه بر حسب جنسیت

جنس	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	مقدار T	سطح معناداری
مرد	۱۷۶	۷۰/۲۹	۸/۱۱	۲/۵۹	۰/۰۰۴
زن	۲۴۸	۷۳/۲۱	۸/۰۵		

طبق فرضیه دوم پژوهش، بین مدت زمان عضویت در شبکه اجتماعی فیس‌بوک و تقویت هویت بازاندیشانه رابطه معناداری وجود دارد. در این فرضیه، برای ارزیابی میزان و شدت رابطه دو متغیر از ضریب دی سامرز استفاده شده است. سطح معناداری به دست آمده از آزمون دی سامرز برای رابطه میان مدت زمان عضویت در فیس‌بوک و هویت بازاندیشانه، با توجه به اینکه از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، به لحاظ آماری، معنادار است. جهت رابطه نیز مستقیم است. بنابراین، می‌توان گفت که رابطه‌ای مستقیم میان دو متغیر وجود دارد، یعنی با افزایش مدت زمان عضویت در فیس‌بوک، میزان هویت بازاندیشانه پاسخگو نیز افزایش می‌یابد و برعکس. بنابراین، فرضیه دوم پژوهش با سطح اطمینان ۹۹ درصد و سطح معناداری ۰/۰۰۰ تأیید می‌شود.

جدول ۴- رابطه میان مدت زمان عضویت در فیس‌بوک

و تقویت هویت بازاندیشانه

آزمون	مقدار آماره	سطح معناداری	آزمون فرضیه
ضریب دی سامرز	۰/۷۰	۰/۰۰۲	وجود رابطه

در فرضیه سوم پژوهش مطرح می‌شود که بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و تقویت هویت بازاندیشانه، رابطه معناداری وجود دارد. در این فرضیه، برای ارزیابی میزان و شدت رابطه دو متغیر از ضریب دی سامرز استفاده شده است. سطح معناداری به دست آمده از آزمون دی سامرز برای رابطه میان میزان استفاده از فیس‌بوک و هویت بازاندیشانه با توجه به اینکه از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، به لحاظ آماری معنادار است. جهت رابطه نیز مستقیم است. بنابراین، می‌توان گفت که رابطه‌ای مستقیم، میان دو متغیر وجود دارد، یعنی با افزایش میزان استفاده از فیس‌بوک، میزان هویت بازاندیشانه پاسخگو نیز افزایش می‌یابد و برعکس به این ترتیب، فرضیه سوم پژوهش با سطح اطمینان ۹۹ درصد و سطح معناداری ۰/۰۰۰ تأیید می‌شود.

جدول ۵- رابطه میان میزان استفاده از فیس‌بوک و تقویت هویت بازانديشانه

آزمون فرضیه	سطح معناداری	مقدار آماره	آزمون
وجود رابطه	۰/۰۰۴	۰/۶۹	ضریب دی سامرز

طبق فرضیه چهارم پژوهش، بین نوع استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و تقویت هویت بازانديشانه رابطه معناداری وجود دارد. سطح معناداری به‌دست آمده از آزمون خی‌دو برای رابطه میان نوع استفاده از فیس‌بوک و هویت بازانديشانه ۰/۰۰۱ است که به لحاظ آماری معنادار است؛ یعنی نوع استفاده افراد از فیس‌بوک تأثیر معناداری بر هویت بازانديشانه آنها دارد. مقدار آماره وی کرامر ۰/۴۰ است که نشان می‌دهد شدت رابطه میان نوع استفاده از فیس‌بوک و هویت بازانديشانه، در حد متوسط است. بنابراین، فرضیه چهارم پژوهش با سطح اطمینان ۹۹ درصد و سطح معناداری ۰/۰۰۱ تأیید می‌شود.

