

مدل تبیینی کاربری‌های اینترنت و نقش آن در هویت جنسیتی جوانان شهر تهران*

مهرداد نوابخش^۱

مهدی مختارپور^۲

چکیده:

هدف تحقیق در این پژوهش ارائه مدل تبیینی کاربری‌های اینترنت و نقش آن در هویت جنسیتی جوانان شهر تهران می‌باشد. در ذیل این هدف تعیین میزان شناخت دانشجویان از این تکنولوژی به تفکیک جنسیت، تعیین نوع برنامه‌های مورد استفاده دانشجویان از اینترنت به تفکیک جنسیت و شناخت تأثیر کاربری‌های اینترنت بر هویت جنسیتی جوانان مدنظر قرار گرفته‌اند. در این تحقیق از دو روش اسنادی و روش پیمایشی (با بهره‌گیری از تکنیک پرسشنامه) استفاده شده است. جامعه آماری مورد مطالعه این تحقیق، کلیه جوانان دانشجوی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران در دانشکده‌های علوم اجتماعی، مدیریت و اقتصاد و الهیات می‌باشد. حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران برابر ۲۵۰ نفر محاسبه شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که کاربران جوان در محیط اینترنت؛ توجه و اقبال ویژه‌ای به محیط گفتگو و کاربری‌های ارتباطی اینترنت دارند. حضور در محیط‌های چت، دوست‌یابی، وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی و ارائه دیدگاه‌ها، نگرش‌ها و احساسات نوجوانان در این محیط، آزادی بیان مطالب از سوی آنان، از دیگر دلایل و عواملی هستند که این الگوی کاربری را محبوب جوانان می‌نماید که ما را به فرضیه «بین هویت جنسیتی و الگوی کاربری اینترنت در میان جوانان رابطه معناداری برقرار است» رهنمون ساخت. جهت آزمون این فرضیه، از آماره کای اسکوتر و ضریب شدت رابطه تائو بی کندال با درصد خطای ۰/۰۵ و سطح اطمینان ۰/۹۵ استفاده شد که نتایجاً این رابطه معنادار بوده و فرضیه محقق مورد تأیید واقع شد. فرضیه دیگر محقق مبنی بر وجود رابطه معنادار بین هویت جنسیتی و میزان کاربری الگوی اطلاعاتی در میان جوانان نیز به طریق مشابه مورد تأیید واقع شد. در نهایت نیز مدل رگرسیونی تأثیر مصرف اینترنت بر هویت جنسیتی برآورد و ارائه شد.

کلید واژه: اینترنت، هویت، هویت جنسیتی، جوانان.

* تاریخ وصول: ۱۳۹۱/۵/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۸/۲۵

۱- استاد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

۲- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران Mehdi.Mokhtarpour@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسأله

امروزه پدیده اینترنت به‌عنوان قدرتمندترین ابزار شبکه ارتباطات الکترونیکی و فناوری‌های اطلاعات، ماهیت، ساختار، تبادل، حفظ، تکثیر، انتشار و دستیابی به اطلاعات یکپارچه را بدون محدودیت زمان و مکان برای تمامی افراد با فرهنگ و ایده‌های مختلف در سرتاسر دنیا به سادگی و با سرعت امکان‌پذیر ساخته است. در این زمینه آنولد کلینگ^۱ با مثالی ساده و عینی می‌گوید: در دوران انقلاب سوم (صنعت چاپ) تهیه یک صفحه از اطلاعات برای یک میلیون نفر در یک روز حدود ۶۰۰۰۰ دلار هزینه در برداشت. حال آنکه در شرایط کنونی انجام این کار بر روی اینترنت برای افراد بسیار بیشتری به ۲/۵۰ دلار کاهش یافته است (یونگ^۲، ۱۹۹۷، ۱۷).

دستیابی به دانش و اطلاعات روند دگرگونی خود را طی کرده و در آستانه هزاره سوم به نقطه عطفی نزدیک می‌شود. تسهیل ارتباطات سبب گردیده اقبال مختلف جامعه به طور گسترده‌ای امکان استفاده از اطلاعات را داشته باشند. پیش‌بینی می‌شود بسیاری از فعالیت‌های اجتماعی به عرصه جهانی مجازی انتقال یابد. امروزه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی را یکی از مهمترین راه‌های رسیدن به یک جامعه علمی می‌توان در نظر گرفت. عده‌ای از صاحب‌نظران بر این باورند که استفاده از این فناوری‌ها چه در بیرون و چه درون کلاس در بهبود ارتقاء آموزش و یادگیری و پژوهش در محیط دانشجویی نقش بسزایی دارد. تکنولوژی جدید، تولید علم را سرعت بخشیده چنانکه هر لحظه کشف جدیدی به دانش روز افزوده می‌شود. با توجه به سرعت روزافزون تولید علم، زمانی استفاده از فرصت‌ها در زمینه‌های مختلف از جمله آموزش، موفق و اثربخش خواهد بود که همگام با پیشرفت علم باشد. لازمه این امر، میزان شناخت صحیح و دقیق (عالمانه) دانشجویان از واقعیت‌های زندگی از جمله اینترنت، استفاده بهینه از آن در فرصت‌ها و اوقات فراغت و توانمندی در بهره‌گیری از اطلاعات جدید علمی است. به طوری که طبق آمار تکفلا (توسعه کاربران فن‌آوری اطلاعات) تنها در آغاز سال ۲۰۰۳ میلادی تعداد ۴۸۰ میلیون نفر در دنیا از اینترنت استفاده نموده‌اند که این تعداد تا سال ۲۰۰۵ میلادی به ۱/۱۲ میلیارد نفر در جهان رسید. این در حالی است که تعداد کاربران اینترنت در داخل کشور تا پایان فروردین ماه سال ۱۳۸۵، ۱۱ میلیون و ۲۶۰ هزار نفر بوده است (شرکت فناوری اطلاعاتی ایران، ۱۳۸۵). بر اساس نتایج مطالعات انجام‌شده کاربران اینترنت به دلیل عدم آگاهی کافی به شیوه‌های بهره‌گیری مناسب از این تکنولوژی بیشتر به چت و پست الکترونیکی تمایل داشته‌اند به طوری‌که مطالعه زنجانی زاده در بین دانش‌آموزان دبیرستانی نشان می‌دهد که میانگین استفاده از اینترنت ۴۹۸ دقیقه در هفته بوده و میزان استفاده از چت با ۱۲۷ دقیقه در هفته بیشترین میانگین را در

1-Anold Kling

2- Jung

میان انواع استفاده از اینترنت به خود اختصاص داده است (زنجان‌زاده، ۱۳۸۴، ۱۲۱). امروزه صاحب دانش و اطلاعات بودن، آن هم اطلاعاتی که از کمیت و کیفیت خوب برخوردار باشد قدرت محسوب می‌شود. قدرت یک کشور به این مسأله بستگی دارد. از طرفی برای داشتن اطلاعات و دانش روز نیاز به استفاده از فناوری‌های نوین مانند رایانه و اینترنت محسوس است. لذا در این تحقیق به دنبال مدل تبیینی کاربری‌های اینترنت و نقش آن در هویت جنسیتی جوانان شهر تهران می‌باشیم.

