

## چالش‌های هویتی نوین در متاورس

محمدعلی آراسته

دکتری فناوری اطلاعات، دانشگاه قم

رئیس گروه اطلاعات مکانی شرکت آب و فاضلاب استان یزد

ma.arasteh@stu.qom.ac.ir

**چکیده:** رشد فضای مجازی و برنامه‌های کاربردی وابسته به آن در سال‌های اخیر به حدی بوده است که آن را یک انفجار تلقی می‌کنند و گاهی آن را مهمترین رویداد قرن بیست و یکم می‌دانند. در این میان پدیده جهان مجازی و زندگی در متاورس که در ابتدا تنها یک بازی تصور می‌شد از این امر مستثنی نبوده و هر روز داغتر و با استقبال کاربران بیشتری مواجه می‌شود. در پی این امر مسائل و چالش‌های جدید اخلاقی و قانونی بوجود آمده است که از جمله می‌توان به حریم خصوصی، هویت مجازی، مالکیت‌های فردی، گمنامی، ناشناختگی و غیره اشاره کرد. هویت مجازی به عنوان یکی از مهمترین چالش‌ها در متاورس محسوب می‌شود و این مقاله سعی دارد با رویکردی تحلیلی-توصیفی به آن بپردازد و در نهایت مدل و راهکارهایی برای کاهش مخاطرات ناشی از آن ارائه دهد.

**واژه‌های کلیدی:** متاورس، هویت مجازی در فضای مجازی، گمنامی، چالش‌های اخلاقی

## 1- مقدمه

متاورس<sup>۱</sup> یک محیط شبیه سازی شده با استفاده از کامپیوتر است که کاربران به کمک اشکالی به نام آواتورها در آن زندگی می‌کنند. این دنیا اولین بار توسط نویسنده داستان‌های علمی-تخیلی ویلیام گیسسون بکار رفت. او در سال ۱۹۸۴ کتابی بنام «نیورومانسر» نوشت که کاراکترهای آن بگونه‌ای در جهان سفر می‌کردند که گویی در دنیای واقعی هستند. واقعیت مجازی در سال ۱۹۹۰ توسط محقق آمریکایی بنام ایوان ساوسرلند<sup>۲</sup> اختراع شد [۱]. او توانست محیطی مصنوعی ایجاد کند که دیدنی، شنیدنی، احساس کردنی و عمل کردنی بود. در سال ۲۰۰۳ یک شرکت آمریکایی به نام لیندن لب برنامه متاورس را با الهام از فضای مجازی، به منظور ایجاد یک زندگی واقعی بنیان نهاد. این برنامه با ایجاد متاورس مورد علاقه کاربر توانست افراد زیادی را به سمت خود جذب نماید [۲].

متاورس جایی است که فناوری و ارتباطات اجتماعی در فضای مجازی با یکدیگر تلفیق می‌شوند. تعداد افرادی که به سایت‌هایی به نام متاورس یا زندگی ثانویه می‌پیوندند در سطح جهان رو به رشد است. بر اساس گزارش دفتر مشاوره زیرو در انگلستان، عضویت در فضاهای مجازی در سه ماه دوم سال ۲۰۲۰ در حدود ۳۹ درصد رشد داشته است که این میزان با ۵۸۰ میلیون نفر کاربر برابری می‌کند [۳]. شاید تمامی این کاربران فعال نباشند اما نکته مهم در این باره، افزایش رو به رشد توجه و عضویت افراد در دنیاهای مجازی است. با وجود اینکه سایت‌هایی مانند فیس بوک و توییتر با استقبال بالایی مواجه شده‌اند اما به دلیل اینکه اساس این سایت‌ها بر پایه پول‌سازی بنا نشده‌اند، فضاهای متاورس به دلیل پولساز بودن، حداقل در میان قشر خاصی از مردم جهان به راحتی بر سایت‌های اجتماعی غلبه کرده‌اند. متاورس یا زندگی ثانویه به این دلیل مورد استقبال زیادی قرار دارد که می‌تواند مواجهه با تجربیات مختلف زندگی را آسان‌تر کرده و امکان انجام کارهای مختلف در مکان‌های مختلف را برای افراد به وجود آورد. جهان مجازی بسیاری از خصوصیات جهان واقعی را در خود دارد؛ علاوه بر آن خصوصیات دیگری نیز در آن نهفته است که امکان آن در جهان واقعی موجود نمی‌باشد. بسیاری از مقوله‌های جدی زندگی روزمره مثل کار و شغل، نظام بانکداری، خرید و فروش و حتی سرگرمی‌ها را نیز می‌توان در آن یافت. متاورس جهان هم‌رسانه نیز هست. رادیو، تلویزیون و سینما همه نه به شکل دنیای واقعی بلکه به شکل کاملاً متفاوت در این جهان وجود دارند. در واقع به نوعی نظام اجتماعی واقعی در این جهان پیاده شده است [۴]. گرچه از میان آمار اعلام شده کاربران، تنها تعداد کمی کاملاً فعال هستند، اما همین افراد از این فناوری علاوه بر استفاده در تجارت و سرگرمی در زمینه‌های آموزشی از جمله آموزش نیز از این جهان استفاده می‌کنند و وقت زیادی را در آن سپری می‌نمایند. متاورس اکنون و در مدتی کوتاه توانسته قوانین و اصول خود را در حوزه‌های مختلف علم بشری ترویج کند و علوم بشری نیز به صورت روزافزونی به این حوزه وابسته‌تر می‌شوند. ورود این علم به برخی از حوزه‌ها به صورت جبری بوده است، به عبارت دیگر می‌توان زمینه‌هایی را یافت که هیچ‌سختی با این حوزه ندارند اما به ناچار اصول و منطق جهان مجازی را به خود راه داده‌اند؛ شاید مهمترین حوزه اخلاق باشد. جهان مجازی توانسته است علاوه بر تاثیرگذاری بر روند درآمدی جهان، بر خصوصیات زندگی افراد جامعه و زندگی اجتماعی آنها نیز تاثیرگذار باشد؛ تاحدی که مسائل و چالش‌های جدید اخلاقی و اجتماعی در این حوزه بوجود آمده است. یکی از مهمترین مسائل ایجاد شده، هویت مجازی افراد در اینگونه اجتماع‌ها و دنیاهای است. هر فرد می‌تواند شخصیت‌های متفاوتی را در متاورس ساخته با آن هویت‌ها عمل و رفتار نماید. به عنوان مثال شخصی می‌تواند در دنیای واقعی مهندس نرم افزار باشد و در متاورس شغل سیاست‌مداری را پیشه گیرد. گرچه این هویت مجازی می‌تواند تا حدی امکان آگاهی یافتن از پیامدهای یک عمل را بدون تجربه کردن در دنیای واقعی به فرد بدهد اما همین هویت‌های مجازی باعث یکسری مشکلات و مسائلی در زندگی فردی و اجتماعی می‌شوند [۵]. در این مقاله به بررسی چالش‌های هویت در فضای مجازی متاورس می‌پردازد. بر همین اساس در بخش دوم آن به خصوصیات اجتماعی متاورس پرداخته می‌شود. در بخش سوم به موضوع هویت در متاورس اختصاص دارد و در ادامه آن چالش‌های هویتی متاورس بررسی می‌شود. در قسمت پایانی مقاله و در بخش نتیجه‌گیری کلیت مسئله بررسی و راهکارهایی برای حل چالش‌های ناشی از گمنامی و بی‌هویتی در متاورس ارائه می‌گردد.

