

مطالعه گمنامی در روابط اینترنتی و عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر آن

محمدامین کنعانی، استادیار، گروه جامعه‌شناسی دانشگاه گیلان، ایران*

حمیده محمدزاده، دانش‌آموخته جامعه‌شناسی دانشگاه گیلان، ایران

چکیده

یکی از امکاناتی که اینترنت در اختیار کاربران خود قرار می‌دهد، امکان پنهان کردن هویت در این فضا و ایفای نقش‌های متعدد است. هدف پژوهش حاضر ارائه توصیف و تبیینی از رابطه گمنامی در صحنه مجازی با ویژگی‌های فردی و محیطی در آن صحنه با استفاده از نظریه نمایشی گافمن و ترکل است. روش پژوهش، پیمایش و جامعه آماری، همه دانشجویان دانشگاه گیلان است که با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای و تصادفی ساده، ۳۷۲ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. براساس یافته‌ها، پسران بیش از دختران و دانشجویان با پایگاه تحصیلی پایین‌تر بیش از دانشجویان با پایگاه تحصیلی بالاتر به گمنامی در روابط اینترنتی تمایل دارند و این رابطه از نظر آماری نیز معنادار است؛ همچنین افزایش متوسط ساعات کاربرد اینترنت در هفته، استفاده از سایت‌های همسریابی، ویلاگ، چت‌روم و محدودیت‌های سنتی مرتبط با برقراری دوستی با جنس مخالف، رابطه معناداری با گمنامی در روابط اینترنتی داشته‌اند. در مجموع، متغیرهای پایگاه تحصیلی و محدودیت‌های سنتی ۴۱/۵ درصد از تغییرات متغیر گمنامی در روابط اینترنتی را تبیین می‌کنند. متغیر پایگاه تحصیلی رابطه منفی و متغیر محدودیت‌های سنتی رابطه مثبتی با میزان گمنامی در روابط اینترنتی داشته‌اند. این نتایج نشان می‌دهند کاربران اینترنت برای کاستن از بار محدودیت‌های سنتی مرتبط با ایجاد روابط در صحنه واقعی، از طریق گمنامی در صحنه مجازی، به‌عنوان کنشگری فعال ایفای نقش می‌کنند.

واژه‌های کلیدی: گمنامی در روابط اینترنتی، صحنه مجازی، محدودیت‌های سنتی، پایگاه تحصیلی

مقدمه و بیان مسأله

اینترنت به عنوان پدیده جدید در عصر حاضر، بخش مهمی از زندگی روزانه افراد را در بر گرفته است و میلیون‌ها نفر برای برقراری ارتباط و به دست آوردن اطلاعات از آن استفاده می‌کنند. این رسانه، جهان (فضا یا محیط) جدیدی را به موازات جهان واقعی به وجود آورده است که بی‌مرز، بی‌مکان و به تعبیر دقیق‌تر «جهان مجازی»^۱ نام گرفته است. در این محیط، عامل زمان و مکان کمرنگ شده است و دوری و نزدیکی عاملی خنثی در ارتباط‌های محلی و جهانی محسوب می‌شود و فضای ارتباطی جدیدی پدید آمده است که صنعت جدیدی از ارتباط‌ها به نام ارتباط همزمان را رقم زده است (معیدف، ۱۳۸۴: ۱۴).

جهان مجازی در واقع نوعی فرافضا و فضای ذهنی است (کاستلز و اینس، ۱۳۸۴: ۴۷)؛ فضایی که همه‌جا هست اما هیچ‌کجا نیست؛ فضایی است که در پرتو در دسترس قرار دادن اطلاعات وسیع و سریع، به فرد قدرت نمادین بیشتر و امنیت روانی گسترده‌تری می‌بخشد اما در همان حال او را وابسته‌تر، بی‌قدرت‌تر و مضطرب‌تر از پیش می‌کند. فضای سیال و بی‌حد و مرزی که به‌سادگی و همیشه در دسترس همگان است اما به همان سادگی که ایجاد می‌شود، از بین رفته، محو می‌شود؛ به عبارت دیگر، فضایی است که کاربران می‌توانند به واسطه حضور نداشتن نشانه‌های فیزیکی، هویت‌های مختلفی را درون سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی ارائه، ایفا و حتی پنهان کنند (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵: ۱۱۳؛ Bullingham & Vasconcelos, 2013: 103) و ویژگی‌های منحصر به فردی نسبت به فضای واقعی برای خود به ارمغان بیاورند.

سنگ‌بنای فرهنگ اینترنت، گمنامی^۲، ارتباط‌های ناشناس و ایفای نقش در فضای مجازی است. محیط اینترنتی به‌طور منحصر به فردی برای ارتباط‌های گمنام یا با نام مستعار

مناسب است. کاربران برخط^۳ درباره اینکه چه مقدار اطلاعات درباره خودشان بدهند یا ناشناس باقی بمانند، مختارند؛ همچنین این امکان را دارند که پناهگاهی برای خود پشت یک نام مستعار انتخاب کنند. این نوع از هویت‌زایی (هویت گمنام و با نام مستعار)، پیامدهای پیچیده‌ای دارد؛ از یک طرف، ارتباط‌ها را گسترش می‌دهد و از سوی دیگر، اشتباه را تشویق می‌کند و به‌ویژه تصویری را به وجود می‌آورد که کاربر نتواند مسئولیت اعمال و کلمات خود را بر عهده بگیرد؛ همچنین گمنامی به کاربران اجازه می‌دهد بدون اینکه در برابر عکس‌العمل یا واکنش دیگران احساس خطر کنند، رفتار خصمانه یا دوستانه داشته باشند (Iane, 2011: 126; McInyre, 2004: 90)؛ بنابراین، چنین شرایطی پیامدهای جدیدی را در استفاده از فضای مجازی فراهم می‌کند.

استفاده از این ویژگی سبب شده است کاربران در این فضا هم نویسنده متن باشند و هم نویسنده هویت خودشان (Turkle, 2013: 26)؛ بسیاری از آنها در فضای مجازی هویت واقعی خود را کنار می‌گذارند و هویت جدیدی از خودشان (هویت دلخواه یا ایده‌آل) یعنی هویت آنلاین می‌سازند؛ به این ترتیب، اینترنت و واقعیت مجازی امکانات انجام انواع تازه‌ای از تعامل‌های دوسویه را فراهم آورده‌اند (اسلوین، ۱۳۸۰: ۸۳). گمنامی تا زمانی که مشارکت‌کنندگان تصمیم بگیرند هویت حقیقی‌شان را برای سایرین آشکار سازند - که شاید این موضوع در عمل هرگز اتفاق نیفتد - درون برنامه‌های چت باقی می‌ماند؛ حتی اگر مشارکت‌کنندگان نام مستعار و دیگر اطلاعات شخصی خود را تغییر دهند یا روش‌های بیان هویت خود را عوض کنند، گمنامی و احساس متعاقب آن، این امکان را به آنها می‌دهد تا هر نقش دیگری را برگزینند که خیلی دور یا خیلی نزدیک به خود واقعی آنهاست (Murphy & Collins, 2000: 181).

دو دسته از عوامل به‌طور معمول بر نحوه نمایش و ارائه خود در صحنه مجازی یا بر گمنامی در این فضا مؤثر شناخته شده‌اند؛ یک دسته ویژگی‌های خود کاربران و دیگری

¹ Virtual World

² Anonymity

³ Online

اساسی که مطرح می‌شوند عبارتند از:

کدام یک از ویژگی‌های فردی کاربران جوان و دانشجو (از قبیل جنس، سن، مقطع تحصیلی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی) و کدام یک از ویژگی‌ها و الگوهای مرتبط با استفاده از اینترنت (از قبیل سابقه استفاده، متوسط ساعات استفاده، نوع استفاده و محیط تعاملی اینترنت) نقش بیشتری در حضور گمنام کاربران جوان در محیط مجازی دارند؟ آیا محدودیت‌ها و سنت‌های حاکم بر جامعه و خانواده ایرانی در حضور گمنام کاربران جوان در محیط مجازی نقش دارند؟ از این رو، هدف پژوهش حاضر تلاش برای ارائه توصیف و تبیین از نقش ویژگی‌های کاربران جوان اینترنت و الگوهای استفاده از آن و همچنین نقش محدودیت‌های سنتی بر میزان گمنامی در روابط اینترنتی است.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های داخلی انجام‌شده درباره گمنامی در روابط اینترنتی اندک است. در همین پژوهش‌های اندک نیز نقش ویژگی‌های کاربران و محیط مجازی بر گمنامی بررسی نشده است و در بیشتر آنها گمنامی به‌عنوان متغیر مستقل یا پیش‌بین به کار برده شده است نه متغیر وابسته یا ملاک؛ برای مثال دهقان و نیک‌بخش (۱۳۸۵)، در مقاله‌ای با عنوان «مطالعه شیوه رفتار افراد در محیط‌های مجازی: شکل‌گیری روابط صمیمانه در اتاق‌های گپ‌زنی اینترنت»، به ویژگی‌های اینترنت به‌ویژه نداشتن حضور فیزیکی و گمنامی اشاره کرده‌اند و معتقدند کاربران به‌واسطه گمنامی در این اتاق‌ها به بازی کردن نقش و خودافشایی می‌پردازند و با بیان آنچه در دنیای واقعی امکان‌ناپذیر است را ندارند، زمینه برقراری ارتباط در محیط مجازی را برای شکل‌گیری روابط صمیمانه آماده می‌کنند.

ذکایی و خطیبی (۱۳۸۵)، پژوهشی در زمینه رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن انجام داده‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت

ویژگی‌های محیط‌های مجازی. همه کاربران به یک اندازه به پنهان کردن هویت یا عکس آن به‌خودنمایی^۱ اقدام نمی‌کنند (Kalinowski & Adam matei, 2011: 7-8؛ Chiou, 2007: 725؛ Jiang et al., 2011: 58-59). فعالیت‌هایی مانند وبلاگ‌نویسی از طرف کسانی گسترش پیدا می‌کنند که تمایل بیشتری به خودافشاسازی دارند. کسانی که به‌سبب فعالیت‌های تجاری مجازی از اینترنت استفاده می‌کنند، تمایل چندانی به گمنامی ندارند اما مشارکت در محیط‌هایی مانند اتاق‌های گفتگو در بیشتر موارد سبب روی آوردن به مخفی‌سازی هویت می‌شود (Whitty, 2008: 1709-1708; Chiou, 2007: 725). از طرف دیگر، میزان تمایل و اقدام به گمنامی بین کاربران برحسب ویژگی‌های جمعیت‌شناختی یکسان نیست. پژوهش‌هایی که درباره رابطه بین جنسیت، سن و گمنامی صورت گرفته است، نشان می‌دهد مردان نسبت به زنان تمایل بیشتری به پنهان کردن هویت خود دارند (Hollenbaugh & Everett, 2013: 287; Chiou, 2007: 726-727 & Whitty, 2008: 1711). افزایش سن تمایل به گمنامی در فضای اینترنت بین کاربران کاهش می‌یابد (Hollenbaugh & Everett, 2013: 287).

استفاده از اینترنت و حضور در صحنه مجازی در سال‌های اخیر به‌وسیله کاربران ایرانی و به‌ویژه جوانان و دانشجویان افزایش سریعی یافته است. یکی از مهم‌ترین دلایل این امر، تمایل جوانان به گسترش تعامل‌های اجتماعی با دیگران به‌سبب وجود محدودیت‌هایی در امکان برقراری این کنش‌ها در دنیای واقعی است. با توجه به اینکه ممکن است حضور گمنام در این فضا هم علل و هم پیامدهای مختلفی برای کاربران داشته باشد، لازم است در این زمینه پژوهش‌های مختلفی صورت گیرد تا هم عوامل مؤثر بر نحوه ارائه و نمایش خود در اینترنت و هم پیامدهای این نوع نمایش شناسایی شوند. با توجه به زوایای پنهان این امر و اهمیت بررسی پدیده گمنامی به‌عنوان متغیر وابسته، پرسش‌های

¹ Self-Presentation

تمایل به گمنامی در فضای اینترنت افزایش می‌یابد. ویتی (2008)، چگونگی ارائه خود در سایت‌های همسریابی را بررسی کرده است. یافته‌های مصاحبه با سی مرد و سی زن نشان می‌دهد نوع (نحوه) ارائه خود به روابط عاشقانه موفق‌تر منجر می‌شود؛ همچنین تفاوت‌های مهمی بین شروع ارتباط در یک سایت همسریابی اینترنتی و فضاهای دیگر (آنلاین و آفلاین) وجود دارد و این تفاوت‌ها شامل نحوه خودافشایی و میزان اطلاعاتی می‌شود که افراد قبل از شروع یک رابطه عمیق از خود بروز می‌دهند.