تعیین بلندای گام و شتاب حرکت در مسیر جهانی‌شدن زمانی به درستی میسر می‌گردد که جایگاه فعلی خویش (مبدأ)، موانع فراروی و مقصد را به خوبی مورد ارزیابی قرار بگیرند. ارزیابی مراکز تولید علم به ویژه دانشگاه‌ها از این منظر اولویتی غیرقابل انکار است. با توجه به اینکه فضای اجتماعی در حال تغییر است و رو به سوی فضای مجازی علمی دارد، دیگر فقط بحث دانش نیست بلکه در حجم انبوهی از اطلاعات که قرار گرفته‌ایم، پردازش و احیاء و تبادل اطلاعات و دانش آن هم با سرعتی شتابان در سایه تکنولوژی الکترونیکی و فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات، نحوه برخورد و استفاده از دانش و اطلاعات نیز تغییر یافته‌اند. با توجه به روند شتابناک کهنه‌شدن دانش و روبرویی با حجم انبوهی از اطلاعات و تغییرات سریع فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، اهمیت و ضرورت توجه به میزان استفاده و عوامل مؤثر در استفاده از این فناوری‌ها اجتناب‌ناپذیر می‌باشد و گامی است در جهت رسیدن به شیوه‌ای جدید تولید دانش. تمامی کشورهای توسعه‌یافته در زمینه‌های متفاوت از اینترنت از قبیل دسترسی، استفاده، پیامدها و عوامل مؤثر بر آنان، تحقیقات زیادی انجام داده‌اند که البته در زمینه عوامل مؤثر بر استفاده از اینترنت تحقیقات کمتری انجام شده است. بنابراین در کشور ما که جزء کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شود بایستی به این امر توجه شایانی نشان دهیم تا بتوانیم گام‌های مؤثری در زمینه توسعه پایدار که یکی از شاخص‌های آن داشتن نیروی انسانی باسواد اطلاعاتی و خلاق و متفکر است، برداریم. لذا انجام یک تحقیق مقطعی فرصتی خواهد بود برای ارائه فرضیات علمی و نیز پایه‌ای برای مطالعات طولی به منظور شناخت علل و تبعات وضعیت کنونی و بدین‌سان سیاستگذاران و عوامل اجرایی با علم به مرتبه عقب ماندگی (توسعه‌نیافتگی) در این عرصه قادر خواهند بود منابع و اعتبارات را متناسب با عمق شکاف و حد نیاز به این مقوله اختصاص دهند.

هدف کلی تحقیق در این پژوهش مدل تبیینی کاربری‌های اینترنت و نقش آن در هویت جنسیتی جوانان شهر تهران می‌باشد.

استفاده از اینترنت یک پدیده بین رشته‌ای است و علوم مختلف جامعه‌شناسی، روانشناسی، حقوق، اخلاق، رایانه‌ای و پزشکی هر یک از زوایای مختلف این مسأله را مورد بررسی قرار داده‌اند. آنچه امروزه به نام شبکه جهانی اینترنت شناخته می‌شود به سال ۱۹۶۹ بر می‌گردد که در دو دانشگاه استانفورد و دانشگاه کالیفرنیا در لس آنجلس برای انجام پژوهش‌های نظامی به یکدیگر متصل شدند. این شبکه اطلاعاتی آرپانت نامیده شد در دسامبر ۱۹۹۰ اینترنت فعالیت خود را به عنوان بزرگراه‌های اطلاعاتی برای ورود به دنیای اطلاعاتی فراهم آورد (پرنده، ۱۳۸۰).

به گزارش مرکز آمار اینترنت ورلد (Internet World) در سال ۲۰۰۹ میلادی کشورهای ۴۷ کشور جهان که بیشترین شمار کاربران اینترنت را در جهان دارند از ۲۱/۹ درصد کل کاربران حدوداً ۶۸/۷ درصد را به خود اختصاص داده‌اند و ۱۳/۲ درصد از کل کاربران جهان را سایر کشورها به خود اختصاص داده‌اند در این کشورها بیش از ۵۰ درصد از کل جمعیت‌شان از اینترنت استفاده می‌کنند. به عنوان مثال کشورگروئنلند با جمعیتی معادل ۵۶.۳۲۶ نفر دارای ضریب ۹۲.۳٪، هلند ۹۰.۱٪، نروژ ۸۷.۷٪ و به ترتیب در ایالات متحده در رتبه یازدهم با ضریب نفوذ ۷۲.۳٪ و اسپانیا با ضریب نفوذ ۶۷.۳٪ در رتبه بیست و نهم قرار دارند و سایر کشورهای پرمصرف مانند ایتالیا، مالزی، سنگاپور و فرانسه در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

بر اساس آمار انتشار یافته، وضعیت شبکه دیتای کشور که از سوی شرکت فناوری اطلاعات (دیتای سابق) منتشر شد، تعداد کاربران اینترنت در داخل کشور تا پایان فروردین ماه سال ۱۳۸۵ به ۱۱ میلیون و ۲۶۰ هزار نفر رسید. این در حالی است که بر اساس آخرین آمار منتشره توسط شرکت فناوری اطلاعات در تیر ماه سال ۱۳۸۶، ۷ میلیون و ۳۵۰ هزار کاربر در کشور به ثبت رسیده‌اند (شرکت فناوری اطلاعاتی ایران، ۱۳۸۵) اینترنت در ایران هر روز فراگیرتر می‌شود، در حالی که ۲۰ سال طول کشید تا رادیو به ایران بیاید، ۳۰ سال طول کشید تا سینما در ایران ساخته شود و یا ۱۳ سال پس از تولید تلویزیون ایرانیان نیز این جعبه جادویی را به خانه‌های خود بردند، اینترنت به فاصله اندکی از عمومی شدن، به ایران آمد. به طوری که از زمانی که پژوهشگران ایرانی در سال ۱۳۷۰ برای اولین بار در ایران توسط مرکز تحقیقات فیزیک نظری و ریاضی به اینترنت متصل شدند ۱۴ سال می‌گذرد، از آن زمان تاکنون اینترنت نه تنها در کشور ما بلکه در سایر کشورهای جهان به صورت انفجاری رشد کرده است. به طوری که اکنون ضریب نفوذ اینترنت در ایران از متوسط آسیا بالاتر رفته و خاورمیانه نیز به مقام اول دست یافته است. با این حال، ایران برای رسیدن به جایگاه مناسب در دسترسی به اینترنت، هنوز باید گام‌های بلندی بردارد. شمار کاربران اینترنت در ایران در سال ۱۹۹۴ از ۲۵۰ نفر فراتر نمی‌رفت اما بیش از ۲/۵ میلیون ایرانی به صورت دائم و ۳/۵ میلیون نفر به صورت کاربر غیردائم از اینترنت استفاده می‌کنند. به این ترتیب ضریب نفوذ اینترنت از صفر در سال ۱۹۹۴ به

۳/۸ در سال ۲۰۰۳ و به ۳۴.۹ در سال ۲۰۰۸ افزایش یافته است. بر اساس برآمارهای منتشرشده شمار کاربران اینترنت در سال ۲۰۰۵ به ۷ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر و در سال ۲۰۰۸ به ۲۳ میلیون نفر افزایش یافته است.