## 2- ادبیات موضوع

به اعتقاد مانوئل کاستلز<sup>۳</sup> استاد دانشگاه برکلی کالیفرنیا، در شرایط کنونی، بنیان‌های مادی جامعه یعنی مکان و زمان در حال دگرگونی است و پیرامون جریان‌ها و زمان بی‌زمان، سازمان می‌یابد [۶]. او که شرایط در حال ظهور جهان مجازی و ارتباطات شبکه‌ای جهانی را جامعه شبکه‌ای می‌نامد، معتقد است در جامعه شبکه‌ای مفاهیم زمان و مکان معانی تازه‌ای پیدا کرده‌اند که با معانی سنتی آن در جوامع ما قبل مدرن و با حتی

<sup>1</sup> Metaverse

<sup>2</sup> Ivan Sutherland

<sup>3</sup> Manuel Castells

صنعتی تفاوت آشکار دارد. انتقال آنی اطلاعات، داده‌ها و سرمایه‌ها و امکان ارتباط همزمان میان افراد در نقاط مختلف، عملاً فواصل زمانی را از میان برداشته است و نظم طبیعی دوران قدیم یا چارچوب‌های مکانیکی عصر صنعتی را به کلی دگرگون ساخته است. مکان نیز به نوبه خود با مفهوم دسترسی یا عدم دسترسی به اطلاعات و ابزار انتقال و پردازش آن ارتباط پیدا کرده است و حضور در مکان معنای تازه‌ای به خود گرفته که می‌تواند تعیین کننده ارتباط و اتصال شخص به جامعه شبکه‌ای و با طرد و حذف او از این مکان فراگیر و در عین حال انحصاری به‌شمار آید.

مهم‌ترین ویژگی‌های متاورس را می‌توان در جهان شمول بودن، فراگیر بودن، تعاملی بودن، ۲۴ ساعته بودن، داشتن چندین زندگی مجزا به طور همزمان، استقلال از جهان واقعی و چند رسانه‌ای بودن خلاصه کرد.

**جهانی بودن:** متاورس مرز فیزیکی نمی‌شناسد. در این جهان نقشه ذهنی ما در مورد این که چه چیزی نزدیک و چه چیزی دور است، به طور چشمگیری تغییر می‌کند. مفهوم سنتی مکان در متاورس از بین رفته و در این فضا به صورت همزمان می‌توان به همه مکان‌ها دسترسی داشت. به عبارت دیگر متاورس مکان بی مکان و زمان بی زمان است.

**۲۴ ساعته بودن:** قابلیت دسترسی و تعامل در این محیط به صورت همیشگی است و محدودیت‌هایی که از نظر زمانی در محیط واقعی وجود دارد در این محیط از بین رفته است.

**تعاملی بودن:** تعاملی بودن یکی از چالش‌های ارتباطات الکترونیک است بدین معنی که مجازی شدن ارتباطات باعث عدم امکان پاسخگویی سریع به واکنش‌ها شده است، اما فناوری‌های جدید ارتباطی این فرصت را ایجاد می‌کند که بتوان به نحو چشمگیری تعاملات دو طرفه برقرار نمود.

**چند رسانه‌ای بودن:** یکی از مهم‌ترین ابعاد مرتبط با فرایند دیجیتال شدن و در مفهوم گسترده‌تر جهان مجازی، بعد چند رسانه‌ای می‌باشد. این مفهوم اشاره به توانایی فناوری جدید برای تحویل اطلاعات از مسیرهای مختلف (متن، تصویر، صدا، فیلم متحرک و غیره) دارد. اینترنت در حال حاضر روش‌های مختلف انتقال اطلاعات را به طور کامل پیش بینی می‌کند. همان طور که بیان شد متاورس محیطی گرافیکی و سه بعدی و شبیه بازی‌های رایانه‌ای است اما بسیاری از وجوه دنیای واقعی را به ارث برده است. علاوه بر آن خصوصیات بسیار جالب دیگری در جهان مجازی قرار دارد که آن را بسیار جذاب ساخته است [۷].

زندگی در دنیای مجازی را می‌توان به بخش‌های مختلف تقسیم و جنبه‌های مختلف زندگی انسانی از جمله حقوق شهروندی، علایق، فعالیت‌های اجتماعی، سیاست، کسب و کار، هنر، آموزش و غیره را در این جهان بررسی نمود:

**حقوق شهروندی:** هر کاربر در این سیستم یک شهروند است. هر شهروند این امکان را دارد که آن‌گونه که دوست دارد، خود را تجسم کند. در متاورس متاورس هر شهروند قادر است در محیطی سه بعدی جنسیت خود را انتخاب کند و آن‌گونه که مورد علاقه اوست چهره، رنگ پوست و مو، لباس، شغل، محل سکونت، وسایل زندگی و هر چیزی که مورد نیاز یا علاقه‌اش هست را ایجاد نماید. هر شهروند این امکان را دارد که از فضای گسترده‌ای از صفات بهره‌مند شود [8].