جدول ۶- رابطه میان نوع استفاده از فیس‌بوک و تقویت هویت بازانديشانه

آزمون فرضیه	سطح معناداری	مقدار آماره	آزمون
وجود رابطه	۰/۰۰۱	۳۵/۴۰	خی‌دو
شدت رابطه متوسط	۰/۰۰۱	۰/۴۰	وی کرامر

در فرضیه پنجم پژوهش مطرح می‌شود که بین نوع امکانات شبکه اجتماعی فیس‌بوک و تقویت هویت بازانديشانه، رابطه معناداری وجود دارد. مقدار خی‌دوی به‌دست آمده از آزمون رابطه میان نوع امکانات فیس‌بوک و هویت بازانديشانه، برابر با ۳۶/۹۴ و سطح معناداری آن ۰/۰۵ است که به لحاظ آماری معنادار است. همچنین مقدار وی کرامر به‌دست آمده که برابر با ۰/۳۰ است، نشان می‌دهد که شدت رابطه میان دو متغیر در حد ضعیف است. بنابراین می‌توان گفت که میان دو متغیر رابطه وجود دارد و هویت بازانديشانه افراد بر حسب اینکه کدام یک از امکانات فیس‌بوک را جذاب‌تر و مهم‌تر بدانند، تفاوت‌های معناداری با هم دارد. آماره‌های جدول ۷ نشان می‌دهند که این تفاوت‌ها به صورت زیر است:

جدول ۷- رابطه میان نوع امکانات فیس‌بوک و تقویت هویت بازانديشانه

نوع امکانات فیس‌بوک	آزمون	مقدار آماره	سطح معناداری	آزمون فرضیه
برقراری ارتباط با دیگران	خی‌دو	۳۹/۱۱	۰/۰۰۰	وجود رابطه
	وی‌کرامر	۰/۷۰	۰/۰۰۰	شدت رابطه قوی
نشر عقاید و افکار خود با دیگران	خی‌دو	۳۷/۱۰	۰/۰۰۰	وجود رابطه
	وی‌کرامر	۰/۵۱	۰/۰۰۰	شدت رابطه متوسط
چت کردن	خی‌دو	۳۴/۲۲	۰/۰۳	وجود رابطه
	وی‌کرامر	۰/۳۱	۰/۰۳	شدت رابطه ضعیف
بارگذاری عکس و کلیپ و غیره	خی‌دو	۳۱/۶۵	۰/۰۵	وجود رابطه
	وی‌کرامر	۰/۲۸	۰/۰۵	شدت رابطه ضعیف
نوع امکانات (کل)	خی‌دو	۳۶/۹۴	۰/۰۵	وجود رابطه
	وی‌کرامر	۰/۳۰	۰/۰۵	شدت رابطه ضعیف

طبق فرضیه ششم پژوهش، بین میزان مشارکت و فعالیت کاربران در شبکه اجتماعی فیس‌بوک و تقویت هویت بازانديشانه، رابطه معناداری وجود دارد. در این فرضیه، برای ارزیابی میزان و شدت رابطه دو متغیر، از ضریب دی‌سامرز استفاده شده است. سطح معناداری به دست آمده از آزمون دی‌سامرز برای رابطه میان میزان مشارکت و فعالیت کاربران در فیس‌بوک و هویت بازانديشانه، با توجه به اینکه از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، به لحاظ آماری معنادار است. جهت رابطه نیز مستقیم است. بنابراین می‌توان گفت که رابطه‌ای مستقیم میان دو متغیر وجود دارد؛ یعنی با افزایش میزان مشارکت و فعالیت کاربران در فیس‌بوک، میزان هویت بازانديشانه پاسخگو نیز افزایش می‌یابد و برعکس. بنابراین، فرضیه ششم پژوهش با سطح اطمینان ۹۹ درصد و سطح معناداری ۰/۰۰۵ تأیید می‌شود.

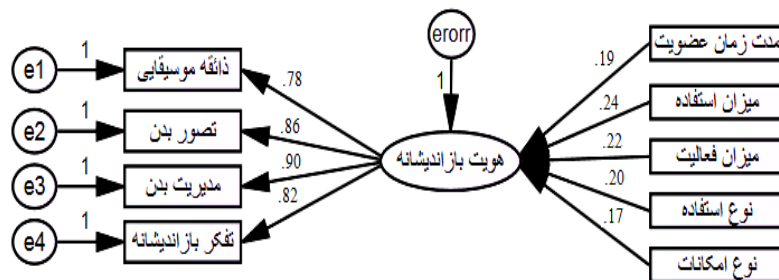
جدول ۸- رابطه میان میزان مشارکت و فعالیت کاربران در فیس‌بوک و