جدول (۱): وضعیت کاربران اینترنت در ایران

سال	اعضا	جمعیت	ضریب نفوذ
۲۰۰۰	۲۵۰,۰۰۰	۶۹,۴۴۲,۹۰۵	۳.۸
۲۰۰۲	۵,۵۰۰,۰۰۰	۶۹,۴۴۲,۹۰۵	۷.۵
۲۰۰۵	۷,۵۰۰,۰۰۰	۶۹,۴۴۲,۹۰۵	۱۰.۸
۲۰۰۸	۲۳,۰۰۰,۰۰۰	۷۰,۸۷۵,۲۲۳	۳۴.۹
۲۰۱۰	۳۳,۲۰۰,۰۰۰	۷۲,۱۷۳,۵۲۸	۳۶.۷

سلاجقه (۱۳۷۷) در بررسی خود دریافت که شبکه اینترنت دارای نقاط قوت متفاوتی است که به ترتیب اولویت عبارتند از دستیابی سریع و آسان به اطلاعات، آسان‌نمودن کارها، ایجاد روابط دوستانه، صرفه‌جویی مالی و انعطاف‌پذیری شبکه اینترنت. نقطه ضعف عمده آن دائمی نبودن اطلاعات روی شبکه است. عدم سازماندهی اطلاعات از نقاط ضعف شبکه به حساب نمی‌آید. کاربران از شبکه اینترنت به دلایل مختلف چون آشنایی با نظام جهانی اطلاعات، انجام تحقیقات شخصی، جستجو در پایگاه‌های اطلاعاتی، اشتراک و سهمی شدن در نتایج تحقیقات علمی و تجربیات دیگران در سراسر جهان، آشنایی با منابع اطلاعات غیرکتاب‌شناختی چون متن و تصویر، آشنایی با مجلات الکترونیکی و بالأخره از گروه‌های خبر به منظور آموزش استفاده می‌کنند.

عابدینی (۱۳۸۵) در «بررسی میزان بهره‌مندی از اینترنت در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی خلخال» به این نتیجه رسید که دانشجویان سه نوع استفاده از اینترنت را با بیشترین فراوانی به ترتیب زیر در اولویت قرار می‌دهند: جستجوی مقاله (۴۹ نفر)، چت (۳۹ نفر) و پست الکترونیکی (۲۶ نفر). این در حالی است که مجموع ساعاتی که ماهانه برای این نوع استفاده‌ها صرف می‌کنند به ترتیب عبارت است از ۴۵۴، ۳۰۹، ۳۷۷ ساعت بر حسب نظر پاسخگویان در خصوص مهمترین مکان استفاده از اینترنت (۵۴/۹ درصد) از کل پاسخگویان فقط ۱۳/۴ درصد اعلام کرده‌اند که در دانشگاه از اینترنت استفاده می‌کنند. میانگین ساعت استفاده آنها از اینترنت ماهیانه ۱۲ ساعت است.

۳- مبانی نظری اینترنت و هویت

الف: اینترنت

لغت‌نامه آمریکن هریتیج اینترنت را یک رسانه ارتباطی مخابراتی تعریف می‌کند: «اینترنت

مجموعه‌ای از رایانه‌هاست که با خطوط تلفن، فیبرنوری، خطوط ماهواره‌ای و سایر محیط‌های انتقال با هم ارتباط برقرار می‌کنند^۱». اینترنت برای افراد مختلف می‌تواند نقش‌های متفاوتی را بازی کند:

- محیطی است که در آن می‌توان با خویشان و دوستانمان در سراسر دنیا ارتباط برقرار کنیم.
- اقیانوسی از اطلاعات است که در اختیار کاربران قرار می‌گیرد.
- ابزاری برای تحقیقات تجاری یا علمی است.
- موقعیت‌های تجاری نامحدودی در آن یافت می‌شود: شامل گردهمایی با اعضای برای حل مشکلات متنوع یا نیازهای مختلف در سراسر جهان می‌باشد.
- شامل هزاران کتابخانه و آرشیو از مطالب مختلف می‌باشد.
- نوجوانان بازی‌های رایانه‌ای خود را در آن با یکدیگر مبادله می‌کنند.
- علاقمندان به هنر با کمک این شبکه به آثار مهم‌ترین موزه‌های جهان دسترسی می‌یابند.

به طور کلی اینترنت، فن‌آوری رایانه و مخابرات است و زمینه‌ای فراهم می‌کند تا بشر زندگی موفق‌تری داشته باشد. تقریباً هر آنچه تصورشدنی است می‌توان در متن، صدا و تصویر در محیط اینترنت یافت. این اطلاعات را می‌توان در هر ساعتی از شبانه‌روز و در هر نقطه‌ای از جهان دریافت کرد (Cady and Pat McGregor, 1995). اینترنت همانند تور گسترده‌ای تمام رایانه‌های موجود را به یکدیگر متصل کرده است. اینترنت نامی برای سیستمی گسترده و جهانی شامل مردم، اطلاعات و رایانه‌ها می‌باشد و ریشه‌های آن به پروژه‌های به نام آرپانت^۲ که توسط وزارت دفاع آمریکا حمایت می‌شد باز می‌گردد (همان، ۱۳۷۸، ۲۵). به عبارت دیگر، اینترنت عملاً مجموعه‌ای از ده‌ها هزار شبکه گسترده در سطح جهان می‌باشد (همان، ۱۳۷۸، ۲۶).