**علایق و سرگرمی‌ها:** شهروند زندگی دوم قادر است با وسیله مورد علاقه‌اش رانندگی کند، در ارتفاع چهار هزارمتری از سطح زمین پرواز کند، به قایقرانی بپردازد، به سفرهای ماجراجویانه برود و غیره. او در یک چشم برهم زدن قادر است از یک نقطه به نقطه دیگر سفر کند، در محیطی زندگی کند که آرزوی آن را داشته است یا حتی محیطی را تجربه کند که هیچ پیش‌زمینه ذهنی از آن ندارد. او قادر است کارهایی را در متاورس انجام دهد که در زندگی واقعی قادر به انجام آنها نبوده است، محیط‌هایی را ببیند که در شرایط فعلی امکان دیدن آنها را ندارد. نوجوانان می‌توانند در محیطی مثلاً یک جزیره گردش کرده و از برخی فعالیت‌ها و امکانات رایگان استفاده کنند ولی برای بعضی موارد مثل خرید لباس یا استفاده از وسایل ورزشی و غیره بایستی پول بپردازند، می‌توانند درآمد کسب کرده و در صورت نیاز به منظور استفاده صحیح از پول توصیه‌های لازم به آنها داده می‌شود. ممکن است شخصیتی که در متاورس خلق می‌شود، شبیه انسان باشد و این امکان هم وجود دارد که از خلاقیت فرد سرچشمه بگیرد و شخصیتی کاملاً جدید و خارق‌العاده خلق کند، این مسئله در مورد محیط‌ها یا فضاهایی که ایجاد می‌شوند نیز صادق است. به این ترتیب زندگی مجازی از گستره بسیار بالایی برای بروز خلاقیت در زمینه‌های متفاوت برخوردار است [۹]. فیلیپ روزدال<sup>۴</sup> متاورس را یک بازی رایانه‌ای نمی‌داند بلکه مکانی می‌داند که مردم آن‌گونه که می‌پسندند زندگی می‌کنند، سرگرمی دارند، و حتی به نحوی که دوست دارند درآمد کسب می‌کنند. در واقع زندگی مجازی بهترین محل برای کسانی است که از محیط اطرافشان خسته شده‌اند یا در شرایط بد آب و هوایی، کاری و غیره زندگی می‌کنند. متاورس دنیایی است که مطابق با میل افراد طراحی می‌شود. در ابتدا باور این مسئله سخت بود که چگونه می‌توان با متاورس بدینگونه ارتباط برقرار کرد، ولی

<sup>4</sup> Philip Rosedale

طبق آمار بدست آمده افراد با یک بار وارد شدن به این دنیا چنان مجذوب آن می‌شوند که به آن عادت خواهند کرد و اهمیت آن بگونه‌ای می‌شود که نمی‌توانند آن را براحتهی کنار بگذارند [۱۰].

**فعالیت‌های اجتماعی:** ساکنین متاورس می‌توانند در فعالیت‌های گروهی یا تک‌نفره شرکت کنند، دیگر ساکنین را ملاقات کنند و با آنها ارتباط برقرار نمایند. در بسیاری از سایت‌های متاورس هر شهروند می‌تواند خانه‌ای داشته باشد که روی دیوارهای آن تصاویر مورد علاقه‌اش را نصب کند، در تقویمش برنامه‌های کاریش را بنویسد، از صحنه‌های مختلف عکس بگیرد و در آلبوم بگذارد، حتی آخرین نوشته‌هایش را روی میز کارش ببیند. در این جهان، مانند بازی‌های کامپیوتری امتیاز و برنده و بازنده وجود ندارد و در آن استراتژی‌های تخصص بازی‌های کامپیوتری به چشم نمی‌خورد و نیاز نیست که با هر بار وارد شدن به این محیط از ابتدا شروع کرد. در متاورس فرد زندگی می‌کند و در فکر برنده شدن نیست و فقط می‌خواهد خود را در دنیای رویاهایش احساس کند پس با استراتژی بازی زندگی نمی‌کند، بلکه آن‌گونه که دوست دارد عمل می‌کند و حتی فعالیت‌هایی را برای کسب درآمد انجام می‌دهد که از آن لذت می‌برد [۱۱].

**کسب و کار و تجارت:** یکی از مشخصات بسیار جالب در زندگی مجازی گردش پول و ایجاد منابع اولیه به منظور انجام فعالیت‌های اقتصادی است. در متاورس هر شهروند در محیطی سه بعدی قادر است محل سکونتی با تمام وسایلی مورد علاقه‌اش ایجاد کند. گرچه عموماً هر فرد برای استفاده از این دنیاها می‌بایست هزینه‌ای برای عضویت بپردازد، اما این هزینه بسیار اندک است و هزینه‌ها در کارهای دیگر پخش می‌شود. به عنوان مثال در متاورس امکانات در سطوح متفاوت عرضه شده است که هزینه‌های متفاوتی دارد، بدیهی است که برای داشتن امکانات بهتر و مثلاً خانه‌ای بزرگتر می‌بایست هزینه بیشتری پرداخت کند. در مراحل بعد هر شهروند با توجه به توانایی‌های خود از این منابع برای فعالیت‌های اقتصادی در جهان مجازی استفاده می‌کند [۱۲]. ساکنین متاورس قادرند کالاهایی تولید کنند و آنها را به یکدیگر بفروشند و پول دریافت کنند و حتی برای خدماتی که می‌توانند انجام دهند، دستمزد دریافت کنند. شمار زیادی از شرکت‌ها در متاورس شعبه دارند و خدمات خود را تبلیغ می‌کنند و در اختیار مردم قرار می‌دهند. ساکنین متاورس قادرند املاک و مستغلات خرید و فروش کنند و حقوق قانونی آن را بنام خود در دنیای واقعی به ثبت برسانند، به این صورت که معادل پول دنیای مجازی، در دنیای واقعی دلار دریافت می‌کنند.