کنگ و همکاران (2013)، این موضوع را مطرح کرده‌اند که چرا مردم در روابط اینترنتی به دنبال گمنامی هستند؟ آنها ادعا می‌کنند تجربیات گذشته و شرایط زندگی سبب شده است افراد در پی گمنامی باشند و به آن دست پیدا کنند. این پژوهش کاربردهایی برای طرح جوامع برخط، راهکارهایی برای خط‌مشی‌ها و روش‌هایی برای بهبود ابزار گمنامی و آموزش کاربران درباره مسیرها و رفتارهای مختلف و متفاوت برای گمنامی در اینترنت ارائه کرده است.

بولینگهام و واسکنسلوس (2013)، با استفاده از نظریه گافمن هویت‌های برخط را مطالعه کرده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد کاربران اینترنتی همانند بازیگران روی صحنه گافمن در حال اجرای نقشند؛ زمانی که برخط هستند، شخصیت جدیدی از خود ارائه می‌دهند و زمانی که آفلاینند، به خود واقعی‌شان برمی‌گردند.

هولنباو و اورت (2013)، با کمک روش کمی اثر گمنامی در خودافشاسازی در وبلاگ‌ها را بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد کاربران زمانی اطلاعات بیشتری از خود بروز می‌دهند که به‌طور بصری شناسایی شده باشند (به‌اشتراک گذاشتن عکس از خودشان)؛ همچنین سن به‌طور معکوسی با مقدار و وسعت خودافشاسازی رابطه دارد. مقدار و میزان اطلاعاتی که زنان از خود بروز می‌دهند نیز نسبت به مردان بیشتر است و زنان بیشتر خودافشاسازی می‌کنند.

سبب شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن بین کاربران شده است و همچنین میزان دست‌یابی به هویت مدرن در فضای مجازی نیز، تابعی از میزان مصرف، نوع مصرف و نحوه ارائه و مدیریت خود کاربران در فضای مجازی است.

کفاشی (۱۳۸۸)، تأثیری را بررسی کرده است که اینترنت بر ارزش‌های خانواده دارد. او به این نتیجه رسیده است که بین احساس رضایت از گمنامی در اینترنت و ارزش‌های خانواده رابطه آماری معکوسی وجود دارد.

ربیعی و شاه‌قاسمی (۱۳۸۸)، در پژوهش خود بر این باورند که ویژگی رمزآلود بودن روابط اینترنتی سبب می‌شود نوعی حس کنجکاوی بین کاربران شکل بگیرد و کاربران از خود بپرسند: کسی که من با او ارتباط برقرار می‌کنم چه شکلی است؟ قد او چقدر است؟ چند سال دارد؟ آیا از جنس مخالف است یا می‌خواهد مرا فریب دهد؟...

زارع شاه‌آبادی و زارع‌بیدکی (۱۳۹۲)، آسیب‌شناسی روابط اینترنتی بین دانشجویان را بررسی کرده‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که بین آسیب‌های اینترنتی و گمنامی ارتباط معناداری وجود دارد.

عبداللهیان و همکاران (۱۳۹۲)، ساختار، کنش‌های متقابل، گمنامی و شیوه بازتاب «خود» در چهار شبکه اجتماعی مجازی را مطالعه و مقایسه کرده‌اند. نتایج آنها نشان می‌دهد شیوه بازتاب «خود» تحت تأثیر ویژگی‌های ساختاری، گمنامی یا هنجارها در دنیای مجازی شکل می‌گیرد.

پژوهش‌های خارجی در زمینه گمنامی در روابط اینترنتی سابقه طولانی‌تری دارد؛ برای مثال کلینگ و همکاران (1999)، گمنامی در ارتباط‌های اینترنتی را ارزیابی کرده‌اند و معتقدند ارتباط‌های بی‌نام و نشان در اینترنت فرصت‌های جدیدی را پیشنهاد می‌کند اما خطرهای جدی نیز دارد.

چیو (2007)، ویتی (2008) و جیانگ و همکاران (2011)، در پژوهش‌های خود نشان داده‌اند مردان نسبت به زنان تمایل بیشتری به پنهان کردن هویت خود دارند و با افزایش سن

حضار نشان می‌دهند، همان چیزی باشد که تمایل دارند به دیگران معرفی کنند؛ یعنی، علاقه‌مندند هویتی را بنا کنند که دیگران تأیید می‌کنند (برگر و لوکمان، ۱۳۷۵: ۲۴۰-۲۳۶).

در دیدگاه گافمن، افراد با تعامل‌ها (ارتباط‌ها) و اجراها درگیرند. او واژه اجرا^۳ را برای همه فعالیت‌های شخص در حضور پیوسته مجموعه خاصی از مشاهده‌گران و اثرهایی که روی آنها می‌گذارد، به کار می‌برد. هدف این فعالیت‌ها تأثیر گذاشتن به‌طور خاص بر مخاطب است؛ به عبارت دیگر، محیط اجتماعی و تفسیرهای حضار تا حدودی اجراها و تأثیرها را شکل می‌دهد. یک بعد مهم از اجرا «نمای»^۴ آن است. نما عبارت است از همه امکانات ثابتی که فرد به‌طور عمدی یا سهوی در خلال اجرای خود به کار می‌گیرد؛ یعنی بخشی از اجرای افراد که با کارکردهای منظم و سبک ثابت می‌خواهد موقعیت را برای کسانی تعریف کند که اجرا را تماشا می‌کنند. او از طریق یافته‌های خود به این نتیجه رسید که بین اجراهای افراد و هویت اجتماعی رابطه‌ای وجود دارد و ادعا کرد که بعضی از نماها شیوع می‌یابند و حضار و اجراکنندگان از لحاظ اجتماعی آنها را می‌پذیرند (گافمن، ۱۳۹۱: ۳۴-۳۳). گافمن نما را به دو بخش محیط^۵ و نمای شخصی^۶ تفکیک کرده است. محیط عبارت است از همه اقلام پس‌زمینه‌ای که منظره و فضا را برای اجرای کنش فراهم می‌کنند. محیط از لحاظ جغرافیایی به‌طور معمول ثابت است. به طوری که وقتی فرد از یک محیط خاص به‌عنوان بخشی از اجرای خود استفاده می‌کند، نمی‌تواند کنش خود را قبل از ورود به آن آغاز کند یا بعد از خروج از آن به پایان برساند (گافمن، ۱۳۹۱: ۳۴). او اصطلاح نمای شخصی را برای سایر اقلامی که به کار می‌برد که به شکل بسیار نزدیکی با خود شخص بازیگر در ارتباط قرار دارند. از جمله جنس، سن، ویژگی‌های

پژوهش‌های انجام شده در داخل کشور درباره گمنامی در روابط اینترنتی، گمنامی را یکی از ویژگی‌های اینترنت معرفی کرده‌اند و بیشتر، نگاهی آسیب‌شناسانه و منفی به این ویژگی داشته‌اند؛ همچنین برای بررسی این موضوع به ویژگی‌های کاربران و ویژگی‌های فضای مجازی به‌عنوان صحنه کنش و اجرا کمتر توجه شده است و بیشتر بر خود گمنامی و پیامدهای آن تمرکز شده است. در حالی که شناسایی و مطالعه ویژگی‌های افرادی که به گمنامی روی می‌آورند و ویژگی‌های صحنه اجرا نیز اهمیت دارد. اگرچه پژوهش‌های انجام گرفته در خارج از کشور در فضای اجتماعی و فرهنگی متفاوتی با ایران انجام گرفته است و از نتایج آنها نمی‌توان به‌طور کامل در کشور استفاده کرد، به فهم ما درباره کمیّت و کیفیت و اهمیت چنین رابطه‌ای کمک می‌کنند.

چارچوب نظری

اروینگ گافمن در اثر تأثیرگذار خود به نام «نمود خود در زندگی روزمره»^۱، ارتباط‌های متقابل و چگونگی ارائه یک تصویر مطلوب از جانب افراد با یک برنامه قبلی و استفاده از صحنه نمایش برای مقایسه رفتار دیگران (افراد) در جلوی صحنه و پشت صحنه را بررسی کرده است. در طی تعامل‌ها، شرکت‌کنندگان به‌عنوان مجری^۲ در نظر گرفته می‌شوند. زمانی که مجری، جلوی صحنه است، می‌داند حضار او را مشاهده می‌کنند؛ در نتیجه نقش‌هایی را اجرا می‌کند که براساس قوانین و رسوم اجتماعی باشند و تصویرها و شخصیت‌هایی را بازی می‌کند که حضار ایفاکردن آنها را دوست دارند (گافمن، ۱۳۹۱: ۳۰)؛ به عبارت دیگر، او معتقد است افراد هنگام کنش متقابل با دیگران در تلاشند آن جنبه‌هایی از خود را به نمایش بگذارند که دیگران آنها را تأیید و پذیرش کنند. کنشگران امیدوارند خودی را که به

³ Performance

⁴ Front

⁵ setting

⁶ Personal front

¹ The presentation of self in everyday life

² Performer

اساس باید دو گونه هویت در این فضا برای کاربران مشخص کرد: هویت آفلاین و هویت آنلاین. تعریف این دو نوع هویت چنین است: هویت آفلاین در واقع معادل هویت واقعی و عینی ماست اما هویت آنلاین بسیار انعطاف‌پذیرتر است و منظور از آن هویت‌های اجتماعی است که کاربران اینترنتی در اجتماع‌های مجازی برای خود پایه‌ریزی می‌کنند. افراد از راه هویت‌های آنلاین آزادند خودشان را آن‌طور که دوست دارند و به‌طور ایده‌آل بازتعریف کنند (صوفی، ۱۳۸۵: ۲). گافمن اینگونه رفتارها را مصرف مخفیانه^۲ می‌نامد و آنها را به این صورت توضیح می‌دهد: اگر کسی بخواهد در طول اجرایش به معیارهای ایده‌آل نمود ببخشد، مجبور است کنش‌هایی را که با این معیارها تناسب ندارند، مخفی یا حذف کند. وقتی این کنش‌های نامتناسب در شیوه دیگر رضایت‌بخش باشند، بیشتر به شکلی مخفیانه دنبال می‌شوند؛ در این شیوه مجری می‌تواند به قول معروف هم خدا را داشته باشد هم خرما را (گافمن، ۱۳۹۱: ۵۴).

از آنجا که امروزه ارتباط‌های الکترونیکی اجازه مصرف مخفیانه را به کاربران می‌دهند، این امر از نظر گافمن به سبب فاصله زیاد بین اجراکنندگان و حضار است که می‌خواهند آنها را شگفت‌زده کنند. دسترسی نداشتن حضار به پشت صحنه (آفلاین)، چنین ظرفیتی را برای مخفی‌کاری‌های بیشتر از طرف اجراکنندگان ایجاد می‌کند؛ بنابراین شرکت‌کنندگان محیط‌های مجازی به راحتی می‌توانند جنبه‌هایی از شخصیت خود را پنهان کنند که نمی‌خواهند توسط دیگران شناخته شود و بر جنبه‌هایی تأکید کنند که بتوانند آنها را معرفی کنند. چنین ارائه‌ای از خود آنلاین (زمانی که آنلاینند)، ممکن است آنها را از محدودیت‌های آفلاین بازدارد (گافمن، ۱۳۹۱: ۵۵)؛ بنابراین افراد در محیط‌های مجازی تلاش می‌کنند هویت اصلی خود را پنهان کنند و خودشان را به صورت ایده‌آل و مطلوب به نمایش بگذارند.

قومی و حتی جنه و قیافه، عادات کلامی، حالت‌های چهره و مانند اینها. برخی از این ویژگی‌های شخصی مثل ویژگی‌های قومی، نسبتاً ثابت و برخی مانند حالت‌های چهره متغیر و موقتند (گافمن، ۱۳۹۱: ۳۵-۳۶).