برای درک بهتر اینترنت مقایسه آن با دو سیستم ارتباطی بزرگ جهانی یعنی سیستم پستی و سیستم تلفن می‌تواند مفید باشد. هر دوی این سیستم‌ها شامل بخش‌های بسیار کوچکتری هستند که در سازمان بین‌المللی بزرگی به یکدیگر متصل می‌شوند. با این وجود مزیت بزرگ اینترنت، انعطاف پذیری و سرعت بالای آن می‌باشند. شبکه جهانی اینترنت از سیستم‌های پست و تلفن جدیدتر است و جایگاه مهمی در جامعه و اقتصاد ما یافته است، لذا تفکر در مورد اینترنت تنها به عنوان شبکه‌های رایانه‌ای اشتباه خواهد بود. مزیت اصلی اینترنت در اطلاعاتی است که توسط آن ارائه می‌شود و همچنین در افرادی است که با آن سروکار دارند.

ابتدا ویژگی‌های اینترنت را بر می‌شماریم:

همانطور که باراک و کینگ با بیانی روشن، اشاره می‌کنند اینترنت دو رو دارد:

1-American Heritage: dictionary of the English language :3rd Edition
2-ARPA Net

۱- روی مثبت

۲- روی منفی

در روی مثبت، اینترنت، امری مدرن، پیشرفته، مرفقی، کارآمد، دوست‌داشتنی و غنی است. اینترنت تکنولوژی با ارزشی است که مردم می‌توانند به کمک آن به منابع گوناگون اطلاعاتی دست یابند و جهت رفع نیازها و خواسته‌هایشان با یکدیگر تعامل نموده و از این طریق، زندگی‌شان را بهبود بخشند. بطوریکه، امروزه صدها میلیون نفر از مردم می‌توانند بدون هیچگونه محدودیت زمانی، مکانی و حمل و نقل، اطلاعات زیادی را کسب کنند. از تازه‌ترین خبرهای دنیا آگاه شوند و روزنامه‌های دنیا را بدون اینکه به هم بریزند، از روی میزشان مطالعه کنند و نهایتاً اینکه، ذخیره بلیط هتل و هواپیما کرده و ماشین اجاره نمایند، در بازارهای جهانی سرمایه‌گذاری کنند. معاملات بانکی انجام دهند، بورسیه تحصیلی بگیرند، در کنفرانس‌های حرفه‌ای شرکت کنند، از موزه‌ها و نمایشگاه‌ها بازدید کنند، رویدادهای ورزشی را نگاه کنند، به دوستان نامه بدهند، در انواع تست‌های روانشناسی شرکت کنند و غیره. اما رویه منفی اینترنت یک هیولا و اهریمن مجازی است که قادر است به انحای گوناگون زندگی مردم را نابود کند: دخالت در اسناد و رموز خصوصی، تغییر باورها و سبک‌های زندگی مردم، سرقت بالقوه پول، توانمندساختن و حتی ترغیب مردم به کلاهبرداری از همسرشان، وادار کردن مردم به خودکشی، از هم پاشیدن و تجزیه خانواده‌ها و غیره. این دو روی اینترنت نمایانگر رهیافت دوگانه مردم به فضای سایبر می‌باشد، یعنی از کسب لذت و هیجان تا رد و ترس. کیفیت این دو شوق در افراد، طبیعتاً بسته به سن، تحصیلات، تجزیه کامپیوتر و ویژگی‌های شخصیتی مرتبط نوسان دارند. اما با این حال، آنچه که مسلم است این است که این نگرش‌های قطبی صرفاً توسط ویژگی‌های فردی تبیین نمی‌شوند، بلکه با قابلیت‌ها و ویژگی‌های ماهوی و ذاتی نت در ارتباطند (جعفری‌نژاد، ۱۳۸۴).

امکاناتی که به وسیله این پدیده در دسترس قرار می‌گیرند، بی‌شمار است و هر لحظه از نظر کیفی و کمی در حال ارتقاء هستند. با اتصال به شبکه اینترنت می‌توان با دیگران رابطه برقرار کرد؛ از اطلاعات علمی، فنی، سیاسی، ادبی، تاریخی و ... بهره‌مند شد؛ به درون اوراق غیرقابل دسترس‌ترین کتاب‌ها نفوذ کرد؛ فیلم یا نوار ویدئویی مورد علاقه خود را تماشا کرد؛ برای افراد بسیاری در زمان کوتاهی نامه ارسال کرد؛ به آموزش خود در رشته‌های مختلف پرداخت؛ از فروشگاه‌های بزرگ خرید کرد؛ عملیات متنوع بانکی انجام داد و ... خلاصه رویای قدیمی بشر که در بسیاری از افسانه‌ها متجلی شده بود (سفر به اقصی نقاط در زمانی بسیار کوتاه) کم و بیش تحقق بخشید (محسنی، ۱۳۸۰، ۱۵).

ب: هویت

بحث درباره هویت تاریخ بلند مدتی دارد. توجه به آن در نوشته‌های افراد و گروه‌های مختلف

نشان‌دهنده اهمیت این مفهوم است. این مفهوم به خصوص در نظریات جامعه‌شناسان، روان‌شناسان و روان‌شناسان اجتماعی جایگاه خاصی دارد. در مقابل روان‌شناسان اجتماعی، جامعه‌شناسان می‌خواهند بر این واقعیت تأکید کنند که احساس هویت به واسطه دیالکتیک میان فرد و جامعه شکل می‌گیرد. آنها می‌پذیرند که هویت معمولاً در نگرش‌ها و احساسات افراد نمود می‌یابد ولی بستر شکل‌گیری زندگی جمعی است. هویت اجتماعی نمودیافته در شخصیت جدا از دنیای اجتماعی و به واسطه مراحل مختلف اجتماعی شدن و اندر کنش اجتماعی ساخته می‌شود (دانش، ۱۳۸۵، ۸۳).

کارکردگرایان هویت را این گونه تعریف می‌کنند: هویت عبارت است آنچه که باعث تشخیص افراد و گروه‌ها از یکدیگر می‌شود. به این معنا که افراد به وسیله یک سری مشخصات ثابت خود را معرفی کرده و آن را وجه تمایز از دیگران می‌دانند. پیروان مکتب کارکردگرایی معتقدند که افراد برای اثبات برتری خود به مقایسه گروه خود با گروه بیگانه می‌پردازند. هویت اجتماعی از نظر کنش متقابل نمادی عبارت است از دریافت ما از اینکه چه کسی هستیم و اینکه مردم چه فهمی از خودشان و دیگران دارند. بنابراین هویت اجتماعی حاصل توافقات و عدم توافقات است (جنکینز، ۱۹۸۶، ۱۵).