**هنر:** یک شهروند در محیط متاورس با توجه به ابزار موجود می‌تواند به خلق آثاری بپردازد که در دنیای واقعی امکان آن را نداشته است. یک سایت مرتبط با متاورس به همین منظور تعبیه شده است. افراد می‌توانند هنرهایی را فراگیرند که به دلیل مشکلات مختلفی از قبیل وقت، هزینه و غیره امکان تجربه آن را در دنیای واقعی نداشته‌اند. آن‌ها قادرند نقاشی کنند، کارهای گرافیکی انجام دهند، موسیقی یا فیلم بسازند و یا هر کار هنری که مورد علاقه‌شان است خلق نمایند، حتی می‌توانند آثار هنری خود را در گالری مخصوص به خود در معرض دید دیگر شهروندان قرار دهند. شهروندان دیگر نیز قادرند هر کدام از آثار مورد علاقه‌شان را خریداری کنند و هزینه آن را به فروشنده بپردازند [۱۳].

**آموزش:** در متاورس شهروندان قادرند در رشته مورد علاقه و نیز در دانشگاه مورد نظر خود تحصیل نمایند. هم‌اکنون دانشگاه‌های Harvard، Houston، Ball State، Ohio، Vassar، Stanford در متاورس شعبه دارند و دانشجوی می‌گیرند [۱۴]. محیط دانشگاه در متاورس بسیار مورد پسند دانشجویان است زیرا شرایطی بسیار آسان و مفرح را برای فراگیری ایجاد می‌کند و دانشجویان در این فضا همکاری متقابل با یکدیگر دارند. برنامه‌ریزی جلسات سخنرانی، کلاس‌های درسی، و دیگر برنامه‌های دانشگاه به سرعت صورت می‌گیرد و از اتلاف وقت جلوگیری می‌شود دو دانشکده در آمریکا مشغول بررسی شیوه‌هایی هستند تا هر چه بیشتر مهارت‌های دانشجویان را از طریق متاورس افزایش دهند، هم‌اکنون این دو دانشکده ۲۵ هزار دانشجو در متاورس دارند. علاوه بر امکانات ذکر شده، زندگی مجازی برای نوجوانان ۱۷-۱۳ ساله برنامه‌های آموزشی گسترده‌ای دارد که والدین با اطمینان خاطر می‌توانند فرزندشان را به عضویت این مرکز درآورند.

**سیاست:** در اوایل سال ۲۰۰۷ کشور سوئد اولین سفارتخانه را در دنیای مجازی افتتاح کرد. در سفارتخانه‌های مجازی به افراد راهنمایی‌های لازم جهت تهیه ویزا و سفر به این کشور داده می‌شود. افراد با وارد شدن به این سفارتخانه با فرهنگ، آداب و رسوم و مکان‌های دیدنی کشورها آشنا می‌شوند. در واقع این کار تبلیغی برای جذب گردشگر است. با توجه به جذابیت‌هایی که در این فضا وجود دارد [۱۵].

به غیر از موارد ذکر شده موارد دیگری نیز در حال اضافه شدن به این دنیاها است که باعث می‌شود متاورس روز به روز به دنیای واقعی نزدیکتر شود. در بخشی از نرم افزار یکی از همین سایت‌ها آمده است که نسخه نرم افزار همیشه در حال تکمیل است و بعد از گرفتن و بررسی نظرات کاربران، متخصصین تغییرات لازم را اعمال می‌کنند. افرادی که معتقدند اگر یک بار دیگر به دنیا می‌آمدند جور دیگری زندگی می‌کردند، بهتر است زندگی مجازی را تجربه کنند تا با دید بهتری در دنیای واقعی زندگی نمایند.

### 3- هویت در متاورس (مسئله تحقیق)

جهان مجازی توانسته است با رشد سریعی که در چند سال گذشته داشته تجربه زندگی جدید و متفاوتی را برای بشر رقم بزند. این جهان مرزها و قلمروهای مکان فیزیکی را در نور دیده و خود را از قید و بند زمان و مکان رها ساخته است. ورود بشر به این جهان شرایط جدیدی را نیز به دنبال داشته است. اکنون این احساس وجود دارد که روابط افراد انسانی را در این محیط چگونه باید تنظیم کرد؟ آنچه که بعد از ورود بشر به این عرصه لازم و ضروری می‌شود، ایجاد یک نظام اخلاقی و حقوقی مرتبط با این دنیای جدید است. این جهان ویژگی‌های خاص و منحصر به فردی دارد که آن را از جهان واقعی مجزا می‌سازد. اینجاست که این سوال مطرح می‌شود که آیا می‌توان با فضای مجازی در زمینه اخلاق فردی و اجتماعی مانند فضای واقعی برخورد کرد یا باید همه چیز را در رابطه با این جهان از نو نوشت و چرخ جدیدی برای این محیط اختراع کرد؟

#### ۱-۳- هویت چیست؟

تعاریف گوناگونی از روانشناسان و روانکاوان برجسته پیرامون هویت فردی ارائه شده است. اما آنچه نقطه عطف این تعاریف است شروع زندگی اجتماعی پس از شناختن هویت فردی است. کودک ابتدا هویت فردی خود را پس از شناسایی پدر و مادر با شناختن آغاز می‌کند. پس از تثبیت این هویت نسبت به باز خورد افراد از این هویت فردی آن را باز سازی کرده و سعی در توسعه ارتباطات اجتماعی با این هویت می‌نماید. بزرگترین خطر زمانی است که فرد نتواند این هویت را به موقع تثبیت کند و منزوی گردد اما پس از باز آفرینی‌ها و ترمیم‌های مکرر خلاف جهت باز خورد های محیط، فرد هر چه بیشتر تثبیت شده و هنجارهای فردی با هنجارهای محیطی هم‌نشستی پیدا می‌کنند. خلاف این امر نیز واقع می‌گردد به نحوی که عضویت فرد در خرده گروه‌های اجتماعی تقابل ارزشی را بیشتر کرده و تن دادن به خرده هنجارهای متقابل موجب نا هنجاری‌های اجتماعی می‌گردد. آنچه در فرهنگ جامعه شامل ارزش تلقی می‌گردد، در خرده فرهنگ زیر گروه شمول یک ارزش به حساب می‌آید.