عناصر سازنده ویژگی‌های شخصی براساس اطلاعاتی که منتقل می‌کنند، به دو بخش قیافه^۱ و منش^۲ تقسیم می‌شوند. قیافه یا همان ویژگی‌های ظاهری، عناصری‌اند که کارشان نشان دادن پایگاه اجتماعی بازیگر هنگام اجراست. منش به عناصری گفته می‌شود که کارشان آگاهی‌دادن درباره نقشی است که بازیگر قصد دارد در موقعیت پیش رو بر عهده بگیرد (گافمن، ۱۳۹۱: ۳۶)؛ البته بیشتر انتظار می‌رود بین قیافه و منش یک همخوانی اطمینان‌بخش برقرار باشد؛ به عبارت دیگر، انتظار داریم تفاوت‌های پایگاه اجتماعی کنشگران در تفاوت در نقش‌های مورد انتظار از آنها به طریقی بروز یابند؛ البته همیشه اینگونه نیست و امکان اینکه قیافه و منش با هم مغایرت داشته باشند نیز وجود دارد. مثل زمانی که بازیگری که پایگاه بالاتر دارد، برخلاف انتظار، به شیوه‌ای تساوی‌طلبانه یا صمیمانه و متواضعانه رفتار کند (گافمن، ۱۳۹۱: ۳۷-۳۶).

اگرچه گافمن درباره ارتباط‌های الکترونیکی بحث نکرده است، بسیاری از محققان به دنبال گسترش استفاده از فضای مجازی، کنش‌های کاربران را براساس دیدگاه گافمن تبیین کرده‌اند. برای مثال بولینگهام می‌نویسد گافمن بر این عقیده است که افراد هنگام اجرای نقش و در تعامل‌های فیزیکی با دیگران و در مقابل حضار از نقاب‌هایی استفاده می‌کنند. آواتارها همان نقاب‌هایی‌اند که کاربران در فضای مجازی برای پنهان کردن هویت اصلی خود و بازی کردن نقش‌ها و شخصیت‌های مختلف آنها را به کار می‌گیرند. افراد در فضای مجازی نقش‌ها و هویت‌های چندگانه و گوناگونی را به اجرا می‌گذارند (Bullingham & Vasconcelos, 2013: 104). بر این

¹ appearance

² manner

³ Secret Consumption

دامنه گسترده‌ای از علامت‌های هویتی را ارائه کنند که به ارتباط‌های آنها رونق می‌بخشد (Bullingham & Vasconcelos, 2013: 102-103).

با نگاه به نظریه‌های گافمن و شری ترکل این نتیجه به دست می‌آید که اینترنت چهارچوب‌های تعاملی جدیدی را در برقراری ارتباط‌های بین‌فردی ایجاد کرده است که علی‌رغم محدودیت‌های ذاتی خود، فرصت‌های جدیدی را نیز برای نمایش شخصیت در اختیار کاربران قرار می‌دهد. توصیف مجازی را که کاربران از ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی خود در فضای چت‌روم، وبلاگ و... به عمل می‌آورند، با توجه به گزاره‌های صحنه، نمای شخصی و مصرف مخفیانه می‌توان تبیین کرد. تلاش برای پیش‌دستی در گرفتن اطلاعات، شناسایی اولیه از مخاطب مورد گفتگو (کاربر اینترنتی)، توصیف انتخابی و گاه مبالغه‌آمیز یا نادرست از ویژگی‌های رفتاری - شخصیتی و نشان‌دادن همدردی و همسویی برای جلب پشتیبانی و حمایت عاطفی مخاطب از جمله زمینه‌های نشان‌دهنده تدارکات و آمادگی‌های «پشت صحنه‌ای» افراد، برای نمایش «روی صحنه‌ای» خود است. ماهیت غیر رو در روی ارتباط‌های الکترونیکی اینترنتی همچنین انگیزه بیشتری را برای کاربران آن در بازی با هویت، رفتارهای آزمایشی و ارائه تصویری غیرواقعی فراهم می‌کند که خطر شرمندگی در آن کمتر است (گافمن، ۱۳۹۱: ۳۵).

با توجه به محدودیت‌ها، مانع‌ها و سنت‌های موجود در جامعه و خانواده ایرانی، استفاده از اینترنت برای انجام امور و به‌خصوص برقراری ارتباط با دیگران و کسب اطلاعات و همچنین سهولت دسترسی به این ابزار ارتباطی در طول شبانه‌روز و مصرف مخفیانه آن و به‌خصوص پنهان‌ماندن فعالیت‌ها بین جوانان و دانشجویان افزایش می‌یابد و در این بین کاربرانی هستند که هویت جدیدی برای خود می‌سازند و در فضای مجازی نقش بازی می‌کنند. محیط‌های تعاملی مجازی گوناگون (چت‌روم، وبلاگ، شبکه‌های اجتماعی

یکی از محققانی که پژوهش‌های خود را براساس دیدگاه‌های گافمن استوار کرده، شری ترکل است. او در کتاب «زندگی بر صفحه نمایش»^۱ در پی پاسخ‌گویی به این پرسش اساسی است که چگونه رایانه‌ها بدون تغییر دادن شرایط زندگی ما، خودهای ما را تغییر می‌دهند؟ او معتقد است فضای مجازی در حال سوق‌دادن ما به فرهنگی پسامدرن بر مبنای تمایز و پراکندگی است؛ زیرا حضور در فضای مجازی به علت ویژگی‌های خاص آن از جمله امکان گمنامی و حذف نشانه‌های فیزیکی به خود کاربر اجازه می‌دهد به آسانی نقش‌های متعدد و متفاوتی را در زمان‌های مختلف به دلخواه و پسند خود، بازی کند. همچنین فضای مجازی، از نظر وی تا حدودی فضایی رهایی‌بخش است؛ زیرا به خود کاربر اجازه می‌دهد در آن واحد خالق، بازیگر، کارگردان، تهیه‌کننده و در مجموع همه‌کاره نمایش مطلوب خود باشد. از نظر او - همان طور که خودش اظهار می‌دارد - صفحه نمایش رایانه در واقع موقعیتی جدید برای تحقق خیال‌ها و تمایل‌های عقلانی یا نیازهای غریزی کاربران است (ترکل به نقل از زارع شاه‌آبادی، ۱۳۹۲: ۴۰). ترکل بر این باور است که وقتی مشغول کار با کامپیوتر هستیم، غیرعادی نیست که به‌طور هم‌زمان چندین صفحه باز داشته باشیم که در هر یک از صفحه‌ها، موضوع‌ها و خودهای متفاوتی را ارائه کنیم. از نظر او روابط آنلاین خودهای چندگانه‌ای هستند که در تمام فضاها (محیط‌های مجازی) گسترش یافته‌اند و حضور دارند و نقش‌های زیادی را در یک زمان مشابه بازی می‌کنند (Vasst, 2007: 186; Kalinowski & Adam Matei, 2011: 8). به عبارت دیگر، گسترش چشمگیر ارتباط‌های تکنولوژیکی شامل وب، چهره‌های چندرسانه‌ای مانند عکس‌ها، ویدئوها، ابزار، موسیقی دلخواه، زندگی‌نامه شخصی، لیست دوستان و پروفایل‌های شبکه‌های اجتماعی و مهم‌تر از آنها شرایط تنظیم‌شدنی فضای مجازی، به کاربران این اجازه را می‌دهد که

¹ Life On Screen

برقراری ارتباطها در دنیای واقعی احساس می‌کنند، متفاوت باشد.

روش پژوهش

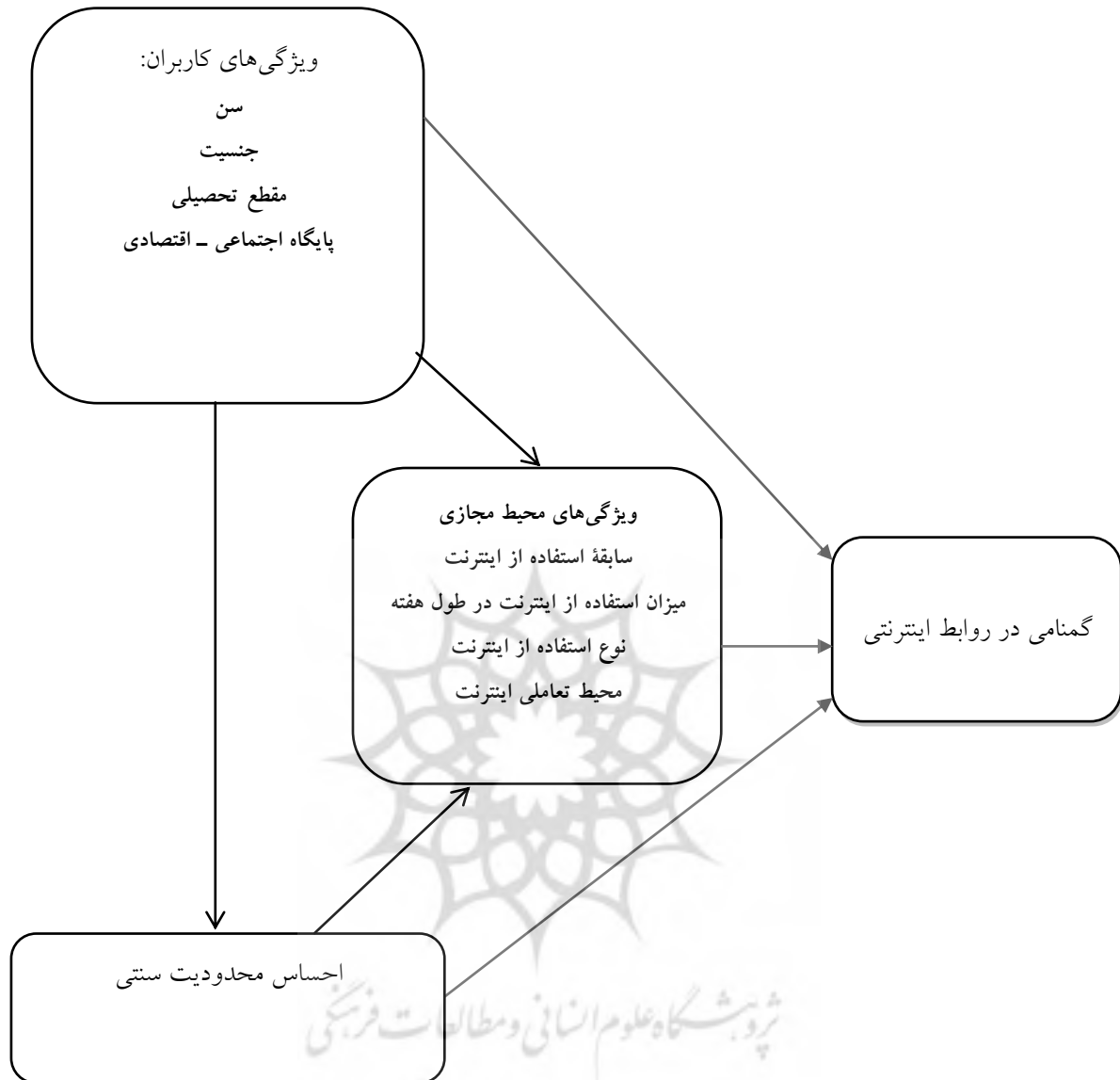
داده‌های این پژوهش با روش پیمایشی و با استفاده از تکنیک پرسش‌نامه گردآوری شده است و واحد تحلیل آن، فرد (دانشجویان) است. جامعه آماری، همه دانشجویان دانشگاه گیلانند که از آن میان ۳۷۲ نفر از طریق فرمول کوکران^۱ انتخاب و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای و تصادفی بررسی شدند. ابزار به کار رفته برای جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش، پرسش‌نامه محقق‌ساخته است که شامل متغیرهای ویژگی‌های کاربران، سابقه استفاده از اینترنت، میزان استفاده از اینترنت در طول هفته، نوع استفاده از اینترنت، محیط تعاملی اینترنت، محدودیت‌های سنتی و گمنامی در روابط اینترنتی است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

مجازی و...) به این دلیل که کاربران به راحتی می‌توانند در آنها نیازهای خود را مطرح کنند و با دیگران گفتگو و بحث کنند و در میزان معرفی و شناساندن خود مختار باشند، این فرصت را به آنها می‌دهد که شخصیت واقعی خود را پنهان کنند و به صورت گمنام در فضای مجازی با دیگران ارتباط برقرار کنند و نقش‌های گوناگون و متنوعی را بازی کنند.