جنکینز (۱۹۹۹) از نظریه‌پردازانی است که با تأثیر از آرای مید و گافمن نظریه هویت اجتماعی خود را بیان کرده است. او معتقد است که با تمایز قائل شدن میان امر فردی - شخصی با امر اجتماعی - فرهنگی، چنین فرض می‌شود که یکی از دیگری مهمتر است و یا امر کلان‌تر بر امر خردتر تعیین می‌بخشد. در صورتی که اگر هویت شرط ضروری برای حیات اجتماعی است، عکس آن نیز صادق است. هویت فردی که در خویشتن تجسم یافته جدا از سپهر اجتماعی دیگران معنا دار نیست. افراد یگانه و متفاوت هستند، اما خویشتن به طور کامل در اجتماع ساخته می‌شود: یعنی در فرآیندهای اجتماعی شدن اولیه و متعاقب و در فرآیندهای جاری تعامل اجتماعی که در چارچوب آنها افراد طول عمرشان خود و دیگران را تعریف و باز تعریف می‌کنند. به این ترتیب الگوی اصلی جنکینز عبارت است از دیالکتیک درونی - برونی شناسایی به عنوان فرآیندی که به واسطه آن همه‌ی هویت‌ها - اعم از فردی و جمعی - ترکیب می‌یابند (جنکینز، ۱۳۸۱، ۳۵).

تاجفل در سال ۱۹۸۱ این نظریه روان‌شناسانه را ارائه کرد که آن بخشی از هویت ما که نشأت گرفته از گروهی است که با آن تعلق داریم به وسیله ترجیح مقایسه اسنادهای گروه خود نسبت به کسانی که در خارج گروه هستند، شکل می‌گیرد. او پیشنهاد می‌کند که ما باید یک حس اثبات‌گرایانه (مثبت) نسبت به این که کی هستیم و در برابر اعضای درون گروه و برون گروه چگونه عمل می‌کنیم. «تاجفل» بیان می‌کند که هویت اجتماعی فرد به وسیله گروهی که به آن تعلق دارد تعیین می‌شود. این هویت تابعی از ویژگی‌های فرهنگی آن گروه است و مبتنی بر تفسیر درون - گروه و برون - گروه می‌باشد.

بنابراین پرسش از ترجیحات درون - گروهی بیانگر میزان تعلق اجتماعی است. هویت اجتماعی از هر جامعه به جامعه دیگر متفاوت است و تابعی از فرهنگ آن جامعه می‌باشد. فرهنگی که به موجب نظر بلومر انسان‌ها با آن در آن زندگی می‌کنند. بنابراین هویت افراد هر جامعه ویژه آنهاست و قابل تعمیم برای همه فرهنگ‌ها و همه گروه‌های بزرگ اجتماعی نیست. باید در پی یافتن پاسخ برای این پرسش بود که افراد یک جامعه چه موقع یک هویت اجتماعی دارند؟ پاسخ این است: هنگامی فرد هویت اجتماعی دارد که هنجارهای گروه بر او اثرگذار باشد و این بهترین شیوه کنترل وسیعی از افراد است که به وسیله یکدیگر شناخته می‌شوند (آمال، ۱۳۷۵، ۶۵ - ۶۲).

اریکسون که از وی به‌عنوان «پدر مفهوم هویت» یاد می‌شود، معتقد است که در توسعه خود، این دو بعد اساساً در عین حالی که با یکدیگر در تعامل‌اند، دچار بحران نیز هستند. حتی کولی^۱ در سال ۱۹۲۰ در کتاب خود با عنوان «نظریه اجتماعی خود» با طرح مفهوم «خودآینه سان» شیوه جدیدی از بررسی رابطه بین جنبه‌های فردی و اجتماعی در اختیار ما گذاشته است که بر اساس آن، جنبه‌های فردی و اجتماعی خود، نه واحدهای مجزا، بلکه دو جنبه از یک فرآیند هستند (آذین و دیگران، ۱۳۸۷).

مید^۲ نیز بر این عقیده استوار است که آگاهی از خود تنها از طریق ارتباط با دیگران، به‌ویژه ارتباط با دیگران مهم^۳ اتفاق می‌افتد. وی اضافه می‌کند که در تشکیل هویت، توجه اصلی به انتظارات کسانی می‌شود که در بستر رابطه‌ای^۴ آنها نقش ایفا می‌کنند. از این رو، هویت فردی، یک محصول اجتماعی است که ریشه در تعامل با دیگران دارد. خود یک ساختار اجتماعی است که از تجربه اجتماعی نشأت می‌گیرد (Mead, 1966 in Pinnelli, 2002, 1260). اریکسون نیز معتقد است که توسعه فرد طی یک رشته مراحل تکاملی اتفاق می‌افتد، که گذار از این مراحل نیز از طریق حل بحران‌ها و تضادهای مترتب بر تجربه ادغم در جامعه امکان‌پذیر است (Erikson, 1986 in Pinnelli, 2002, 1260). از این رو، ملاحظه می‌شود که مفهوم هویت، از مطالعه صرف فردیت^۵ جدا گشته و به سمت مسأله رابطه بین فرد و جامعه و بخصوص از نقطه نظر رابطه بین درجه آزادی کنش‌های فردی و انسجام نظام اجتماعی هدایت شده است.

اما هویت، نتیجه فرآیندی است که فرد از طریق آن ارزش‌های اجتماعی، هنجارهای مشترک رفتار و دانش را می‌پذیرد که به وی اجازه می‌دهد تا احساس کند جزئی از یک گروه اجتماعی است

1-Cooley

2-Mead

3-Significant Others

4-Relational Context

5-Individuality

و در عین حال به وی اجازه می‌دهد تا از طرف گروه به رسمیت شناخته شود. هویت از طریق کنش، رفتار و روابط تغییر می‌پذیرد. اینها مفاهیمی هستند که در زندگی روزمره نمود می‌یابند. در چنین حالتی، هویت را می‌توان بعنوان تلاشی ثابت برای حفظ تداوم در تغییر و انسجام در تنوع قلمداد کرد. اینترنت واقعی است که نه تنها مرزهای جغرافیایی ارتباطات را دوباره از نو در داخل بعد کاملاً جدیدی طراحی کرده است، بلکه نیمرخ جدیدی از هویت‌های فردی نیز ایجاد کرده است. به عبارتی، اینترنت نوعی تئاتر یا صحنه نمایش مجازی فراهم می‌کند که در آن از یک طرف عملکرد فردی دخیل بوده و از طرف دیگر نیز روابط اجتماعی اشکال جدیدی به خود می‌گیرند.