تقویت هویت بازانديشانه

آزمون	مقدار آماره	سطح معناداری	آزمون فرضیه
ضریب دی‌سامرز	۰/۷۰	۰/۰۰۵	وجود رابطه

در ادامه مدل معادله ساختاری پژوهش حاضر ترسیم شده است. مدل با استفاده از نرم افزار Amos رسم شده و ملاحظه می‌شود که متغیر پنهان وابسته؛ یعنی هویت بازاندیشانه از چهار بُعد تشکیل شده است. همچنین پنج ضریب همبستگی به چشم می‌خورد که تأثیر متغیر مستقل؛ یعنی شبکه اجتماعی فیس‌بوک را بر هویت بازاندیشانه کاربران نشان می‌دهند. متغیرهای مدت زمان عضویت ۱۹ درصد، میزان استفاده ۲۴ درصد، میزان مشارکت و میزان فعالیت کاربران ۲۲ درصد، نوع استفاده ۲۰ درصد و نوع امکانات ۱۷ درصد بر هویت بازاندیشانه کاربران تأثیر دارند.

شکل ۱- مدل معادله ساختاری



در جدول ۹، تعدادی از مهم‌ترین معیارهای برازش آمده است. به‌طور کلی می‌توان گفت که تمامی شاخص‌های برازش مدل قابل قبول هستند. بنابراین، مدل ترسیم شده، نشان می‌دهد که داده‌های تجربی ما می‌توانند تا حدودی با نظریه‌ها پوشش داده شوند.

جدول ۹- شاخص‌های برازش مدل

شاخص‌های برازش مطلق		شاخص‌های برازش تطبیقی			شاخص‌های برازش مقتصد			
GFI	AGFI	CFI	NFI	TLI	PCFI	PNFI	RMSEA	CMIN/DF
۰/۹۶	۰/۹۴	۰/۹۷	۰/۹۶	۰/۹۳	۰/۵۸	۰/۵۵	۰/۰۶	۲/۶۵

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از مؤلفه‌ها و همچنین سازوکارهای تسریع‌کننده جهانی‌شدن، فناوری‌های اطلاعاتی - ارتباطی همچون شبکه‌های اجتماعی مجازی است. استفاده از این ابزارها باعث هرچه نزدیک‌تر شدن انسان‌ها و جوامع به یکدیگر می‌شود و آنچه در پی دارد،

تأمل بیشتر در مورد عناصر فرهنگی سایر جوامع است. آن گونه که برخی از اندیشمندان معتقدند، فناوری‌هایی از قبیل اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی همچون سوپرمارکتی فرهنگی عمل می‌کنند و در این فضا، کنشگران در معرض کالاهای فرهنگی سایر نقاط مختلف جهان قرار می‌گیرند و در مورد آن تعمق می‌کنند. بر اساس یافته‌ها، هر چه پاسخگویان از شبکه اجتماعی فیس‌بوک بیشتر بهره می‌برند، در هویت خویش، بیشتر بازناندیشی می‌کردند که این خود تأییدکننده دیدگاه گیدنز و برگر است. برگر ارتباط جمعی مدرن را یکی از دو تجربه خاص مدرن تلقی می‌کند. گیدنز نیز با تأکید بر اطلاعات، به نقش این پدیده در تجدید نظر اساسی در عرف و سنت‌ها اشاره دارد.