در مجموع به کارگرفتن مفاهیم گافمن در ارتباط‌های اینترنتی به مکانیسم‌ها و استراتژی مورد استفاده در تعامل‌های بین‌فردی سرعت می‌بخشد. جوانان، به خصوص دختران و پسران دانشجو بیشترین استفاده را از اینترنت دارند و محیط اینترنت، چت‌روم‌ها، وبلاگ‌ها، سایت‌های دوست‌یابی و شبکه‌های اجتماعی مختلف به آنها فرصت نقش بازی کردن و نمایش شخصیت و هویت‌های مختلف از خود و برقراری ارتباط با دیگران را می‌دهد؛ بنابراین می‌توان متغیرهایی را که نشانگر استفاده از اینترنتند مانند میزان استفاده از اینترنت، سابقه استفاده از اینترنت، نوع استفاده از اینترنت، محیط تعاملی استفاده از اینترنت و نیز ویژگی‌های کاربران مانند جنس، سن، مقطع تحصیلی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی محدودیت‌هایی که به طور سنتی در جامعه در مسیر برقراری ارتباط بین جوانان وجود دارد، به عنوان متغیرهای مستقل پژوهش در نظر گرفت و رابطه آنها را با گمنامی در روابط اینترنتی بررسی کرد.

بر این اساس فرضیه‌های پژوهش حاضر مبتنی بر وجود رابطه بین سابقه استفاده از اینترنت، متوسط ساعات استفاده از اینترنت در طول هفته، نوع استفاده از اینترنت و محیط تعاملی اینترنت و گمنامی در روابط اینترنتی است. همچنین به دلیل وضعیت ویژه جامعه ایران که در آن متغیرهای ساختاری مانند جنسیت، سن، مقطع تحصیلی و پایگاه اجتماعی - اقتصادی، تفاوت در اجرای نقش‌ها در جلوی صحنه و پشت صحنه را تنظیم می‌کنند، احتمال می‌رود گمنامی در روابط اینترنتی برحسب این متغیرها و همچنین محدودیت‌هایی که افراد در

¹ $\frac{Nt^2pq}{Nd^2+t^2pq}$



شکل ۱ - مدل نظری پژوهش

جدول ۱ - ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پژوهش

| مفهوم | تعداد گویه | ضریب آلفا |
|--------------------------|------------|-----------|
| گمنامی در روابط اینترنتی | ۵ | ۰/۸۲۳ |
| محدودیت‌های سنتی | ۶ | ۰/۸۷۹ |

اعتبار سازه‌ای از طریق تحلیل عاملی (میزان KMO^۳ و سطح معناداری آزمون بارتلت) به دست می‌آید. بدینگونه که اگر میزان KMO ۰/۶ و بالاتر و نیز سطح معناداری آزمون

اعتبار و پایایی ابزار سنجش

برای بررسی اعتبار ابزار سنجش روش‌های متفاوتی وجود دارد. در این پژوهش از اعتبار صوری^۱ و اعتبار سازه^۲ استفاده شده است. برای تعیین پایایی گویه‌های متغیرهای وابسته و مستقل پژوهش، از ضریب آلفای کرونباخ بهره گرفته شده که در حدی پذیرفتنی است.

^۱ Face Validity^۲ Construct Validity^۳ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy

اشاره دارد که شامل پنهان کردن یک نام یا اطلاعات هویتی در ارتباط‌های اینترنتی می‌شود و گمنامی اجتماعی به درک دیگران یا خود فرد به‌عنوان ناشناس اشاره دارد؛ یعنی فرد نشانه‌ای برای مشخص کردن یک هویت برای آن شخص (شخص ناشناس) ندارد (Kimbarly, 2006: 3040). در این پژوهش منظور از گمنامی، گمنامی فنی یا تکنیکی است و همان طور که در نظریه گافمن و ترکل آمده است فضای مجازی برای کاربران شبیه صحنه نمایش است و آنها نقشی را بازی می‌کنند که متعلق به خودشان نیست.

متغیرهای مستقل

الف) تعریف‌های متغیرهای مرتبط با ویژگی‌های محیط مجازی

- ۱) سابقه استفاده از اینترنت: مدت زمان یا تعداد سال‌هایی که کاربر به اینترنت دسترسی دارد و از آن استفاده می‌کند.
- ۲) میزان استفاده از اینترنت در طول هفته: مدت زمانی که کاربر در طول هفته از اینترنت استفاده می‌کند. در پژوهش حاضر میزان استفاده از اینترنت برحسب مدت زمان استفاده از اینترنت در طول هفته سنجیده شده است.
- ۳) نوع استفاده از اینترنت: کاربران، سایت‌ها و برنامه‌های اینترنتی را با چه هدفی استفاده می‌کنند.
- ۴) محیط تعاملی اینترنت: سایت‌ها و وبگاه‌هایی که کاربران از طریق آنها با افراد دیگر ارتباط برقرار می‌کنند.

ب) تعریف‌های متغیرهای مرتبط با ویژگی‌های کاربران

در این پژوهش ویژگی‌های کاربران شامل جنسیت، سن، مقطع تحصیلی و پایگاه اجتماعی - اقتصادی خانواده است. متغیر جنسیت به صورت اسمی، سن به صورت فاصله‌ای و دو متغیر مقطع تحصیلی و پایگاه اجتماعی - اقتصادی خانواده به صورت رتبه‌ای سنجیده شده است. متغیر مقطع تحصیلی در دو رتبه کارشناسی و کارشناسی ارشد و متغیر پایگاه خانواده در سه رتبه بالا، متوسط و پایین رتبه‌بندی شده‌اند. از

بارتلت ۰/۰۵ و پایین‌تر از آن باشد، می‌توان گفت متغیرهای پرسش‌نامه تنظیم شده اعتبار لازم را دارند و پرسش‌نامه تأیید و پذیرفته می‌شود (حبیب‌پور و صفری شالی، ۱۳۸۸: ۳۲؛ ساروخانی، ۱۳۸۶: ۲۱۲/۳-۲۱۱؛ منصورفر، ۱۳۸۸: ۳۷۴).

جدول ۲ - تحلیل عاملی

| نام متغیر | متغیر | تعداد گویه | سطح | | تعداد عامل-های استخراج شده |
|--------------------------|--------|------------|-----------|-----------------------|----------------------------|
| | | | مقدار KMO | معناداری آزمون بارتلت | |
| گمنامی در روابط اینترنتی | وابسته | ۵ | ۰/۸۰۶ | ۰/۰۰۰ | ۱ |
| محدودیت‌های سستی | مستقل | ۶ | ۰/۸۷۶ | ۰/۰۰۰ | ۱ |

براساس جدول ۲ در انجام تحلیل عاملی از دو آزمون KMO و بارتلت استفاده شده است که هر دوی آنها نشان می‌دهند داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسبند؛ زیرا سطح معناداری آزمون بارتلت از ۰/۰۵ کمتر است و مقدار KMO نیز به اندازه ۰/۷ است که میزانی پذیرفتنی است.

تعریف نظری و عملیاتی متغیرهای پژوهش

متغیر وابسته: گمنامی در روابط اینترنتی

گمنامی به‌طور سنتی به‌عنوان ناتوانی دیگران در شناسایی یک شخص یا خودشان درک شده است. این مسئله ممکن است در یک زمینه اجتماعی بزرگ مثل انبوه مردم یا یک زمینه اجتماعی کوچک‌تر مثل ارتباط دو نفر در اینترنت وجود داشته باشد. کیمبرلی این پیشنهاد را مطرح می‌کند که دو نوع گسترده گمنامی یعنی گمنامی فنی^۱ (تکنیکی) و اجتماعی^۲ از هم تفکیک شود. از نظر او گمنامی فنی به پنهان کردن همه اطلاعات هویتی معنادار درباره دیگران در تبادل‌های مادی

^۱ Technical Anonymity

^۲ Social Anonymity

ترکیب متغیرهای تحصیلات والدین و درآمد ماهانه خانواده، متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی شکل گرفته است.

جدول ۳ - تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش و متغیرهای استخراج شده از نظریه‌ها

| متغیرها | ابعاد | گویه‌ها | نظریه |
|--------------------------|--------------------------|--|---|
| گمنامی در روابط اینترنتی | - | به دلیل ناشناس بودن در فضای مجازی به دوستی‌های اینترنتی روی آورده‌ام. ناشناس بودن در فضای مجازی سبب می‌شود به راحتی با دیگران ارتباط برقرار کنم. ناشناس بودن در فضای مجازی سبب می‌شود هرطور دوست دارم خودم را معرفی کنم. ناشناس بودن در فضای مجازی به راحت تر کنار گذاشتن دوستی‌ها کمک می‌کند. مهم ترین دلیل گرایش جوانان به روابط و دوستی‌های اینترنتی ناشناس بودن است. چند سال است از اینترنت استفاده می‌کنید؟ در صورت دسترسی به اینترنت در طول هفته چند ساعت از آن استفاده می‌کنید؟ ارتباط با دوستان و یافتن دوست جدید | نظریه نمایشی اروینگ گافمن |
| | سابقه استفاده از اینترنت | ارتباط با دوستان و یافتن دوست جدید | شری ترکل |
| ویژگی‌های محیط مجازی | نوع استفاده از اینترنت | استفاده علمی - پژوهشی استفاده سرگرمی - تفریحی وبگاه‌های همسریابی وبلاگ | |
| | محیط تعاملی اینترنت | چت روم شبکه‌های اجتماعی | |
| محدودیت‌های سنتی | - | به دلیل پرخطر و آسیب پذیر بودن دوستی‌های واقعی، دوستی‌های مجازی را ترجیح می‌دهم. سخت گیری خانواده‌ها سبب روی آوردن جوانان به دوستی‌های مجازی می‌شود. به دلیل ترس از اطرافیان تمایل به روابط و دوستی اینترنتی دارم. به دلیل سنتی بودن خانواده‌ام به روابط و دوستی‌های مجازی روی آورده‌ام. به دلیل ترس از حرف مردم به دوستی‌های مجازی روی آورده‌ام. به دلیل نگرش منفی اطرافیان به دوستی‌های واقعی، دوستی‌های مجازی را ترجیح می‌دهم. | نظریه نمایشی اروینگ گافمن |
| | کاربران ویژگی‌های | - | جنسیت، سن، مقطع تحصیلی و پایگاه اجتماعی - اقتصادی خانواده |

ج) متغیر محدودیت‌های سنتی

از آنجا که متغیر وابسته (میزان گمنامی در روابط اینترنتی) توزیع نرمالی نداشته است، برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از آزمون‌های ناپارامتریک ضریب همبستگی اسپیرمن، یومن - ویتنی و کروسکال والیس^۱ استفاده شده است.

یافته‌های توصیفی پژوهش

با توجه به هدف پژوهش، متغیرهای مستقل آن در سه دسته

یکی از انواع روابط اجتماعی که در سال‌های اخیر توجه محققان را به خود جلب کرده است، معاشرت و دوستی‌های دختر و پسر قبل از ازدواج است که در سال‌های اخیر گسترش و شیوع زیادی یافته است ولی از آنجا که جامعه و خانواده‌های ایرانی چنین دوستی‌هایی را نمی‌پسندند، جوانان در این زمینه با محدودیت‌هایی روبه‌رو هستند که سبب می‌شود به سمت دوستی‌ها و روابط اینترنتی کشیده شوند. در این پژوهش از متغیر محدودیت‌های سنتی به عنوان متغیری مرتبط با جامعه ایران استفاده شده است.

^۱ ضریب همبستگی اسپیرمن معادل ناپارامتریک ضریب همبستگی پیرسون، آزمون یومن - ویتنی معادل ناپارامتریک آزمون χ^2 مستقل و آزمون کروسکال والیس معادل ناپارامتریک آزمون تحلیل واریانس یک طرفه است.

از پاسخ‌گویان دختر و ۴۷/۸ درصد (۱۷۸ نفر) پسر بوده‌اند. دامنه سنی پاسخ‌گویان بین ۲۰ تا ۳۹ سال در نوسان بوده، بیشترین فراوانی مربوط به ۲۲ سال و کمترین فراوانی مربوط به ۳۳، ۳۵، ۳۹ سال است. میانگین سن آنان نیز ۲۳/۷ سال بوده است. ۴ درصد پاسخ‌گویان (۱۵ نفر) پایگاه اجتماعی - اقتصادی خود را پایین، ۶۰/۸ درصد (۲۲۶ نفر) متوسط و ۳۵/۲ درصد (۱۳۱ نفر) بالا اعلام کرده‌اند؛ همچنین مقطع تحصیلی ۷۸ درصد (۲۹۰ نفر) کارشناسی و ۲۲ درصد (۸۲ نفر) کارشناسی ارشد است.

متغیرهای مرتبط با ویژگی‌های کاربران، متغیرهای مرتبط با ویژگی‌های صحنه مجازی و متغیر محدودیت‌های سنتی که مختص جامعه ایران است، تجزیه و تحلیل شدند؛ بنابراین، اطلاعات به دست آمده از ۳۷۲ پرسش‌نامه مورد بررسی در سه بخش توصیف شده‌اند. دو بخش اول توصیف متغیرهای مستقل و بخش آخر توصیف متغیر وابسته (میزان گمنامی) را در بر می‌گیرد.