امروزه دیگر هویت معنای جغرافیایی‌اش را از دست داده است. دیگر عضو یک گروه شدن، نیازمند اشتراک در مرزهای مکانی و فیزیکی نیست. در دنیای مجازی کنونی، افرادی که در نت موج-سواری می‌کنند، شهروندان فضای سایبر مشارکت‌کنندگان اصلی این واقعیت‌اند. جهان فیزیکی و فضای سایبر دو واقعیت متصل نبوده، بلکه عواملی هستند که مستقیماً در یکدیگر تأثیر گذارند. اخیراً فضای سایبر هم توسط محیط‌هایی که اصطلاحاً محیط‌های مجازی مشارکتی^۱ نامیده می‌شوند، مملو از جمعیت شده است. این محیط‌ها، محیط‌های ویژه‌ای هستند که ارتباط و تعامل میان نویسندگان اجتماعی را گسترش می‌دهند، تا تعامل میان کاربران اینترنت. ظاهراً فضای سایبر حوزه تازه‌ای است که در آن تعاملات و گفتمان‌ها ثبت شده و در زمان واقعی قابل مشاهده‌اند. ضمن آنکه در این حوزه، هر کس خودش را نشان می‌دهد. همچنین، در این دنیای مجازی، گونه‌شناسی شهروندان فضای سایبر از تنوع زیادی برخوردار است. چرا که در دنیای پشت صفحه مانیتور تفاوت‌ها مضمحل شده. آزادی نمایش خود و عملکرد فردی نیز تماماً بستگی به فرد و نه هویت‌های فرهنگی، قومی و مذهبی وی دارد. جهان آنلاین، انواع گوناگونی از گفتمان‌ها را پیشنهاد می‌کند: نامه الکترونیکی، اتاق‌های چت، گروه‌های خبری و محیط‌های چندکاربره^۲ این تغییرات حامل دو نکته آموزشی بسیار مهم هستند: هویت فردی و نوع روابط اجتماعی‌ای که در محیط ارتباط از راه دور برقرار می‌شوند. حال سؤالی که مطرح است، این است که این جهان مجازی چه تأثیری بر رشد و هویت فردی و اجتماعی داشته و چه ارتباطی بین واقعیت مجازی و جهان واقعی وجود دارد؟

در بازی‌های چهره به چهره‌ای که در روابط اجتماعی صورت می‌گیرد، اصالت واقعی خود همچنان پابرجاست و هیچ خللی در آن ایجاد نشده و روابط نیز واقعی و اصیل قلمداد می‌شوند. هابرماس، از این وضعیت به‌عنوان «فقدان دروغ»^۳ یاد می‌کند. اجتناب از دروغ‌گفتن به معنای اجتناب

1-Collaborative Virtual Environment

2-Multi-User Domain(MUD)

3-Absence of Lies

از این است که هر یک از ما از اینکه خود را متفاوت از آنچه که هستیم، نشان دهیم. تنها راه برای اینکه به این نتیجه برسیم. این است که هر یک از ما تلاش کنیم آن چیزی باشیم که می‌خواهیم دیگران ما را ببینند. بحث میان‌بودن^۱ و خواستن ابزار تعادل مفیدی برای زندگی اجتماعی‌مان خواهد بود. روابطی که بصورت آنلاین برقرار می‌شوند (به استثنای روابط مسأله‌سازی که در آنها لازم است فرد هویت چندگانه‌ای از خود نشان دهد)، عموماً روابط صمیمی و منسجم و شاید هم به اصالت روابط چهره به چهره‌ای که ما داریم و یا خواهیم داد، نزدیک‌ترند. اما این قبیل روابط آن بعد «مسئولیت‌پذیری» را که به مبادلات میان فردی ثبات می‌بخشد، ندارد. در جهان دیجیتال، برای هر کدام از ما کار بسیار ساده‌ای است که یک هویت چندگانه و خلاق را ایجاد کنیم، یا یک شخصیت مجازی و حتی یک ماسک برای خودمان ایجاد کنیم، تا از این طریق، سایر شرکت‌کنندگان جامعه مورد نظر را فریب دهیم. اما با این حال، حتی اگر چنین کاری امکان‌پذیر باشد، عمومی‌ترین ویژگی که باقی می‌ماند، همانا وفاداری به جامعه‌ای است که شرکت‌کنندگان به آن تعلق دارند. چه چیزی تعادل بین رفتار صادقانه و رفتار فریب‌کارانه را حفظ می‌کند و دلیل اینکه دروغ شایع‌ترین رفتار پذیرفته‌شده در جهان مجازی است، چیست؟ شاید ما باید جواب این سؤال‌ها را در نیاز به یکتایی، انسجام و ثباتی جستجو کنیم که مشخصه فرد است. تلاشی اساسی که فرد در این جهان انجام می‌دهد، تداوم تغییر در جامعه آنلاین به عنوان مرحله جدیدی از نمایش خود برای کسی است که هنوز کشف نشده است.

فناوری ابزار دست انسان آدمیست و مهمترین ویژگی‌اش را می‌توان رشد توانی^۲ آن دانست. رشد توانی، رشدی است که در یک دوره زمانی معین دو برابر شده و رشد در زمینه نوآوری‌های مصرف انرژی یا رشد جمعیتی است. تأثیر فناوری بر زندگی انسانی و ارزش‌های اجتماعی آنان، بر ساختار نهادها و سازمان‌های سیاسی جامعه طنین انداخته است (غروی‌زاد، ۱۳۷۳، ۱۱۶).

دیدگاه مسلط تاریخی این است که فناوری تحت سلطه مردانه قرار دارد و امروزه نیز این بینش تداوم دارد. در طول دوره‌ای که جوامع بر مبنای پیوندهای خونی و تحت تبار زنانه قابل ردیابی بود- انگلس این دوره را دوره «مادرسالاری» می‌نامد- در این دوره که سلطه زنانه حاکم بود و مردان تحت مدیریت زنان زندگی می‌کردند، تقسیم کار به نفع زنان بوده و همین تقسیم کار زنانه موجبات نابودی این نظام اجتماعی را پدید آورد. تقسیم کار زنانه بدلیل مشکلات خود از قبیل زادآوری و زایمان و عوامل مختلف اقتصادی دیگر، موجب تضعیف قدرت زنانه و تسلط نظام مردانه را پیش آورد که اولین گام‌های نظام مردانه بشمار می‌روند. یکتاهمسری و سایر عواملی که موجبات تحکم و تسلط

4-Being

1-Exponential Growth

مردانه گردید عواملی شد تا نظام مردانه بر فعالیت‌های روزمره اثر بگذارد و بدنبال آن رشد و گسترش ابزار کار باعث شد تا زنان به نقش‌های درون‌خانه‌ای مانند تولد فرزندان، نگهداری از فرزندان، زناشویی و مدیریت اموال و منابع خانگی مشغول شده و مردان در عرصه‌های اجتماعی-سیاسی و اقتصادی بیرون از خانه که همواره جایگاهی بالاتر و برتر محسوب می‌گردد، قدم بگذارند. پیدایش و توسعه ابزار کار به مرور باعث زدودن زنان از عرصه‌های اجتماعی و تسلط کامل آنان بر حرف و مشاغل و دنیای اجتماعی شده و این برتری علاوه بر عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی وارد عرصه آموزش شده و تفکیک مشاغل و نقش‌های جنسیتی را پدید آورد. مشاغل زنانه و مردانه، تعریف شده و نیروی کار نیز بر این مبنا تربیت و رشد یافت.