در زمینه تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت بازناندیشانه کاربران می‌توان گفت که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت، نوع استفاده، نوع امکانات و قابلیت‌های فیس‌بوک و هویت بازناندیشانه رابطه معنادار مثبت وجود دارد. به این معنا که هر چقدر میزان این متغیرها افزایش پیدا می‌کند، هویت بازناندیشانه کاربران هم تقویت می‌شود. یافته‌های پژوهش ذکایی و خطیبی (۱۳۸۵)؛ شالچی (۱۳۸۴)؛ دادگران و همکاران (۱۳۹۰)؛ عدلی‌پور (۱۳۹۱)؛ کلی (۲۰۰۷) و گراسموک (۲۰۰۹) نیز حاکی از این امر است که حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت، باعث شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن در بین کاربران، بویژه کاربران جوان می‌شود. درباره رابطه معنادار جنسیت و هویت بازناندیشانه، یعنی بازناندیشی بیشتر دختران نسبت به پسران، می‌توان به بحث بک درباره بازناندیشی در عصر جدید اشاره کرد. وی معتقد است در دورانی که هویت‌های قدرتمند ساخته و پرداخته طبقه، خانواده، رابطه جنسیتی پدرسالارانه، اجتماع یا کلیسا، تا حد زیادی مستهلک شده‌اند، این امر به گسترش حوزه عمل آزادی فردی، بخصوص برای زنان، کمک می‌کند. جنکینز نیز در بحث از هویت، به اهمیت جنسیت می‌پردازد و آن را ابزاری برای بسیج سیاسی می‌داند. وی به تلاش‌های زنان در دهه‌های اخیر اشاره می‌کند که در سراسر جهان هویت‌های جا افتاده خود را مورد سؤال قرار داده و با آن به مبارزه برخاسته‌اند (ترجمه یاراحمدی، ۱۳۹۱، ص ۱۳). به نظر می‌رسد بازناندیشی بیشتر زنان نسبت به مردان، ناشی از این فضای به وجود آمده به نفع زنان است.

در مجموع، با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر می‌توان گفت؛ حضور در فضای مجازی شبکه اجتماعی فیس‌بوک با توجه به خصوصیات و امکانات خاص این فضا که بیشتر متأثر از دو خاصیت ذاتی آن یعنی فضابودگی - نداشتن چارچوب‌های فیزیکی و مکانی مشخص - و مجازی بودن است (نظیر امکاناتی از قبیل: گمنامی، تعامل همزمان و غیرهمزمان با طیف وسیعی از دیگری‌ها اعم از در دسترس یا دور از دسترس در دنیای واقعی و در پی آن؛ دیدن بازتاب خود در ارتباط با سایرین، رویارویی با فضاها و جریان‌های ناآشنا، پشت سر نهادن نسبی مرزهای طبیعی و اجتماعی موجود در دنیای واقعی، دسترسی سریع و به نسبت آسان به طیف وسیعی از اطلاعات؛ اعم از محلی، جهانی، تخصصی، عمومی و غیره، تعامل و ارتباط صرفاً مبتنی بر نوشتار با سایرین و بی‌نهایت امکان دیگر) کاربران فضای مجازی بویژه کاربران حرفه‌ای و پرمصرف جوان ایرانی را با توجه به ساختارهای عینی و ذهنی جوامع نیمه سنتی، نیمه مدرن، پساسنتی و پیشامدرن خودشان قادر می‌سازد برخی از تجارب خرد و کلان ویژه زندگی در جوامع مدرن کنونی را با توجه به ساختارها، نهادها و ساخت‌های مختص این نوع جوامع کسب و از آنها تأثیرپذیرند؛ تجاربی نظیر جدایی مکان از فضا، برقراری روابط دوستانه و صمیمی با افراد متعدد و متفاوت همراه با احساس نوعی تعهد درونی به رابطه، اعتماد به افراد و ساختارهای نامرئی با در نظر گرفتن و پذیرفتن بیم‌ها و مخاطرات موجود، تجربه آزادی، استقلال و قدرتمندی فردی، سیال بودن و جهان‌وطنی، تجربه بازان‌دیشی دایمی و مداوم و غیره.

ترکیب این تجارب به نسبت مشترک بین فضای مجازی شبکه اجتماعی فیس‌بوک و دنیای مدرن همراه با دو پیامد دیگر حضور در این فضا، نخست، افزایش دامنه تعاملات اجتماعی فرد کاربر در فضای مجازی و به تبع آن، در دنیای واقعی، با هر دو جهان معاصران در دسترس و غیر دسترس و در پی آن، افزایش سرمایه اجتماعی فرد را در پی دارد و دوم، به دلیل دستیابی کاربر فضای مجازی به دامنه وسیعی از اطلاعات گوناگون و در پی آن افزایش قدرت نمادین فرد، به تدریج، پنداشت کاربر جوان ایرانی را از کیستی و چیستی خود، دیگران و جهان پیرامونش دگرگون می‌سازد و در نهایت، باعث شکل‌گیری هویتی به نسبت سیار، ناپایدار، بازان‌دیشانه و متکثر در وی می‌شود؛ هویتی که با توجه به برخی خصوصیات، می‌توان آن را هویت مدرن یا بازان‌دیشانه نامید.