الف) ویژگی‌های کاربران

یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهد ۵۲/۲ درصد (۱۹۴ نفر)

| جنسیت | پایگاه اقتصادی - اجتماعی | مقطع تحصیلی | تعداد | درصد |
|---------|--------------------------|---------------|-------|------|
| تعداد | تعداد | تعداد | ۱۹۴ | ۵۲/۲ |
| دختر | پایین | کارشناسی | ۱۵ | ۴ |
| تعداد | متوسط | کارشناسی ارشد | ۲۲۶ | ۶۰/۸ |
| تعداد | بالا | کارشناسی ارشد | ۱۳۱ | ۳۵/۲ |
| پسر | میانگین | پایین‌ترین سن | ۲۲ | ۶ |
| سن | میانگین | بالاترین سن | ۳۹ | ۱۱ |
| میانگین | میانگین | میانگین | ۲۳/۷ | ۲۳/۷ |
| | میانگین | میانگین | ۲۲ | ۲۲ |

ب) ویژگی‌های صحنه مجازی

در این پژوهش سابقه استفاده از اینترنت در سه طبقه کمتر از سه سال، بین سه تا شش سال و بیشتر از شش سال تقسیم شده است که بیشترین سابقه استفاده از اینترنت برای دانشجویان دختر بین سه تا شش سال (۳۹/۲ درصد) و برای دانشجویان پسر بیشتر از شش سال (۴۷/۲ درصد) است. میانگین سابقه استفاده از اینترنت برای دانشجویان دختر ۳/۴۱ سال و برای دانشجویان پسر ۳/۶۸ سال است که نشان می‌دهد دانشجویان پسر سابقه استفاده بیشتری از اینترنت نسبت به دختران دارند. برای هر دو گروه دختران (۵۱ درصد) و پسران (۳۷/۱ درصد)، متوسط کمترین ساعات استفاده از اینترنت در طول هفته، یک ساعت و متوسط بیشترین ساعات استفاده، ۹ ساعت است. میانگین ساعات استفاده از اینترنت در طول هفته برای دانشجویان دختر ۱۵/۹۴ ساعت و برای دانشجویان پسر ۱۹/۵۶ ساعت است. درباره متغیر نوع استفاده از اینترنت، بیشتر پاسخ‌گویان (۸۴/۱ درصد) از اینترنت استفاده علمی - پژوهشی کرده‌اند و دلیل این امر جامعه آماری مورد مطالعه یعنی دانشگاه است که دانشجویان بیشتر دنبال کارهای پژوهشی‌اند. بعد از آن استفاده سرگرمی - تفریحی با ۶۵/۶ درصد و ارتباط با دوستان و یافتن دوستان جدید با ۴۳/۳ درصد قرار دارند. درصدهای متناظر برحسب جنسیت تفاوت چندانی با هم نداشته‌اند. از بین محیط‌های تعاملی اینترنت، بیشتر پاسخ‌گویان (۶۲/۴ درصد) از طریق شبکه‌های اجتماعی و ۳۴/۳ درصد از طریق چت‌روم با دوستان خود ارتباط برقرار می‌کنند. درصدهای متناظر برحسب جنسیت تفاوت چندانی با هم نداشته‌اند و دختران و پسران بیشتر از طریق شبکه‌های اجتماعی و چت-روم با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند.

در این پژوهش سابقه استفاده از اینترنت در سه طبقه کمتر از سه سال، بین سه تا شش سال و بیشتر از شش سال تقسیم شده است که بیشترین سابقه استفاده از اینترنت برای دانشجویان دختر بین سه تا شش سال (۳۹/۲ درصد) و برای دانشجویان پسر بیشتر از شش سال (۴۷/۲ درصد) است. میانگین سابقه استفاده از اینترنت برای دانشجویان دختر ۳/۴۱ سال و برای دانشجویان پسر ۳/۶۸ سال است که نشان می‌دهد دانشجویان پسر سابقه استفاده بیشتری از اینترنت نسبت به دختران دارند. برای هر دو گروه دختران (۵۱ درصد) و پسران (۳۷/۱ درصد)، متوسط کمترین ساعات استفاده از اینترنت در طول هفته، یک ساعت و متوسط بیشترین ساعات استفاده، ۹ ساعت است. میانگین ساعات استفاده از اینترنت در طول هفته برای دانشجویان دختر ۱۵/۹۴ ساعت و برای دانشجویان پسر ۱۹/۵۶ ساعت است. درباره متغیر نوع استفاده از اینترنت، بیشتر پاسخ‌گویان (۸۴/۱ درصد) از اینترنت استفاده علمی - پژوهشی کرده‌اند و دلیل این امر جامعه آماری مورد مطالعه یعنی دانشگاه است که دانشجویان بیشتر دنبال کارهای پژوهشی‌اند. بعد از آن استفاده سرگرمی - تفریحی با ۶۵/۶ درصد و ارتباط با دوستان و یافتن دوستان جدید با ۴۳/۳ درصد قرار دارند. درصدهای متناظر برحسب جنسیت تفاوت چندانی با هم نداشته‌اند. از بین محیط‌های تعاملی اینترنت، بیشتر پاسخ‌گویان (۶۲/۴ درصد) از طریق شبکه‌های اجتماعی و ۳۴/۳ درصد از طریق چت-روم با دوستان خود ارتباط برقرار می‌کنند. درصدهای متناظر برحسب جنسیت تفاوت چندانی با هم نداشته‌اند و دختران و پسران بیشتر از طریق شبکه‌های اجتماعی و چت-روم با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند.

جدول ۵ - توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب متغیرهای ویژگی‌های محیط مجازی

| متغیر | جنسیت | | کل | درصد |
|---|---------|---------|---------|------|
| | دختر | پسر | | |
| | فراوانی | فراوانی | فراوانی | درصد |
| کمتر از ۳ سال | ۵۶ | ۳۲ | ۸۸ | ۲۳/۷ |
| بین ۳ تا ۶ سال | ۷۶ | ۶۲ | ۱۳۸ | ۳۷/۱ |
| بیشتر از ۶ سال | ۶۲ | ۸۴ | ۱۴۶ | ۳۹-۲ |
| میانگین | ۳/۴۱ | ۳/۶۸ | ۳/۵۴ | |
| انحراف معیار | ۲/۷۰ | ۲/۶۰ | ۲/۶۰ | |
| ۱-۹ ساعت | ۹۹ | ۶۶ | ۱۶۵ | ۶۳/۷ |
| ۱۰-۱۹ ساعت | ۳۲ | ۴۰ | ۷۲ | ۲۵/۵ |
| ۲۰-۲۹ ساعت | ۳۸ | ۳۷ | ۷۲ | ۵/۴ |
| متوسط ساعت استفاده از اینترنت در طول ۳۰ و بالاتر ساعت | ۲۸ | ۳۵ | ۶۳ | ۱۶/۹ |
| میانگین | ۱۵/۹۴ | ۱۹/۵۶ | ۱۷/۶۸ | |
| انحراف معیار | ۱۷/۳۱ | ۱۸/۷۷ | ۱۸/۰۹ | |
| استفاده | ۷۶ | ۸۵ | ۱۶۱ | ۴۳/۳ |
| استفاده نکردن | ۱۱۸ | ۹۳ | ۲۱۱ | ۵۶/۷ |
| استفاده | ۱۵۹ | ۸۲ | ۲۴۱ | ۸۴/۱ |
| استفاده نکردن | ۳۵ | ۲۴ | ۵۹ | ۱۵/۹ |
| استفاده | ۱۳۳ | ۱۱۱ | ۲۴۴ | ۵۶/۶ |
| استفاده نکردن | ۶۱ | ۶۷ | ۱۲۸ | ۳۴/۴ |
| استفاده | ۱۰ | ۲۱ | ۳۱ | ۸/۳ |
| استفاده نکردن | ۱۸۴ | ۱۵۷ | ۳۴۱ | ۹۱/۷ |
| حضورداشتن | ۴۲ | ۴۴ | ۸۶ | ۲۳/۱ |
| حضورنداشتن | ۱۵۲ | ۱۳۴ | ۲۸۶ | ۷۶/۹ |
| حضورداشتن | ۵۸ | ۷۰ | ۱۲۸ | ۳۴/۴ |
| حضورنداشتن | ۱۳۶ | ۱۰۸ | ۲۴۴ | ۶۵/۶ |
| حضورداشتن | ۱۰۵ | ۱۲۷ | ۲۳۲ | ۶۲/۴ |
| حضورنداشتن | ۸۹ | ۵۱ | ۱۴۰ | ۳۷/۶ |

ج) میزان گمنامی در روابط اینترنتی برحسب ویژگی‌های ایفاگران نقش

جدول ۶ نشان می‌دهد میزان گمنامی ۳۰/۱ درصد از پاسخ‌گویان در روابط اینترنتی بسیار بالا و بالا و ۳۳/۹ درصد از پاسخ‌گویان پایین و بسیار پایین و بقیه در حد متوسط است. میانگین گمنامی پاسخ‌گویان ۲/۹۴ بوده است. براساس

داده‌های این جدول، میانگین گمنامی بین دانشجویان دختر برابر با ۲/۸۱ و پسران برابر با ۳/۰۸ است؛ بنابراین، می‌توان گفت دانشجویان پسر نسبت به دانشجویان دختر بیشتر تمایل دارند در روابط اینترنتی نقش بازی کنند یا هویت واقعی خود را پنهان کرده، هویت جدیدی برای خود بسازند. براساس متغیر سن، میانگین گمنامی در سنین ۲۰-۲۲

کارشناسی کمتر در فضای مجازی نقش بازی می‌کنند. همچنین میانگین گمنامی بین دانشجویان کارشناسی برابر با ۳/۰۲ و دانشجویان کارشناسی ارشد برابر با ۲/۶۴ است. مقایسه میانگین گمنامی بین دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد بیانگر این است که هرچه سطح تحصیلات بیشتر می‌شود، تمایل به گمنامی بین کاربران کم‌رنگ‌تر می‌شود.

اطلاعات به دست آمده دربارهٔ متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی نشان می‌دهد کسانی که پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالایی دارند در روابط اینترنتی بیشتر نقش بازی می‌کنند؛ البته مقدار تفاوت بین پایگاه‌های اقتصادی - اجتماعی مختلف اندک است.

سالگی ۳/۰۲ است که با افزایش سن مقدار میانگین‌ها کاهش می‌یابد؛ به عبارت دیگر، با افزایش سن میزان گمنامی کم‌رنگ‌تر می‌شود و کاربران بیشتر هویت واقعی خود را بروز می‌دهند و کمتر نقش بازی می‌کنند.