در دوران جنگ‌های جهانی و رشد و گسترش انقلاب صنعتی نیز با وجود نیاز فراوان به نیروی کار زنانه و توزیع مشاغل بیشتر در بین آنان، نابرابری در درآمد و موقعیت‌های شغلی همواره به سود مردان ادامه یافت. در حوزه فناوری اطلاعات نیز علیرغم تلاش‌های فراوان زنان در بسط و گسترش آن، فناوری و مشاغل برگرفته از آن تحت کنترل و تسلط مردان بوده و فناوری‌های اطلاعات نیز نامی مردانه بخود گرفت. آمار و ارقام استفاده از اینترنت و فعالیت‌های رایانه‌ای، بیانگر حضور بیشتر و مؤثرتر مردان بوده و زنان دارای فعالیت‌های محدودتری بوده‌اند. طی سال‌های ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۲ آمار آنلاین بودن مردان و زنان آمریکایی به ترتیب از ۳۴٪ و ۳۱٪ به ۷۳٪ و ۶۹٪ افزایش یافت که نشانگر رشد همسو و بالاتر مردان نسبت به زنان است. در آلمان نرخ کاربران زن در سال ۱۹۹۷ معادل ۳٪ و در سال ۲۰۰۲ به ۳۶٪ رسید در حالی که در این سال ۵۴٪ مردان کاربران اینترنت بوده‌اند. در سال ۲۰۰۲ نیز ۴۲٪ زنان در کشور مکزیک و ۴۱٪ زنان چینی به اینترنت دسترسی داشته‌اند که در مقایسه با مردان بسیار کمتر بوده است.

نوع کاربری اینترنت نیز در زنان با مردان متفاوت است. دختران و زنان در اینترنت بدنبال حفظ شبکه اجتماعی خویش و جستجوی اطلاعات استفاده می‌کنند در حالی که مردان بیشتر برای سرگرمی و اطلاع از اخبار و اطلاعات به روز استفاده می‌کنند (Singh, 1999, 42). محققان و نظریه‌پردازان علت وجود چنین اختلافی را در جامعه‌پذیری جنسیتی و نقش‌های زنانه-مردانه جستجو می‌کنند. آنها معتقدند که نقش‌های جنسیتی و انتظارات و توقعاتی که از زنان وجود دارد، بر استفاده آنان از اینترنت تأثیر دارد. نقش‌های جنسیتی و انتظارات و توقعاتی که از زنان وجود دارد، بر استفاده آنان از اینترنت تأثیر دارد. نقش‌های سنتی زنانه مثل انجام امور خانه‌داری، رسیدگی به تربیت و مراقبت از فرزندان، باعث می‌شود زنان فرصت کمتری برای پرداختن به اینترنت داشته باشند. به عبارت دیگر نقش‌های دوگانه مادری و شاغل بودن، مانعی برای ورود زنان به دنیای مجازی و اینترنت است. همچنین نظریه‌پردازان معتقدند رایانه و علوم مربوط به آن جذابیت زیادی برای دختران و زنان

نداشته و دختران کمتر از پسران وارد این رشته می‌شوند. چون احساس ناخوشایندی با فرهنگ رایانه دارند. محققان علت این امر را ویژگی‌های رفتاری دختران می‌دانند و جامعه‌پذیری جنسیتی را مهمترین عامل بروز آن می‌انگارند. دختران محیط برخط را محیطی مردانه و تحت تسلط مردان می‌دانند و بنابراین در خصوص آن و ورود به آنان احساس خطر می‌کنند (Frenkel, 1999, 36).

۴- چارچوب نظری

۴-۱- آنتونی گیدنز

از نظر گیدنز رسانه‌هایی همچون تلویزیون، سینما، ماهواره و اینترنت انسان را درگیر در یک تجربه با واسطه می‌کند منظور او از این اصطلاح اشاره به درگیری تأثیرات زمانی و مکانی با تجربیات حسی آدمی است که در فرآیند جهانی‌شدن شدت بیشتری به خود می‌گیرد، ویژگی‌های اساسی این تجربه با واسطه را می‌توان در دو مفهوم تأثیر چسبانه‌ای یعنی در کنار هم‌چیدن رویدادها و ماجراها و ارتباط‌دادن آنها به هم، به نحوی که هیچ وجه مشترکی با هم نداشته جز اینکه از نوعی توالی زمانی برخوردارند، ویژگی دیگر تجربه باواسطه در عصر جدید، ورود سر زده رویدادهای دوردست به دنیای ذهنی و فکری مردم است برای مثال مرگ به عنوان تجربه دوردست و بیرون از زندگی روزانه از طریق رسانه در ذهن افراد جای می‌گیرد (گیدنز، ۱۳۷۸، ۴۸).

این در حالی است که قبل از رسانه‌های دیداری و شنیداری افراد ارتباط کمی در اجتماع محلی خود با این واقعیت داشتند. این همان پدیده جهانی‌شدن است که طی آن «روابط اجتماعی تشدید می‌شود، همان روابطی که موقعیت‌های مکانی دور از هم را چنان به هم پیوند می‌دهد که هر رویداد محلی تحت تأثیر رویدادهای دیگری که کیلومترها با آن فاصله دارند شکل می‌گیرد و بر عکس» (گیدنز، ۱۳۷۷، ۷۷). از نظر گیدنز انقلاب ارتباطات و گسترش تکنولوژی اطلاعات نشانه‌های جهانی‌شدن بوده و عمیقاً به فرآیندهای جهانی‌شدن وابسته‌اند و دولت‌ها و شرکت‌های بزرگ تجاری و صنعتی به پیشرفت این فرآیند کمک می‌کنند همین کارگزاران هستند که منابع لازم را برای مراحل اولیه گسترش اینترنت فراهم کرده‌اند (گیدنز، ۱۳۷۸، ۴۰).