در کل، نگرش‌های کاربران درباره تغییرات هویتی خود از زمان کاربری شبکه‌های اجتماعی مجازی تاکنون، بیانگر دستیابی آنان به برخی از شاخص‌های کلیدی هویت بازانديشانه در پرتو حضور در فضای مجازی فیس‌بوک و بهره‌گیری از این فناوری اطلاعاتی - ارتباطی مدرن است. چنان که می‌توان به وضوح مشاهده کرد؛ کاربرانی که مدت زمان بیشتری از وقت خود را صرف فعالیت جدی و مستمر در شبکه می‌کنند، بخصوص کاربرانی که فضایی از شبکه را به هر نحو ممکن، به توزیع دستاوردها و نشر عقاید خود اختصاص می‌دهند، از این رو، در کل، تا حد قابل ملاحظه‌ای به شبکه وابسته و متکی هستند، در پناه این حضور و فعالیت مستمر در فضای مجازی بیش از سایر کاربران، تغییرات جدی را بویژه در بعد هویتی پذیرا می‌شوند و بیش از پیش به کلیدی‌ترین شاخص‌های هویت بازانديشانه دست می‌یابند.

با پدید آمدن عصر اطلاعات و شکل‌گیری فضاهاى مجازى، هویت و پیچیدگی، بیش از پیش یافته است. در این فضا، هر کاربری می‌تواند فارغ از الزامات و خصایص طبیعی و وجودی خویشتن، ظاهر شود و خود را آن طور که می‌خواهد، بنمایاند و در معرض دیگران قرار دهد. این جریان، سبب می‌شود که فرد از پيله تنگ هویت‌های گروهی و محلی، به درجات رها شود و فارغ از تاریخ و فرهنگ خویشتن، در فضاهاى مجازى سیر کند. ناگفته پیداست که هویت در این فضا، مجازى است. از اینجاست که فرد تمامی مرزهای فرهنگی، سیاسى و اجتماعى را پشت سر می‌گذارد و با حرکت در امتداد بردارهای زمان و مکان، به سادگی این سو و آن سو می‌رود. با این توضیح، وظیفه‌ای که بر دوش رسانه ملی نهاده شده، بسی حساس، اساسی، مهم و به غایت دشوار است. با کمی تسامح، اساسی‌ترین رسالت رسانه ملی را می‌توان ایجاد همگونی و همبستگی جمعی و مقابله با شکاف و شقاق اجتماعى برشمرد؛ یعنی درست نقطه مقابل جریانی که تاریخ و جوامع به سمت آن سیر می‌کنند. به‌عنوان یک راهکار یا پیشنهاد عملی و اجرایی برای رسانه ملی، باید گفت که تحت چنین شرایطی، بهترین گزینه برای رسانه ملی، نوعی راهبرد فرهنگی است که اگر قرار باشد برای آن نامی انتخاب شود، نام «سیاست وحدت در تكثر فرهنگی» مناسب‌ترین است. رسانه ملی باید بتواند به کمک زبان مشترک ملی نقطه اتکای وحدت نمادی، یا به عبارتی چارچوب

فراگفتمانی^۱ جامعه را تشکیل دهد، به طوری که این چارچوب فراگفتمانی بتواند دربرگیرنده انواع خرده‌فرهنگ‌های قومی، زبانی و حرفه‌ای و گفتمان‌های شناختی، ارزشی، هنجاری و رویه‌ای متنوع باشد.