براساس متغیر مقطع تحصیلی، میزان گمنامی ۳۱/۷ درصد دانشجویان کارشناسی و ۲۴/۴ درصد دانشجویان کارشناسی ارشد در روابط اینترنتی بسیار بالا و بالا و میزان گمنامی ۲۴/۴ درصد دانشجویان کارشناسی و ۴۱/۵ درصد دانشجویان کارشناسی ارشد بسیار پایین و پایین است؛ به زبانی دیگر، با افزایش سطح تحصیلات میزان گمنامی در روابط اینترنتی کمتر می‌شود و دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد نسبت به دانشجویان

جدول ۶ - توزیع فراوانی میزان گمنامی در روابط اینترنتی برحسب ویژگی‌های ایفاگران نقش

| متغیر | بسیار بالا | بالا | متوسط | پایین | بسیار پایین | جمع | میانگین | انحراف- معیار |
|--------------------------|-----------------|------|-------|-------|-------------|-----------|---------|---------------|
| کل | ۸/۹ | ۲۱/۲ | ۳۶ | ۲۳/۱ | ۱۰/۸ | ۱۰۰ (۳۷۲) | ۲/۹۴ | ۱/۱۰۸ |
| جنسیت | دختر | ۸/۲ | ۱۷/۵ | ۳۵/۱ | ۱۳/۴ | ۱۰۰ (۱۹۴) | ۲/۸۱ | ۱/۱۲۷ |
| | پسر | ۹/۶ | ۲۵/۳ | ۳۷/۱ | ۲۰/۲ | ۱۰۰ (۱۷۸) | ۳/۰۸ | ۱/۰۷۲ |
| سن | ۲۰-۲۲ سال | ۱۵ | ۱۸/۶ | ۳۰ | ۲۶/۴ | ۱۰۰ (۱۴۰) | ۳/۰۲ | ۱/۲۰۸ |
| | ۲۳-۲۵ سال | ۴/۷ | ۲۲/۳ | ۳۹/۲ | ۲۳/۶ | ۱۰۰ (۱۴۸) | ۲/۸۷ | ۱/۰۲۲ |
| مقطع تحصیلی | بیشتر از ۲۶ سال | ۳/۹ | ۲۳/۴ | ۴۱/۶ | ۱۶/۹ | ۱۰۰ (۷۷) | ۲/۵۸ | ۱/۰۶۰ |
| | کارشناسی | ۱۱ | ۲۰/۷ | ۳۶/۶ | ۲۴/۴ | ۱۰۰ (۲۹۰) | ۳/۰۲ | ۱/۱۰۳ |
| پایگاه اجتماعی - اقتصادی | ارشد | ۱/۲ | ۲۳/۲ | ۳۴/۱ | ۲۲ | ۱۰۰ (۸۲) | ۲/۶۴ | ۱/۰۸ |
| | پایین متوسط | ۰ | ۳۳/۳ | ۲۶/۷ | ۲۶/۷ | ۱۰۰ (۱۵) | ۲/۸ | ۱/۰۸ |
| اقتصادی | بالا | ۸/۴ | ۱۹/۹ | ۳۷/۲ | ۲۳/۵ | ۱۰۰ (۲۲۶) | ۲/۹ | ۱/۰۹ |
| | بالا | ۱۰/۷ | ۲۲/۱ | ۳۵/۱ | ۲۲/۱ | ۱۰۰ (۱۳۱) | ۳/۰۱ | ۱/۱۲ |

بیشتر هویت واقعی خود را نشان می‌دهند تا نقش بازی کنند. از بین محیط‌های تعاملی اینترنت، گمنامی در وبلاگ و چت روم‌ها بیشتر از شبکه‌های مجازی است و این شاید بدین دلیل باشد که در این محیط‌ها افراد بیشتر با اسم‌های مستعار و هویت غیرواقعی فعالیت می‌کنند.

اطلاعات به دست آمده دربارهٔ متغیر محدودیت‌های سنتی نشان می‌دهد کسانی که در خانواده و جامعه با محدودیت‌های سنتی زیادی روبه‌رو هستند، در روابط اینترنتی به جای اینکه هویت واقعی خود را نشان دهند، بیشتر نقش بازی می‌کنند.

د) میزان گمنامی در روابط اینترنتی برحسب ویژگی‌های

مرتبط با صحنهٔ مجازی

براساس اظهارات پاسخ‌گویان، گرایش به گمنامی بین کاربرانی که به ترتیب از سایت‌های همسریابی، ارتباط با دوستان و یافتن دوستان جدید و سرگرمی - تفریح استفاده می‌کنند، بیشتر است اما بین کاربرانی که استفاده علمی - پژوهشی می‌کنند، کمتر است. از آنجا که جامعه آماری پژوهش حاضر دانشجویان و بیشترین استفاده دانشجویان از فضای مجازی استخراج مقاله‌ها، ارتباط با استادها و... است،

جدول ۷ - توزیع فراوانی میزان گمنامی در روابط اینترنتی برحسب ویژگی‌های مرتبط با صحنه مجازی

| متغیر | بسیار بالا | بسیار بالا | متوسط | پایین | بسیار پایین | جمع | میانگین | انحراف- معیار |
|--------------------------|----------------|------------|-------|-------|-------------|-----------|---------|---------------|
| سابقه استفاده از اینترنت | کمتر از ۳ سال | درصد ۴/۵ | ۲۳/۹ | ۲۱/۶ | ۳۶/۴ | ۱۰۰ (۸۸) | ۲/۸۴ | ۱/۰۸۱ |
| | بین ۳ تا ۶ سال | درصد ۱۱/۶ | ۲۱/۷ | ۲۲/۵ | ۳۴/۸ | ۱۰۰ (۱۳۸) | ۳/۰۶ | ۱/۱۳۶ |
| | بیشتر از ۶ سال | درصد ۸/۹ | ۱۹/۲ | ۳۷ | ۲۴/۷ | ۱۰۰ (۱۴۶) | ۲/۹۱ | ۱/۰۹۸ |
| دوست‌یا بی | استفاده | درصد ۹/۳ | ۲۲/۴ | ۲۱/۱ | ۳۷/۹ | ۱۰۰ (۹۶) | ۳/۰۱ | ۱/۰۸ |
| | استفاده نکردن | درصد ۸/۵ | ۲۰/۴ | ۲۴/۶ | ۳۴/۶ | ۱۰۰ (۲۱۱) | ۲/۸۹ | ۱/۱۲ |
| نوع استفاده | علمی - پژوهشی | درصد ۷ | ۲۱/۷ | ۲۴ | ۳۷/۴ | ۱۰۰ (۳۱۳) | ۲/۹ | ۱/۰۶ |
| | استفاده نکردن | درصد ۱۸/۶ | ۱۸/۶ | ۲۸/۸ | ۱۸/۶ | ۱۰۰ (۵۹) | ۳/۰۶ | ۱/۳۲ |
| | استفاده | درصد ۷/۸ | ۲۳/۸ | ۳۴/۸ | ۲۱/۷ | ۱۰۰ (۲۴۴) | ۲/۹ | ۱/۱۱ |
| | استفاده نکردن | درصد ۱۰/۹ | ۱۶/۴ | ۳۸/۳ | ۲۵/۸ | ۱۰۰ (۱۲۸) | ۲/۹۵ | ۱/۱۰ |
| سایت‌های همسریابی | استفاده | درصد ۹/۷ | ۳۸/۷ | ۱۹/۴ | ۲۹ | ۱۰۰ (۳۱) | ۳/۳۲ | ۱/۰۱ |
| | استفاده نکردن | درصد ۸/۸ | ۱۹/۶ | ۳۶/۷ | ۲۳/۵ | ۱۰۰ (۳۴۱) | ۲/۹ | ۱/۱۱ |
| وبلاگ | حضورداشتن | درصد ۵/۸ | ۳۸/۴ | ۳۱/۴ | ۱۶/۳ | ۱۰۰ (۸۶) | ۳/۱۷ | ۱/۰۴ |
| | حضورنداشتن | درصد ۹/۸ | ۱۶/۱ | ۳۷/۴ | ۲۵/۶ | ۱۰۰ (۲۸۶) | ۲/۸۷ | ۱/۱۱ |
| محیط تعاملی | حضورداشتن | درصد ۷ | ۲۹/۷ | ۳۷/۵ | ۱۸/۸ | ۱۰۰ (۱۲۸) | ۳/۱ | ۱/۰۲۱ |
| | حضورنداشتن | درصد ۹/۸ | ۱۶/۸ | ۳۵/۲ | ۲۵/۴ | ۱۰۰ (۲۴۴) | ۲/۸۵ | ۱/۱۴ |
| شبکه‌های اجتماعی | حضورداشتن | درصد ۷/۸ | ۲۲/۸ | ۳۹/۲ | ۲۲ | ۱۰۰ (۲۳۲) | ۳ | ۱/۰۴ |
| | حضورنداشتن | درصد ۱۰/۷ | ۱۸/۶ | ۳۰/۷ | ۲۵ | ۱۰۰ (۱۴۰) | ۲/۸۵ | ۱/۲ |
| زیاد | درصد ۴۲/۹ | ۳۳/۹ | ۱۹/۶ | ۳/۶ | ۰ | ۱۰۰ (۵۶) | ۴/۱۶ | ۰/۸۶۹ |
| محدودیت‌های سستی | متوسط | درصد ۴ | ۲۶ | ۴۶/۹ | ۲۰/۹ | ۱۰۰ (۱۷۷) | ۳/۰۸ | ۰/۸۴۵ |
| کم | درصد ۱/۴ | ۱۰/۱ | ۲۸/۸ | ۳۳/۸ | ۲۵/۹ | ۱۰۰ (۱۳۹) | ۲/۲۷ | ۱/۰۰۵ |

یافته‌های تحلیلی

بین کاربران از نظر میزان گمنامی در صحنه مجازی تفاوت‌هایی مشاهده می‌شود اما لازم است معنادار بودن یا نبودن این تفاوت‌ها براساس ویژگی‌های کاربران و صحنه مجازی بررسی و سنجیده شود. در ادامه نتایج این آزمون‌ها براساس فرضیه‌های به کار گرفته شده، گزارش شده است و برای یافتن مهم‌ترین متغیرهای مؤثر در این تفاوت‌ها از آزمون رگرسیون چندگانه استفاده شده است.

یافته‌های جدول فوق نشان می‌دهد تفاوت در میانگین رتبه گمنامی در روابط اینترنتی بین دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر است و بین جنسیت پاسخ‌گویان و گمنامی در روابط اینترنتی تفاوت معناداری وجود دارد. تفاوت در

میانگین رتبه گمنامی در روابط اینترنتی بین دانشجویان کارشناسی بیشتر از دانشجویان کارشناسی ارشد است و بین مقطع تحصیلی و گمنامی در روابط اینترنتی تفاوت معناداری وجود دارد. به نظر می‌رسد دانشجویان کارشناسی ارشد بیشتر مشغول فعالیت‌های علمی - پژوهشی‌اند و کمتر در فضای مجازی نقش بازی می‌کنند؛ همچنین میانگین گمنامی در روابط اینترنتی دانشجویانی که پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالایی دارند، بیشتر از سایر طبقات است ولی این رابطه از نظر آماری معنادار نیست.

جدول ۸ - نتایج آزمون مقایسه میانگین گمنامی در روابط اینترنتی در متغیرهای مختلف

| سطح معناداری | مقادیر آزمون | نوع آزمون | متغیر مستقل | متغیر وابسته |
|--------------|--------------|---------------|--------------------------|--------------------------|
| ۰/۰۱۴ | ۱۷۳/۴۰ | دختر | جنسیت | گمنامی در روابط اینترنتی |
| | ۲۰۰/۷۸ | پسر | | |
| ۰/۰۲۷ | ۱۹۳/۰۲ | کارشناسی | مقطع تحصیلی | |
| | ۱۶۳/۴۳ | کارشناسی ارشد | | |
| ۰/۶۱۱ | ۱۸۴/۸۷ | پایین | پایگاه اجتماعی - اقتصادی | |
| | ۱۸۲/۲۹ | متوسط | | |
| | ۱۹۳/۹۶ | بالا | | |
| ۰/۱۷۹ | ۱۹۵/۰۶ | استفاده | دوست‌یابی | |
| | ۱۷۹/۹۷ | استفاده نکردن | | |
| ۰/۸۵۷ | ۱۸۷/۲۳ | استفاده | نوع استفاده از اینترنت | |
| | ۱۸۵/۱۲ | استفاده نکردن | تفنی | |
| ۰/۰۴۱ | ۲۲۴/۲۹ | استفاده | سایت‌های همسریابی | |
| | ۱۸۳/۰۶ | استفاده نکردن | | |
| ۰/۰۳۴ | ۲۰۸/۰۲ | حضور داشتن | وبلاگ | |
| | ۱۸۰/۰۳ | حضور نداشتن | | |
| ۰/۰۴۶ | ۲۰۱/۸۲ | حضور داشتن | چت‌روم | |
| | ۱۷۸/۴۷ | حضور نداشتن | | |
| ۰/۱۴۹ | ۱۹۲/۷۳ | حضور داشتن | شبکه‌های اجتماعی | |
| | ۱۷۶/۱۷ | حضور نداشتن | مجازی | |

گمنامی در روابط اینترنتی و محیط تعاملی وبلاگ تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین میانگین رتبه‌های گمنامی در روابط اینترنتی برای دانشجویانی که در محیط تعاملی چت‌روم حضور دارند، بیشتر از دانشجویانی است که در محیط تعاملی چت‌روم حضور ندارند. داده‌های حاصل از آزمون نشان می‌دهد بین گمنامی در روابط اینترنتی و محیط تعاملی چت‌روم تفاوت معناداری وجود دارد. میانگین رتبه‌های گمنامی در روابط اینترنتی برای دانشجویانی که در محیط تعاملی شبکه‌های اجتماعی مجازی حضور دارند، بالاتر از دانشجویانی است که در محیط تعاملی شبکه‌های اجتماعی مجازی حضور ندارند اما از لحاظ آماری تفاوت معناداری وجود ندارد.