هویت از زمان رو در روی فرد در قبال محیط شروع به تشکیل می‌گردد و هر لحظه توسط فرد باز نگری و باز سازی می‌گردد. هر چه می‌گذرد، هویت بیشتر تثبیت شده و سطح تغییراتش محدود می‌شود. همین هویت فرد را ملزم به بایدها و نبایدهایی می‌کند که موجب تن دادن فرد به هنجاری‌های اجتماعی گشته، به طور طبیعی شخصیتش در اجتماع بیشتر تثبیت می‌گردد. حضور فرد در شبکه روابط اجتماعی موجب کنش فرد خلاف جهت سلول‌های اجتماعی نو ظهور گشته و آنها را به سمت هنجارهای حاکم سوق می‌دهد. هویت، چهار چوبی است تا فرد به وسیله آن از یک سو نقش خود را به عنوان یک سلول اجتماعی تثبیت کرده و از سوی دیگر با توسعه ارتباطات این سلول اجتماعی توان اجتماعی وسیع تری یابد. با هر چه گسترده‌تر شدن این ساختار اجتماعی توان عملکرد اجتماعی فرد بالاتر می‌رود. و با هر چه گسترده‌تر شدن این شبکه ارتباطی فردی، ارزشمندتر می‌گردد و شخص در جریان هنجارهای اجتماعی که حول این توان عمل می‌کرده‌اند، سعی در حفظ ارزش‌ها برای بقای اجتماعی خویش می‌نماید. همین امر در قوی‌تر شدن هنجارها موثر بوده و این چرخه باز تکرار می‌گردد. هویت فقط مجموعه از ویژگی‌هایی نظیر نام محل زندگی و موقعیت شغل سن، جنسیت و مانند اینها نیست بلکه هویت به عنوان مجموعه‌ای از رفتارها در شرایط مختلف برای به تصویر کشیدن "خود"، نیز اطلاق می‌شود. بنابراین افراد میتوانند در موقعیت‌های مختلف رفتارهای مختلف و در نتیجه هویت مختلفی از خود به نمایش بگذارند. می‌توان هویت را به عنوان یک مجموعه تصویر از زندگی خود در شرایط مختلف تصور کرد. با این نگاه هر شخص هویت‌های مختلفی دارد [۱۶].

#### ۲-۳- هویت مجازی و گمنامی در متاورس

متاورس امکان جدیدی برای تعیین هویت و ایجاد تعامل با دیگران در اختیار کاربران قرار داده است. این دنیا به سادگی به افراد اجازه می‌دهد که هویت‌های مختلفی از خود بروز دهند. هویت مجازی به معنی انتخاب یک ویژگی برای شناساندن خود به دیگران است با این شرایط که با استفاده از این ویژگی نتوان به هویت اصلی فرد پی برد. این هویت را نباید به عنوان مجموعه‌ای از بیت و بایت‌ها دانست؛ در واقع آواتورها در زندگی مجازی رفتار فردی که در پشت آن آواتور پنهان شده است. در هویت مجازی بسیاری از خصوصیات هویت واقعی از جمله مکان زندگی فرد، ویژگی‌های بدنی فرد (جنسیت، سن، معلولیتها و غیره) معنا پیدا نمی‌کند. در کنار هویت مجازی مفاهیمی مانند گمنامی و هویت‌های مشابه به وجود می‌آید. گمنامی به معنای عدم توانایی در شناسایی هویت یک شخص است. با توجه به تعریفی که از هویت مجازی ارائه می‌شود، گمنامی به صورت عمومی یکی از خصوصیات هویت مجازی خواهد بود و حتی گاه مرز مشخصی را نمی‌توان بین این دو قائل شد. گمنامی ویژگی ثابتی نیست و افراد می‌توانند در موقعیتی گمنام باشند و در عین حال در موقعیت دیگری کاملاً شناخته شده باشند. برای مثال فردی که در شبکه اجتماعی خاص خود را با هویتی مجازی معرفی کرده است، فقط برای افراد عضو در آن شبکه اجتماعی گمنام است و در موقعیت دیگر و در اجتماعی دیگر مانند خانواده کاملاً شناخته شده است. یکی از دلایل استقبال از جوامع مجازی امکان قرار گرفتن به عنوان هویتی جدید و ناشناخته برای افراد است [۱۷]. گمنامی زمانی حاصل می‌شود که امکان پی بردن به هویت اصلی فرد توسط طرف مقابل میسر نباشد و به دو دسته تقسیم می‌شود. گمنامی تکنیکی،

گمنامی اجتماعی. گمنامی تکنیکی به معنای از بین بردن عمدی تمامی اطلاعات شناسایی یک فرد برای جلوگیری از برجای گذاشتن ردپای قابل پیگیری، است. گمنامی اجتماعی به معنای نبود اطلاعات کافی برای شناسایی هویت افراد است. گمنامی که افراد باید در رای دادن یا هنگام خرید گمنامی تکنیکی است، قابل پیگیری نبودن هویت واقعی فرد از طریق هویت مجازی او نوعی گمنامی تکنیکی است و این جنبه از گمنامی مورد توجه این نوشتار است. در گمنامی تکنیکی با سه سطح متفاوت مواجه هستیم: اگر حالت هیچ راهی برای فهمیدن هویت افراد وجود نداشته باشد، گمنامی تکنیکی از نوع گمنامی مطلق است. در این حالت هیچ رد پایی وجود ندارد که با پیگیری آن به هویت افراد دست پیدا کنیم مانند کسی که از کیوسک تلفن عمومی استفاده میکند. در سطح بعد اگر یک سازمان یا ارگان بتواند هویت اصلی فرد را مشخص کند آنگاه دو نوع دیگر از گمنامی به وجود می‌آید، گمنامی نیمه سازمانی و گمنامی خود انگیز: در خودانگیز، خود شخص نام مستعار خود را انتخاب میکند مانند تخلص شاعران. و در نیمه سازمانی، سازمان این نام مستعار را برای افراد تعیین میکند مانند شماره کارت اعتباری که بانک آنرا صادر می‌کند. در آخرین سطح گمنامی تکنیکی اگر هویت فرد به سادگی توسط پیگیری رد اطلاعات شخصی افراد مشخص شود نیمه شخصی معرفی می‌شود در این نوع یک سازمان دولتی یا خصوصی نام مستعار را تعیین میکند مانند ثبت احوال. باید توجه کرد که گمنامی را با بی‌نامی به یک معنا نیست. بدون نام بودن یکی از شرایط گمنامی است اما به تنهایی آن را محقق نمی‌کند؛ زیرا بدون دانستن نام فرد می‌توان او را با اطلاعاتی دیگر مثل شماره ملی شناسایی کرد [۱۸].