به نظر می‌رسد که رسانه ملی ضروری است تحولات عظیم و پرشتاب صورت گرفته در مقیاس جهانی و بویژه در عرصه فناوری اطلاعاتی و ارتباطی را با دیده باز، موشکافانه و لحظه به لحظه رصد کند و با اخذ رویکردی آینده‌پژوهانه و با وقوف به ذات و ماهیت این نوع تحولات، اتفاقات و رویدادهای آینده را دست‌کم در کوتاه مدت و میان مدت پیش‌بینی نماید و پیش از آنکه چرخ‌های سنگین فناوری جدید، مظاهر سنت‌ها، ارزش‌ها و فرهنگ ما را از بین ببرد، در استفاده از آن برای تصویب فرهنگ خودی و وحدت ملی بکوشد. برای تحقق این هدف، کمترین تلاش، افزایش دانش، سواد رسانه‌ای و آگاهی نوجوانان و جوانان از مؤلفه‌های ابعاد مختلف هویت، منطبق با ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگ ایرانی و اسلامی است که از طریق ساخت سریال‌های تلویزیونی درباره قهرمانان ملی در عرصه‌های گوناگون، فیلم‌های سینمایی، سریال‌های تاریخی و برنامه‌های مستند امکان‌پذیر می‌شود تا گامی هر چند کوچک در راه مقابله با هجوم همه‌جانبه فرهنگی و اجتماعی کشورهای غربی علیه هویت نوجوانان و جوانان، بویژه هویت اجتماعی و فرهنگی آنان برداشته شود. همچنین، حضور منظم و فعال در فضاهای مجازی، تولید بازی‌های رایانه‌ای بومی، گسترش شبکه‌های ماهواره‌ای ایرانی، گسترش کانال‌های تلویزیونی، توسعه رادیوهای تخصصی و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی مجازی ملی، از دیگر اقداماتی است که رسانه‌های کشور می‌توانند در زمینه آن نقش‌آفرینی کنند.

منابع

- برگر، پیتر و همکاران. (۱۳۸۱). *ذهن بی‌خانمان، نوسازی و آگاهی* (ترجمه محمد ساوجی). تهران: نی.
- تنهایی، ابوالحسن. (۱۳۸۵). بازنگری شرح ذابتلین از چشم‌انداز دیالکتیکی خود، کنش و حال در نظریه جورج هربرت مید. *فصلنامه تخصصی دانشگاه آزاد اسلامی*، ۲ (۱).

- جنکینز، ریچارد. (۱۳۹۱). **هویت اجتماعی** (ترجمه تورج یاراحمدی). تهران: شیرازه.
- دادگران، محمد؛ ببران، صدیقه و علی‌پورتبیزی‌نژاد، زری. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر اینترنت بر شکل‌گیری و رشد هویت بازان‌دیشانه. **فصلنامه فرهنگ ارتباطات**، ۳ (۳).
- ذکایی، محمد سعید و خطیبی، فخره. (۱۳۸۵). اینترنت و تغییرات هویتی. **مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، ۲ (۷).
- شالچی، سمیه. (۱۳۸۴). **هویت بازان‌دیشانه و رسانه‌ها: بررسی شکل‌گیری هویت بازان‌دیشانه و ارتباط آن با رسانه‌ها**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- عدلی‌پور، صمد. (۱۳۹۱). **تبیین جامعه‌شناختی پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان شهر اصفهان**. رساله کارشناسی ارشد. اصفهان: دانشگاه اصفهان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- کرم‌الهی، نعمت‌الله. (۱۳۹۰). **اینترنت و دینداری**. قم: بوستان کتاب.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۸). **تجدد و تشخص** (ترجمه ناصر موفقیان). تهران: نی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۹). **پیامدهای مدرنیت** (ترجمه محسن ثلاثی). تهران: مرکز.
- Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**. Vol. 133, pp. 210- 230.
- Grasmuck, S. (2009). Facebook & Identity. **Journal of Computer-Mediated Communication**. 15, pp. 158-188.
- Kelley, F.L. (2007). **Face-Time: The Construction of Identity on Facebook**. London: Wadsworth.
- Martin, J.; Zhao, S. & Grasmuck, S. (2007). Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships. **Computers in Human Behavior**. 24, pp. 1816-1836.
- Moinian, F. (2006). **The Construction of Identity on the Internet: Oops! I've Left My Diary Open to the Whole World!**. London: Sage Publications.

Pempek, T.A.; Yermolayeva, Y.A. & Calvert, S.L. (2009). College Students' Social Networking Experiences on Facebook. **Journal of Applied Developmental Psychology**, 30, pp. 227-238.

Turner, J. H. (2003). **The Structure of Sociological Theory**. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.

Valkenburg, Patti; Schouten, A. & Jochen, P. (2005). Adolescent's Identity Experiments on the Internet. **Journal of new media & society**. Vol. 7, No. 3, pp. 383- 402.