بر اساس یافته‌های جدول بالا، از لحاظ آماری تفاوت معناداری بین میزان گمنامی در روابط اینترنتی و متغیرهای ارتباط با دوستان و یافتن دوستان جدید و استفاده سرگرمی - تفننی وجود ندارد اما میانگین گمنامی در روابط اینترنتی برای دانشجویانی که از سایت‌های همسریابی استفاده می‌کنند، بیشتر از دانشجویانی است که از سایت‌های همسریابی استفاده نمی‌کنند و تفاوت معناداری بین استفاده از سایت‌های همسریابی و گمنامی در روابط اینترنتی وجود دارد. درباره محیط‌های تعاملی، میانگین رتبه گمنامی در روابط اینترنتی برای دانشجویانی که در محیط تعاملی وبلاگ حضور دارند، بیشتر از دانشجویانی است که در محیط تعاملی وبلاگ حضور ندارند. داده‌های حاصل از آزمون نشان می‌دهد بین

جدول ۹ - نتایج آزمون همبستگی بین گمنامی در روابط اینترنتی و متغیرهای مختلف

| متغیر وابسته | متغیر مستقل | نوع آزمون | مقادیر آزمون | سطح معناداری |
|--------------------------|--|-----------|--------------|--------------|
| گمنامی در روابط اینترنتی | سن | | -۰/۰۵۳ | ۰/۳۱۴ |
| | سابقه استفاده از اینترنت | | ۰/۰۴۰ | ۰/۴۴۲ |
| | متوسط ساعات استفاده از اینترنت در طول هفته | اسپیرمن | ۰/۱۳۶ | ۰/۰۰۹ |
| | محدودیت‌های سنتی | | ۰/۵۶۶ | ۰/۰۰۰ |

همان گونه که در جدول بالا مشاهده می‌شود، بین گمنامی در روابط اینترنتی و سن رابطه معناداری وجود ندارد اما جهت این رابطه معکوس است؛ یعنی هرچه سن افراد بالا می‌رود، از میزان گمنامی در روابط اینترنتی کاسته می‌شود.

همچنین رابطه معناداری بین گمنامی در روابط اینترنتی و سابقه استفاده از اینترنت وجود ندارد اما رابطه بین گمنامی در روابط اینترنتی و متوسط ساعات استفاده از اینترنت در طول هفته معنادار و مثبت است؛ یعنی با بالارفتن متوسط ساعات استفاده از اینترنت در طول هفته بین پاسخ‌گویان، گمنامی در روابط اینترنتی نیز افزایش می‌یابد.

بین گمنامی در روابط اینترنتی و محدودیت‌های سنتی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ یعنی با بیشتر شدن محدودیت‌های سنتی بین پاسخ‌گویان، گمنامی در روابط اینترنتی نیز افزایش می‌یابد.

رگرسیون چندمتغیره^۱

هدف از تحلیل رگرسیون چندمتغیره، مشخص کردن سهم و تأثیر متغیرهای پژوهش در تبیین و پیش‌بینی متغیر وابسته است. برای سنجش میزان تأثیر هر کدام از متغیرهای مستقل، از تحلیل رگرسیون چندمتغیره به روش گام‌به‌گام استفاده شده است. نتایج به دست آمده از تحلیل رگرسیون^۲ بیانگر این است که از میان متغیرهایی که وارد معادله رگرسیونی شده‌اند،

فقط دو متغیر مقطع تحصیلی و محدودیت‌های سنتی در الگوی نهایی باقی مانده‌اند که این دو متغیر در کل ۴۱/۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته (گمنامی در روابط اینترنتی) را تبیین می‌کنند؛ همان گونه که در جدول ۸ آمده است، ضریب همبستگی چندگانه برای این الگوی رگرسیونی برابر ۰/۶۵۰، مجذور ضریب همبستگی چندگانه ۰/۴۲۳ و ضریب تعیین تعدیل شده نیز برابر با ۰/۴۱۵ است؛ بنابراین، بقیه این تغییرها (۵۸/۵) که به مجذور کمیت خطا (e^2) معروف است، تحت تأثیر متغیرهای خارج از الگو هستند.

با توجه به معادله فوق می‌توان گفت براساس ضریب تأثیر استاندارد (Beta) متغیر محدودیت‌های سنتی با ضریب بتای (۰/۶۶۲) تأثیر مثبتی در حدود ۶۶/۲ درصد، بر میزان گمنامی در روابط اینترنتی دانشجویان دارد؛ یعنی، با افزایش یک انحراف استاندارد در متغیر محدودیت‌های سنتی، میزان گمنامی در روابط اینترنتی دانشجویان به مقدار ۰/۶۲۰ انحراف استاندارد افزایش می‌یابد اما متغیر مقطع تحصیلی با ضریب بتای (۰/۰۷۷-) تأثیر منفی در تبیین میزان گمنامی در روابط اینترنتی داشته است.

^۱ Stepwise Regression

^۲ پژوهش حاضر با توجه به توزیع نشدن نرمال متغیر وابسته، این متغیر با استفاده از روش‌های آماری (لگاریتم نپری) به توزیع نرمال تبدیل شد.

جدول ۱۰ - نتیجه نهایی تحلیل رگرسیون چندمتغیره

| متغیر | R | R Square | Adjusted R Square | F | Sig | B | Beta | T | Sig |
|--------------------|-------|----------|-------------------|--------|-------|--------|--------|--------|-------|
| مقدار کل | | | | | | ۶/۹۵۷ | - | ۷/۱۷۴ | ۰/۰۰۰ |
| مقطع تحصیلی | ۰/۶۵۰ | ۰/۴۲۳ | ۰/۴۱۵ | ۵۲/۹۹۸ | ۰/۰۰۰ | -۰/۸۷۹ | -۰/۰۷۷ | ۱/۹۲۹ | ۰/۰۴ |
| محدودیت‌های ستی | | | | | | ۰/۵۳۲ | ۰/۶۶۲ | ۱۵/۲۵۵ | ۰/۰۰۰ |

نتیجه

اینترنت به‌عنوان پدیده‌ی شگفت‌انگیز قرن، بخش مهمی از زندگی افراد را در بر گرفته است و انقلاب مهمی در ارتباط‌ها پدید آورده، جهان جدیدی را به موازات جهان واقعی شکل داده است که جهان بی‌مرز، بی‌مکان و به تعبیر دقیق‌تر «جهان مجازی» نامیده می‌شود. در این نوع جدید روابط و مناسبت‌ها، افراد فارغ از مکان قرارگرفتن خود در جهان واقعی با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و می‌توانند تعامل‌های بین‌فردی خود را از طریق ویژگی‌هایی تسهیل کنند که در این فضا وجود دارد. یکی از ویژگی‌های بسیار مهم این اجتماع‌ها، نقاب شخصیتی درون‌شبکه‌ای یعنی توانایی اینترنت در کمک به - نقش‌آفرینی‌های استادانه از طریق مصرف مخفیانه و پوشاندن هویت اصلی خود است. در این محیط کاربران می‌توانند دگرگونی‌های چشمگیری در نقاب شخصیتی خود بیافرینند و همان طوری که گافمن و ترکل در نظریه‌های خود آورده‌اند، در محیط‌های مجازی گوناگون نقش بازی کنند و هویت واقعی خود را پنهان کنند؛ بنابراین، پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کاربران و ویژگی‌های محیطی فضای مجازی و محدودیت‌ها و سنت‌های موجود در جامعه ایرانی در گرایش به گمنامی در روابط اینترنتی در میان دانشجویان دانشگاه گیلان صورت گرفته است.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند از میان ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کاربران یا به قول گافمن نمای شخصی، جنسیت و مقطع تحصیلی دانشجویان با میزان گمنامی رابطه معنادار داشته است اما رابطه دو متغیر سن و پایگاه اقتصادی -

اجتماعی معنادار نبوده است. مقایسه میانگین گمنامی بین دانشجویان دختر و پسر نشان می‌دهد میانگین گمنامی بین پسران بیشتر است؛ به عبارت دیگر، پسران بیشتر تمایل دارند در فضای مجازی هویت اصلی و واقعی خود را کنار بگذارند و هویت جدید و ایده‌آلی برای خود بسازند. برای این کار باید کنش‌هایی را که با این معیارها تناسب ندارند، مخفی یا حذف کنند که گافمن این نوع عکس‌العمل‌ها را مصرف مخفیانه نامیده است. آزمون معناداری تفاوت میزان گمنامی در روابط اینترنتی بین دو جنس، معنادار بودن این تفاوت را نشان می‌دهد. این یافته پژوهش همسو با یافته‌های چیو (2007)، ویتی (2008) و هولنباو و اورت (2013) است. آنها در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیده‌اند که مردان نسبت به زنان تمایل بیشتری به پنهان کردن هویت خود دارند و با یافته‌های پژوهش جیانگ و همکاران (2011) تضاد دارد.

از ویژگی‌های دیگر کاربران که با میزان گمنامی آنها رابطه معناداری دارد، مقطع تحصیلی آنهاست؛ به عبارت دیگر، هرچه سطح تحصیلات پاسخ‌گویان بالاتر باشد، گرایش به گمنامی در آنها کمتر می‌شود. همچنین با افزایش سن، میزان گمنامی کاربران در روابط اینترنتی کاهش می‌یابد و کاربران جوان میزان گمنامی بالاتری دارند. این دو یافته اگرچه در راستای هم قرار دارند، با یافته‌های چیو (2007)، ویتی (2008) و جیانگ و همکاران (2011) همخوانی ندارند؛ زیرا آنها به این نتیجه رسیده‌اند که با افزایش سن تمایل به گمنامی در فضای اینترنت بین کاربران افزایش می‌یابد اما با یافته‌های هولنباو و اورت (2013) همسویی دارد. یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد میزان گمنامی بین دانشجویان جوان بالاتر

از دانشجویان مسن است.

طبق نتایج پژوهش، بیشترین سابقه استفاده از اینترنت بین دانشجویان دختر و پسر بین سه تا شش سال است؛ همچنین پاسخ‌گویان به‌طور میانگین ۱۷/۶۸ ساعت در طول هفته به اینترنت دسترسی دارند. دانشجویان از میان امکانات اینترنتی، از استفاده علمی - پژوهشی و استفاده سرگرمی - تفریحی بیشتر از سایر امکانات استقبال کرده‌اند و ارتباط با دوستان و یافتن دوستان جدید نیز بیشترین کاربرد را بعد از استفاده‌های علمی - پژوهشی و سرگرمی - تفریحی در میان پاسخ‌گویان داشته است. از بین محیط‌های تعاملی اینترنت، بیشتر پاسخ‌گویان از طریق شبکه‌های اجتماعی با دوستان اینترنتی خود ارتباط برقرار می‌کنند.

بین سابقه استفاده از اینترنت، ارتباط با دوستان و یافتن دوستان جدید، استفاده سرگرمی - تفریحی و گمنامی در روابط اینترنتی رابطه معناداری مشاهده نشد؛ همچنین از بین محیط‌های تعاملی اینترنت بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و گمنامی در روابط اینترنتی نیز رابطه معناداری دیده نشد اما بین متوسط ساعات استفاده از اینترنت در طول هفته، سایت‌های همسریابی و محیط تعاملی وبلاگ و چت‌روم و گمنامی در روابط اینترنتی نیز رابطه معناداری وجود دارد.

رابطه بین محدودیت‌های سنتی و گمنامی معنادار است؛ یعنی، هر قدر کاربران با محدودیت‌های سنتی بیشتری از طرف محیط اجتماعی و آفلاین مواجه شوند، در روابط اینترنتی بیشتر به گمنامی و مصرف مخفیانه روابط اینترنتی کشیده می‌شوند و به قول گافمن در صحنه اینترنت ایفای نقش می‌کنند و اجرای نقش در فضای آنلاین را با پنهان‌کاری از طریق آواتارها یا نقاب‌های شخصیتی بیشتری همراه می‌کنند.

همچنین نتایج رگرسیون چندمتغیره نشان داد متغیرهای مقطع تحصیلی و محدودیت‌های سنتی ۴۱/۵ درصد از تغییرات (پراکنش) متغیر گمنامی در روابط اینترنتی را تبیین می‌کنند. متغیر مقطع تحصیلی با ضریب بتای (-۰/۰۷۷) تأثیر منفی را در تبیین میزان گمنامی در روابط اینترنتی داشته است

و متغیر محدودیت‌های سنتی با ضریب بتای (۰/۶۶۲) تأثیر مثبتی در حدود ۶۶/۲ درصد بر میزان گمنامی در روابط اینترنتی دانشجویان دارد؛ به عبارت دیگر، اگرچه گمنامی با بسیاری از متغیرهای مرتبط با ویژگی‌های کاربران و محیط مجازی رابطه معناداری داشته است، همگی آنها در ارتباط با محدودیت‌های سنتی حاکم بر جامعه ایرانی رنگ می‌بازد و آنچه سبب گمنامی بیشتر می‌شود، سنت‌ها و محدودیت‌های ناشی از آنهاست. اگرچه متغیر مقطع تحصیلی هم نقش دارد، با افزایش تحصیلات میزان گمنامی کاهش می‌یابد و افراد بیشتر هویت واقعی خود را نشان می‌دهند و به عبارتی به خودافشاسازی در محیط مجازی تمایل بیشتری پیدا می‌کنند.