باید خاطر نشان کرد که هویت مجازی و گمنامی در متاورس و همچنین اینترنت، فقط به ظاهر محقق می‌شود زیرا می‌توان با استفاده از سوم شخص معامله، تکنیک‌های داده کاوی، همبستگی داده، ردیابی مسیر کلیکها و یا الگوی کاربران فرد را شناسایی کرد. درست مانند فردی که از تلفن همراه استفاده می‌کند و می‌توان با استفاده از gps و قابلیت‌های ردیابی او را یافت. بنابراین باید سیاست‌های مناسبی برای فرآیند گمنامی اتخاذ نمود، این سیاست‌ها را به اطلاع کاربران رساند و تا جایی که امکان دارد به آنها اطمینان گمنامی داد؛ زیرا که اگر افراد بدانند که واقعا گمنام نیستند، بسیاری از فعالیت‌هایی که در حالت گمنامی انجام می‌دهند را دیگر انجام نخواهند داد.

یکی از مهمترین دلایل محبوبیت و مقبولیت متاورس قابلیت‌ها و مزایایی است که هویت مجازی در اختیار کاربران قرار می‌دهد؛ از جمله: تبادل اطلاعات مخصوصا اطلاعات حساس از قبیل سیاسی، اخلاقی، جنسی، آزادی بیان، سرعت بخشیدن به فرآیند مشاوره، ایجاد حریم خصوصی، رفتارهای بی‌ریا و بی‌تزویر- نمایاندن خود واقعی، کاهش تبعیضات جنسی و نژادی، افزایش گروه‌گرایی مخصوصا در متاورس، افزایش تمرکز بر فعالیت، کاهش تمرکز بر روابط انسانی، افزایش شایسته سالاری، کاهش انتظار از روابط، کاهش ترس از قضاوت دیگران، کاهش سلطه‌گری اعضا، کاهش فشار پیروی از جریانی خاص، تراکنشهای مالی گمنام و تجربه شرایط جدید و متفاوت برای بهبود کیفیت زندگی.

### ۳-۳- چالش‌های اخلاقی هویت در متاورس

هویت مجازی با تمام جذابیت‌هایی که دارد چالش‌های اخلاقی و اجتماعی‌ای را نیز در پی دارد که باید با شناخت آن‌ها راه‌هایی برای مقابله با این چالش‌ها در نظر گرفت مهمترین این چالش‌ها از قرار زیر می‌باشد:

**رفتارهای خارج از ادب و اخلاق:** خارج شدن افراد از دنیای واقعی و ورودشان به متاورس، رهایی افراد از قوانین، عرف و قید و بندهای اجتماعی را ناشی می‌شود. همه انسان‌ها در تمامی جوامع از قوانین و اصول اخلاقی نانوشته‌ای پیروی می‌کنند و عبور از مرزهای آن را شایسته ذات انسانی خود نمی‌دانند. هویت مجازی فرصت عبور از این خطوط قرمز را در اختیار افراد قرار می‌دهد و همواره افرادی هستند که از این فرصت‌ها استفاده کنند. بیان مسائل خارج از ادب و اخلاق هتک حرمت به مقدسات جامعه، تهمت و افتراء، اشاعه اخبار دروغین و غیر اخلاقی از افراد مشهور دغدغه‌ای است که هویت مجازی برای افراد به وجود آورده است.

**رفتارهای ضد اجتماعی و پرخاشجویانه:** ناشناخته بودن در متاورس مجال بروز و تبلیغ رفتارهای خشن را ایجاد کرده است. افراد می‌توانند بدون ترس از مجازات‌های موجود در دنیای واقعی به بیان تمایلات و رفتارهای خشونت آمیز خود بپردازند. این عمل می‌تواند باعث ترویج این رفتارها و تحت تاثیر قرار گرفتن نوجوانان و حتی بزرگسالان شود و در دنیای واقعی نمود پیدا کند.

**زوال هویت اصلی افراد:** همان طور که بیان شد هویت مجازی یعنی معرفی دلخواه خود، حتی اگر شخصیت و هویت اصلی فرد با آنچه از خود به تصویر کشیده است در یک راستا نباشد. به نظر نمی‌رسد این مسئله در ابتدای امر چالش بر انگیز باشد و حتی می‌تواند ویژگی مثبتی از هویت مجازی نیز تلقی شود. هویت مجازی امکان تجربه شخصیتی جدید را در اختیار می‌گذارد که می‌تواند ارضا کننده حس ماجراجویانه افراد باشد، اما اگر فرد بیش حد خود را درگیر این هویت کند، به تدریج فراموش می‌کند که چه کسی بوده و چه شخصیتی داشته و هویتی را باور می‌کند که در واقع وجود خارجی ندارد.

**کاهش ثبات و جامعیت شخصیت فرد:** هویت مجازی امکان داشتن چندین هویت مختلف و حتی در تضاد با یکدیگر را در اختیار افراد قرار می‌دهد. فرد می‌تواند در اجتماعی خود را فعال سیاسی معرفی کرده و در عین حال در اجتماعی دیگر، طرفدار محیط زیست یا در جایی دیگر طرفدار جنبش زنان و در جایی دیگر مخالف آن باشد. تعدد این هویت‌ها می‌تواند عدم ثبات شخصیتی را برای فرد به همراه داشته باشد.