بر اساس نظریات گافمن و آنچه درباره اجرای نقش روی صحنه نمایش و اجزای تشکیل‌دهنده آن گفته شده است، فضای مجازی بی‌شبهت به صحنه نمایش نیست و مانند آن از دو محیط روی صحنه و پشت صحنه تشکیل شده است که در اصطلاح به آنها روابط آنلاین و آفلاین یا هویت آنلاین و هویت آفلاین گفته می‌شود و همان‌طوری که افراد زمانی که روی صحنه‌اند، اجرای نقش می‌کنند و هویت دیگری برای خود می‌سازند، برای شکل‌دادن به این هویت ایده‌آل نیز بخشی از کنش‌هایشان را حذف و پنهان می‌کنند؛ به عبارت دیگر، در فضای مجازی و محیط‌های تعاملی آن به مصرف مخفیانه و روابطی مشغول می‌شوند که در دنیای واقعی برای مصرف آنها با محدودیت‌های زیادی روبه‌رو هستند و در برقراری این روابط آنلاین، خود را هرگونه که دوست دارند، معرفی می‌کنند و به قول گافمن در حال اجرای نقشند.

بنابراین یافته کلیدی مقاله حاضر نشان‌دادن تلاش و توانایی کاربران اینترنت در بازتولید خود آفلاین به صورت خود آنلاین است و آنچه را برای خود در دنیای آنلاین در جستجوی آنند و نمی‌توانند به دلیل محدودیت‌های اجتماعی موجود در جامعه آن را تحقق بخشند، از طریق مصرف مخفیانه در فضای مجازی تحقق می‌بخشند. یکی از کنش‌های اجتماعی که در دوران جوانی و دانشجویی اهمیت زیادی

بین فردی، سبک‌های متفاوتی از روابط اجتماعی را در مقابل افراد قرار داده است. به طوری که امروزه نظاره‌گر شکل‌گیری نوع جدید و دگرگون شده‌ای از روابط بین افراد یعنی روابط الکترونیکی هستیم. در این نوع جدید روابط و مناسبت‌ها، افراد در فضای مجازی به‌طور همزمان و نامحدود، فارغ از مکان قرارگرفتن آنان در جهان واقعی با یکدیگر تعامل دارند. حتی کاربران بدون دادن نام و نشانی از خود (ناشناس ماندن) یا با ساختن هویت جدیدی برای خود، در چت‌روم‌ها و دیگر محیط‌های اینترنتی با هم ملاقات می‌کنند و در محیط‌های اینترنتی گوناگون (چت‌روم‌ها، شبکه‌های اجتماعی و...) ایفای نقش می‌کنند.

در آخر پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های گسترده‌ای در زمینه گمنامی در محیط مجازی و روابط اینترنتی با جامعه آماری مختلف مثلاً نوجوانان، کاربران شبکه‌های مجازی مختلف و حتی دانشجویان سایر دانشگاه‌ها صورت گیرد و به‌صورت عمیق‌تر و دقیق‌تر این موضوع بررسی و نتایج پژوهش‌های مختلف با یکدیگر مقایسه شود.

منابع

- اسلویین، ج. (۱۳۸۰). *اینترنت و جامعه*، ترجمه: عباس گیلوری و علی رادباوه، تهران: کتابدار.
- برگر، پ. و لوکمان، ت. (۱۳۷۵). *ساخت اجتماعی واقعیت*، ترجمه: فریبرز مجیدی، تهران: علمی و فرهنگی.
- حبیب‌پور، الف. و صفری‌شالی، ر. (۱۳۸۸). *راهنمای جامع کاربرد spss در تحقیقات پیمایشی (تحلیل داده‌های کمی)*، تهران: لویه، متفکران.
- دهقان، ع. و نیک‌بخش، م. (۱۳۸۵). «مطالعه شیوه رفتار افراد در محیط مجازی: شکل‌گیری روابط صمیمانه در اتاق‌های گپ‌زنی اینترنت»، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، س ۲، ش ۶، ص ۲۹ - ۱.
- ذکایی، م. و خطیبی، ف. (۱۳۸۵). «رابطه حضور در فضای

برای این قشر از جامعه پیدا می‌کند، برقراری روابط دوستانه از جمله با جنس مخالف است. گسترش برقراری اینگونه روابط در سال‌های اخیر چه در محیط آنلاین و چه در محیط آفلاین پدیده‌ای است که پژوهشگران مختلف گزارش داده‌اند ولی آنچه در اینجا کاملاً مشهود است، نقش محدودیت‌های اجتماعی در برقراری روابط دوستانه آفلاین با جنس مخالف در گرایش کنشگران به سوی اینگونه روابط در محیط آنلاین آن هم با استفاده از نقاب است.

اما استفاده از نقاب در فضای مجازی همیشه برای فریب دیگران نیست. گافمن از دو نوع بازیگر در صحنه صحبت می‌کند: بدبین و بی‌ریا. بدبین کسی است که نه به کنش خود اعتقاد دارد و نه هیچ‌گونه نگرانی غایی از عقاید حضار؛ صادق کسی است که به برداشت ایجاد شده از اجرای خود اعتقاد دارد اما تمام بازیگران بدبین به دنبال فریب‌دادن مخاطبان خود برای سود و منفعت شخصی نیستند بلکه ممکن است مخاطبان خود را به دلیل آنچه از نظر خود آنها خیر و صلاح آنهاست یا به دلیل خیر و صلاح اجتماع و غیره فریب دهند. مانند پزشکی که مجبور به تجویز شبه دارو می‌شود. این نوع فریب‌کاری زمانی است که مخاطبانشان اجازه صادق‌بودن را به آنها نمی‌دهند (گافمن، ۱۳۹۱: ۳۳-۳۰).

گمنامی و استفاده از نقاب در صحنه مجازی به کاربران این فرصت را می‌دهد که نوع جدیدی از روابط اجتماعی را شکل دهند؛ روابطی که ممکن است با نوع مرسوم و سنتی آن در جامعه تفاوت اساسی داشته باشد. بدین ترتیب نقش گمنامی در برقراری روابط دوستانه به‌ویژه با جنس مخالف در محیط اینترنت دیدنی است. در برخی جوامع مانند ایران، جوانان در دوستی و برقراری ارتباط با دیگران به‌خصوص با جنس مخالف با محدودیت‌هایی روبه‌رو هستند و وجود برخی ارزش‌های سنتی حاکم بر روابط دوستانه، اجازه گسترش آن را در فضای واقعی نمی‌دهند اما تغییرات و تحولات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و تکنولوژیکی به‌خصوص پیدایش و گسترش اینترنت همراه با تغییر ارزش‌ها، نگرش‌ها و کنش‌های افراد در روابط

- نوجوانان و جوانان و پیامدهای آن. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.
- منصورفر، ک. (۱۳۸۸). روش‌های پیشرفته آماری همراه با برنامه کامپیوتری، تهران: دانشگاه تهران.
- Bullingham, L. & Vasconcelos, A. C. (2013) "The Presentation of Self in the Online World: Goffman and the Study of Online Identities." *Journal of Information Science*. 39 (1): 101 - 112.
- Chiou, W. B. (2007) "Adolescents' Reply Intent for Sexual Disclosure in Cyberspace: Gender Differences and Effects of Anonymity and Topic Intimacy". *Journal of Cyberpsychology & Behavior*, 10(5): 725 - 728.
- Hollenbaugh, E. E. & Everett, M. K. (2013) "The Effects of Anonymity on Self-Disclosure in Blogs: An Application of the Online Disinhibition Effect." *Journal of Computer-Mediated Communication, International Communication Association*, 18 (3): 283 - 302.
- Iane, C. (2011) "Anonymity on the Intent and Its Psychological Implications for Communication." *Journal of Cercetări Filosofico-Psihologice*, 3 (2): 125 - 132.
- Jiang, L. Crystal, N. Hancock, T. (2011) "The Disclosure-Intimacy Link in Computer-Mediated Communication: An Attritional Extension of the Hyper Personal Model." *Human Communication Research*, 37: 58 - 77.
- Kalinowski, C. & Adam Matei, S. (2011) "Goffman Meets Online Dating: Exploring the 'Virtually' Socially Produced Self." *Journal of Social Information*, 3(16): 6 - 20.
- Kang, R. Stephanie, B. & Kiesler, S. (2013) Why Do People Seek Anonymity on the Internet? *Informing Policy and Design, CHI '13 Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. Paris, France: 2657 - 2666.
- Kimberly, M. C. (2006) "The Positive and Negative Implication of Anonymity in Internet Social Interactions." *Journal of Computers in Human Behavior*, 23(6): 3038 - 3056.
- Kling, R. Ya-ching, L. Teich, A. & Frankel, M.S. (1999) "Assessing Anonymous Communication on the Internet: Policy Deliberations." *Journal of Information Society*, 15(2): 79 - 90.
- McIntyre, T.J. (2004) "Online Anonymity: Some Legal Issues." *Journal of Commercial Law Practitioner*, 11(3): 90 - 95.
- مجازی و هویت مدرن؛ پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی»، فصلنامه علوم اجتماعی، ش ۳۳، ص ۱۱۵ - ۱۱۱.
- ربیعی، ع. و شاه‌قاسمی، الف. (۱۳۸۸). «من به کسی اعتماد ندارم؛ جستاری در پیامدهای اثر اینترنت بر رفتار کاربران ایرانی»، مجله جهانی رسانه، د ۴، ش ۱، ص ۲۱ - ۱.
- زارع شاه‌آبادی، الف. و زارع‌بیدکی، خ. (۱۳۹۲). «آسیب‌شناسی ارتباطات اینترنتی در بین دانشجویان دانشگاه یزد»، فصلنامه دانش انتظامی، س ۱۵، ش ۴، ص ۵۷ - ۲۹.
- ساروخانی، ب. (۱۳۸۶). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی؛ (جلد سوم: روش‌های کمی آمار پیشرفته)، تهران: دیدار.
- صوفی، م. (۱۳۸۵). «هویت‌های جدید واقعی و مجازی: مطالعه کاربران اینترنتی دانشجو با جنسیت و قومیت متفاوت»، مجله جهانی رسانه، ش ۲، ص ۱۲ - ۱.
- عبداللهیان، ح.؛ زاهدی، م. و شیخ‌انصاری، م. (۱۳۹۲). «ارزیابی ساختار، کنش‌های متقابل، گمنامی و بازنمایی خود در چهار شبکه اجتماعی مجازی»، مجله رسانه و فرهنگ، س ۳، ش ۲، ص ۱۲۸ - ۱۰۳.
- کاستلز، م. و اینس، م. (۱۳۸۴). گفتگوهایی با مانوئل کاستلز؛ ترجمه: حسن چاوشیان و لیلا جوافشانی، تهران: نشر نی.
- کفاشی، م. (۱۳۸۸). «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده»، فصلنامه پژوهش اجتماعی، س ۲، ش ۳، ص ۷۶ - ۵۵.
- گافمن، الف. (۱۳۹۱). نمود خود در زندگی روزمره، ترجمه: مسعود کیانپور، تهران: مرکز.
- معیدفر، س. (۱۳۸۴). بررسی پدیده اعتیاد اینترنتی در بین

- Murphy, K. & Collins, M. (2000) "Development of Communication Conventions in Institutional Electronic Chats." *The Journal of Distance Education/ Revue de l'education Distance*. 12(1): 177 - 200.
- Turkle, S. (1996) *Life on the Screen: Identity in the Age of Internet*; New York: Simon and Schuster.
- Vaast, E. (2007) "The Presentation of Self in a Virtual but Work-related Environment, Virtuality and Virtualization." *Journal of International Federation for Information Processing*, 236(14): 183 - 199.
- Whitty, M. T. (2008) "Revealing the 'Real' Me, Searching for the 'Actual' You: Presentations of Self on An Internet Dating Site." *Journal of Computers in Human Behavior*, 24(4): 1707 – 1723.