**تحت تاثیر قرار دادن‌های مضر اجتماعی:** گمنامی که هویت مجازی در اختیار افراد قرار می‌دهد می‌تواند دست مایه حرکت‌های مضر اجتماعی باشد و با بیان مسائل مخالف با اصول جامعه سعی در تحت تاثیر قرار دادن افراد و تحریک جمعی از مردم به انجام فعالیتی ضد اجتماعی داشته باشد. **انزوای افراد:** جذابیت زندگی و هویت مجازی برای افراد می‌تواند منجر به حضور بیش از اندازه افراد در این فضای مجازی شود و در نتیجه آنان را از دنیای واقعی جدا کرده و فقط در متاورس نگه دارد.

**قرار نداشتن افراد در جایگاهی که باید باشند:** افراد در متاورس به سادگی می‌توانند خود را به عنوان شخصی معرفی کنند که نیستند، این عمل زمانی چالش محسوب می‌شود که شخص با استفاده از تخصصی که ندارد، افراد بی اطلاع را رهنمایی کند؛ البته این مسئله مختص متاورس نیست و در دنیای واقعی نیز اتفاق می‌افتد اما متاورس برای بروز چنین مواردی مستعدتر می‌باشد.

**کاهش پایبندی به جامعه:** جامعه‌ی افراد متاورس، جایی است که افراد خود را آن‌گونه که دوست دارند معرفی می‌کنند. علاقه افراد به در نظر گرفتن خود به قهرمان ذهنیتی خود، پایبندی فرد را به جامعه حقیقی خود کم کرده و در ازای آن پایبندی فرد به جامعه‌ای که در آن همانند قهرمانش هست را افزایش می‌دهد.

**کاهش توجه به خود و دیگران:** در متاورس من و دیگران در واقع آواتورهایی هستند که افراد از خود به نمایش گذاشته‌اند و خود انسانی افراد کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

**عدم پایداری روابط:** به علت کمتر درگیر بودن روابط بین انسانی روابط افراد در متاورس با دلبستگی و وابستگی کمتری همراه بوده و افراد راحت‌تر رابطه‌ها را ترک می‌کنند.

**کاهش پیروی از عرف:** این مسئله نگاهی متفاوت به مسئله آزادی بیان و عقیده می‌باشد، آزادی بیان از نگاهی می‌تواند مسئله‌ای مثبت و از نگاهی دیگر چالش محسوب شود.

**افزایش تقلب و جرم:** هویت مجازی و گمنامی بستری مناسب برای افزایش تقلب می‌باشد زیرا افراد با ناشناخته بودن و عدم ردیابی ترسی از مجازات که می‌تواند عاملی برای کاهش تقلب باشد وجود نخواهد داشت.

#### ۴-۳- مدل‌سازی پیشنهادی گونه‌شناسی رفتاری در دنیای متاورس

متاورس آینده‌ای بسیار پر امید را در پی دارد. حرکت شرکت‌ها و سازمان‌های تجاری، سازمان‌های فرهنگی، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی، سازمان‌های سیاسی کشورها آن را از یک سرگرمی به سمت دنیای جدیدی برای افراد، سوق داده است. برای کمک به ساختار موجود در متاورس پیشنهاد گونه‌شناسی (نوع‌شناسی) جوامع پورتر را می‌توان به متاورس بسط داد. گونه‌شناسی او افراد و سازمان‌ها را برای تناسب بهتر فعالیت و جامعه در نظر می‌گیرد. اصول ابتدایی هدف، مکان، پایگاه، جمعیت و مدل سود در نظریه پورتر مطرح است که در جهان مجازی به شکل زیر پیشنهاد می‌شود:

**هدف (محتوای تعاملات):** این اصل بر منافع به اشتراک گذاشته شده توسط اعضای جامعه متمرکز است. این منافع شکل گفت‌وگو میان جامعه را تشکیل می‌دهد در واقع بیانگر این است که هدف از متاورس برای یک کاربر چیست. آموزش مجازی، کسب و کار، وجود یک شبکه اجتماعی و غیره در این دنیا می‌توانند به عنوان هدف انتخاب شود.

**مکان (موقعیت تعاملات):** این اصل ویژگی مکانی متاورس با در نظر گرفتن موقعیت افراد در مقابل محدوده‌های جغرافیایی دنیای واقعی مقایسه می‌شود.

**جامعه (طراحی از تعاملات):** این اصل بر درجه‌ی تعاملات حمایت شده متاورس تمرکز دارد و شرایط را قادر می‌سازد تا تعاملات همگام یا ناهمگام یا ترکیبی از هر دو باشد. مباحث این اصل شامل نحوه‌ی استفاده اعضا از این جهان، عضو شدن، انتخاب کانال‌های ارتباطی عمومی در مقابل خصوصی، پشتیبانی از اعضا و غیره است.

**ارتباطات (الگوی تعامل):** این اصل به اندازه و نحوه ارتباطات اجتماعی میان اعضای گروه تاکید دارد؛ همچنین به تشخیص مشخصات کاربر در بازار از لحاظ سن، جنس و هویت اجتماعی نیز متمرکز می‌شود.

مدل درآمد (بازگشت در تعامل): این اصل متمرکز به درآمد و محیط‌های غیر مولد درآمد است و به بررسی هزینه‌هایی چون هزینه ثبت نام، خرید، اشتراک، تبلیغات، فروش محصولات و انواع پرداخت‌ها می‌پردازد.

#### 4- نتیجه‌گیری

متاورس با رشد روز افزون خود زمینه‌های جدیدی را در عرصه‌های مختلف از تجارت تا سرگرمی به وجود آورده است. داشتن هویتی مجازی با قابلیت‌های فراوان و مطابق با علاقه و ذهنیت افراد، بدون شک یکی از مهمترین دلایل علاقه افراد به روی آوردن به سمت چنین زندگی‌هایی است. هویت مجازی و گمنامی علاوه بر مزایای بسیار، چالش‌هایی نیز در اجتماع و زندگی فردی به وجود می‌آورد. با توجه به آینده متاورس، لزوم تدوین قوانین و مقررات حقوقی و اخلاقی در چنین محیط‌هایی هرچه بیشتر احساس می‌شود. تکنولوژی ابزاری است برای زندگی راحت‌تر بشریت و هرگز نمی‌تواند همه زندگی او باشد.

با افزایش سرعت دسترسی به اینترنت و راحتی استفاده از وسایل سیار، ورود افراد به متاورس ساده‌تر خواهد شد همچنین این سرعت بالا باعث واقعی‌تر شدن محیط گرافیکی می‌شود و تصور دنیای واقعی بیشتر تداعی می‌شود. این خصوصیات و موارد دیگر ذکر شده آینده روشن جهان مجازی را نشان می‌دهد. لذا تدوین راه کارهایی برای مقابله و مبارزه با چالش‌های آن حائز اهمیت دوچندانی است و با توجه به مهمترین چالش متاورس که مرتبط با هویت مجازی می‌شود، باید در پی راهکارهای مناسب برای مقابله با آن بود:

**وضع قوانین:** با وضع قوانین و مقررات می‌توان مانع برخی اعمال و رفتارها شد؛ البته این مسئله خود می‌تواند باعث نقض آزادی بیان که در تناقض با روح هویت مجازی است شود.

**قراردادن امکان ردیابی برای استفاده در مواقع خاص و توسط اشخاص حقوقی و دولت‌ها:** این مسئله ماهیت هویت مجازی را زیر سوال می‌برد چرا که یکی از مهمترین دلایل استقبال از هویت مجازی مسئله گمنامی است، زیرا اگر افراد بدانند که گمنام نیستند بسیاری از فعالیت‌هایی که در حالت گمنامی انجام می‌دهند را دیگر انجام نخواهند داد؛ اما اگر امکان ردیابی وجود نداشته باشد، وضع قوانین و مجازات‌ها هم نمی‌تواند کارآمد باشد، زیرا با تطبیق دهی بالاترین مجازات دنیای واقعی به متاورس فرد هویت واقعی یا مجازی خود را پنهان می‌کند و به سادگی می‌تواند با هویتی دیگری ظاهر شود.

**آگاهی رسانی و فرهنگ سازی:** در جلوگیری از آسیب‌های فردی و اجتماعی، افراد بزرگ‌ترین سهم را خواهند داشت. هیچ اجبار و قانونی نخواهد توانست در مقابل راه‌های فراری که افراد برای خود می‌سازند قدم علم کند، اما اگر خود فرد با عواقب استفاده نادرست از تکنولوژی آگاهی داشته باشد، می‌توان امیدوار بود که رشد فردی و اجتماعی، فرد را در مقابل آسیب‌ها محافظت می‌کند. تنها بزرگ‌نمایی جنبه‌های مثبت این قضیه می‌تواند موجب آسیب‌هایی ناخواسته و از سر ناآگاهی در افراد و جامعه شود؛ بنابراین باید با تبلیغات درست و موثر جامعه مجازی را شکل داد.

#### مراجع

- [1]. Leventhal, A., J. Collins, and T. Walsh. *Of Grasshoppers and Rhinos: A Visual Literacy Approach to Born-Digital Design Records*. The American Archivist, ۲۰۲۱, ۸۴(۲): p. ۳۱۹-۲۸۱.
- [2]. Gent, E.. *Lessons From a Second Life> Before Meta*. Philip Rosedale Created an Online Universe. IEEE Spectrum, ۲۰۲۲, ۵۹(۱): p. ۱۹-۱۹.
- [3]. Sparkes, M.. *What is a metaverse*. ۲۰۲۱ Elsevier.
- [4]. Mystakidis, S.. *Metaverse*. Encyclopedia, ۲۰۲۲, ۲(۱): p. ۴۹۷-۴۸۶.
- [5]. Duan, H.. et al. *Metaverse for social good: A university campus prototype*. in *Proceedings of the ۲۹th ACM International Conference on Multimedia*. ۲۰۲۱.
- [6]. Saraceni, G.. *INFORMATIONAL OPULENCE, DIGITAL DIVIDE AND POVERTY*. HUMANITIES AND RIGHTS GLOBAL NETWORK JOURNAL, ۲۰۲۱, (۳)۳.
- [7]. Lee, L. -H., et al.. *All one needs to know about metaverse: A complete survey on technological singularity, virtual ecosystem, and research agenda*. arXiv preprint arXiv:۰۵۳۵۲.۲۱۱۰ ۲۰۲۱.
- [8]. Wang, F. -Y., et al.. *MetaSocieties in Metaverse: MetaEconomics and MetaManagement for MetaEnterprises and MetaCities*. IEEE Transactions on Computational Social Systems, ۲۰۲۲, ۹(۱): p. ۷-۲.
- [9]. Gunkel, D. J.. *Gaming the system: Deconstructing video games, games studies, and virtual worlds*. ۲۰۱۸: Indiana University Press.



- [10]. Molina, L., *Celebrity Avatars: A Technical Approach to Creating Digital Avatars for Social Marketing Strategies*. ۲۰۲۱ Florida Atlantic University.
- [11]. Falchuk, B., S. Loeb, and R. Neff, *The social metaverse: Battle for privacy*. IEEE Technology and Society Magazine, ۲۰۱۸, ۳۷(۲): p. ۶۱-۵۲.
- [12]. Seok, W., *Analysis of Metaverse Business Model and Ecosystem*. Electronics and Telecommunications Trends, ۲۰۲۱, ۳۶(۴): p. ۹۱-۸۱.
- [13]. Kraus, S., et al., *Facebook and the creation of the metaverse: Radical business model innovation or incremental transformation?* International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, ۲۰۲۲.
- [14]. Ning, H., et al., *A Survey on Metaverse: the State-of-the-art, Technologies, Applications, and Challenges*. arXiv preprint arXiv:۲۰۲۱.۰۹۶۷۳.۲۱۱۱ ۲۰۲۱.
- [15]. Riha, D. and A. Maj, *The Real and the Virtual: Critical Issues in Cybercultures*. ۲۰۲۰: BRILL.
- [16]. *A Study on the identity of telepresence and interaction of holistic senses in the Metaverse*. ۲۰۲۱, ۳۴: p. ۵۳-۳۹.
- [17]. Lee, J. and K. H. Kwon, *The Future Value and Direction of Cosmetics in the Era of Metaverse*. Journal of Cosmetic Dermatology.
- [18]. Tu, J., *Meetings in the Metaverse: Exploring Online Meeting Spaces through Meaningful Interactions in Gather. Town*. ۲۰۲۲ University of Waterloo.