۴-۲- یورگن هابرماس

هابرماس فیلسوف و جامعه‌شناس آلمانی در کتاب «تغییر ساختار فضای عمومی» حوزه عمومی را که گونه ضعیف آن را در دولت-شهرهای یونان می‌توان سراغ گرفت چنین تعریف می‌کند: «منظور از حوزه عمومی قلمرویی از زندگی اجتماعی است که در آن هر عاملی که بتواند افکار عمومی را به هم نزدیک سازد مجال شکل‌گیری می‌یابد بخشی از حوزه عمومی در هر گفتگویی که در آن افراد خصوصی گرد هم می‌آیند تا جمعی را تشکیل دهند شکل می‌گیرد. حوزه عمومی شبکه از ارتباطات است که برای خلق و ایجاد فضای اجتماعی جهت مبادله معانی بین افراد و گروه‌ها از کنش ارتباطی استفاده می‌شود» (علیخواه، ۱۱۶، ۱۳۷۸). از نظر هابرماس از قرن هفدهم به بعد با پیدایش صنعت و تغییر در شیوه‌های زندگی حوزه عمومی دگرگون شده و «حوزه عمومی به عنوان مجموعه-ای از رابطه‌ها و مذاکراتی تحت تأثیر رسانه‌ها (مطبوعات) در آمده است» (اسلوین، ۷۰، ۱۳۸۰). این در حالی است که قبل از انقلاب صنعتی انسانها برای تبادل افکار و ارتباط بین ذهنی و بیان مشکلات و مسائل اجتماعی و سیاسی در محل مشخصی دور هم جمع شده و به گفتگو می‌پرداختند «بدین ترتیب افراد در قهوه‌خانه‌ها و رستوران‌ها و باشگاه‌ها گرد هم می‌آمدند تا درباره مسائل هنری و آثار ادبی به تبادل نظر پردازند و کم کم با افزایش این گونه مجالس دامنه بحث به فراتر از ادبیات و هنر کشیده شد و مسائل سیاسی و خط مشی‌های حکومتی را در بر گرفت» (علیخواه، ۱۳۷۸، ۱۱۴).

هابرماس هر چند بحثی از اینترنت نمی‌کند و از میان رسانه‌های جمعی به مطبوعات اشاره می‌کند ولی در تعمیم نظریه هابرماس می‌توان اینترنت را محل شکل‌گیری (هر چند مجازی) حوزه عمومی دانست با اینترنت است که افراد از فاصله‌های دور می‌توانند هم‌اندیشی در مورد امور داشته آنها را نقد کرده و مورد بازاندیشی و اصلاح قرار دهند. گپ‌های سیاسی اینترنتی در اتاق‌های و تالارهای گفتگو در واقع می‌تواند در خلق این فضاها مؤثر باشد و با عمومیت خود در فراتر از قلمرو یک جامعه عقاید به محک آزمایش گذاشته شود.

هابرماس بر این باور است که گسترش روابط عمومی‌ها و فرهنگ لابی‌گری به ویژه در طول سده بیستم در واقع گواهی بر تداوم اهمیت عناصر مهم گستره همگانی است اما این امر به هیچ وجه به معنای شناسایی عرصه‌ای که در آن بحث سیاسی برای کسب مشروعیت جریان یابد، نیست. به تعبیر هابرماس گستره همگانی (حوزه عمومی) محلی است که در آن افکار عمومی شکل می‌گیرد و عرصه‌ای مستقل از دولت می‌باشد. شکل‌گیری گستره همگانی در اروپا متعلق به حوزه بورژوازی می‌داند اما از نیمه دوم سده نوزدهم با ویژگی‌هایی از قبیل بحث آزاد، بررسی انتقادی، گزارش کامل و تحقیقی رویدادها، دسترسی رویه گسترش منابع اطلاعاتی، استقلال سیاستمداران از منافع اقتصادی و

کنترل دولت، همراه شد. کتابخانه‌های همگانی، رسانه‌های همگانی ... اینها را می‌توان عناصر به وجودآورنده گستره همگانی دانست. به نظر می‌رسد کتابخانه‌های همگانی در شکل‌گیری این حوزه موفق‌تر بوده است. یکی از دلایل این است که بر اساس این ایده بنا نهاده شده و توسعه‌یافته است که اطلاعات را منبعی متعلق به همگانی می‌داند نه کالایی انحصاری.

۴-۳- دانیل بل

بل جامعه‌شناس آمریکایی از جمله کسانی است که از ظهور نوع جدیدی از جامعه حمایت می‌کند و توصیفی از جامعه اطلاعاتی از طریق نظریه فرا صنعت‌گرایی ارائه داده است. وی دگرگونی‌های در حال به وجود آمدن توسط تکنولوژی‌های ارتباطات به ویژه رایانه‌ها را پیش‌بینی کرده بود. او بر این اعتقاد است که ما در حال ورود به سیمی نو می‌باشیم، جامعه‌ای فراصنعتی در عین حال که چندین جنبه متمایز کننده دارد در کل به وسیله حضور فزاینده و با اهمیت اطلاعات تشخیص داده می‌شود و همچنین بر این باور است که اهمیت اطلاعات و آگاهی برای PIS هم از نظر کمی و کیفی تعیین‌کننده است.

بل از سمت‌گیری تاریخ مطمئن است به طوری که می‌گوید فراصنعتی‌شدن جنبه عمده ساختارهای اجتماعی ایالات متحده، ژاپن، اتحاد جماهیر شوروی (سابق) و اروپای غربی سده بیست و یکم خواهد بود (وبستر، ۱۳۸۳، ۷۲). بل اندیشمندی است که مخالف کل‌گرایی است و بر این باور است که «جوامع اندام واره یا آنچنان یکپارچه نیستند که به عنوان سیستمی یگانه قابل تحلیل باشند» (همان، ۷۴). وی همچنین معتقد است که در یک جامعه ما قبل صنعتی زندگی «بازی علیه هستی» است، جایی است که «افراد با نیروی عضلانی غیرماهر کار می‌کنند». در عصر صنعتی آنجا که ماشین حکمفرماست به شکل «تکنیکی و معقول» زندگی «بازی علیه هستی مصنوعی است». برعکس این دو، زندگی در یک جامعه فراصنعتی که بر خدمات بنا نهاده شده ... «بازی میان اشخاص است» اینجا دیگر آنچه به حساب می‌آید «نیروی عضلانی غیرماهر یا انرژی نیست بلکه اطلاعات است» (همان، ۸۱). وی همچنین بر این باور است که با ظهور جامعه فراصنعتی، موضوع کار برای اکثریت مردم اطلاعات است. علاوه بر اینها «بازی میان اشخاص» ضرورتاً بازی است که اطلاعات در آن سرمایه‌ای اساسی است. از نظر کلاینبرگ، بل نظریه همگرایی توسعه را تأیید می‌کند که تفاوت‌های سیاست‌ها، فرهنگ و تاریخ را نسبت به عقلانی‌سازی نادیده گیرد یا دست کم آن را امری تبعی تلقی می‌کند (همان، ۸۸).

بل دیدگاه خطی درباره توسعه - از ماقبل صنعتی به صنعتی و سرانجام نیل به فراصنعتی - از نظر تاریخی ساده‌لوحانه می‌پندارد، سه مرحله‌ای نبودن توسعه در کشورهای جهان سوم را نشانه‌ای از عدم انطباق این نظریه با واقعیت توسعه می‌داند و در بیاناتش نشان می‌دهد که از نظر تاریخی وجود تکیه

گاهی صنعتی برای خدمات الزامی نیست (همان، ۹۲). دانیل بل مفهوم جامعه اطلاعاتی را جایگزین مفهوم جامعه فراصنعتی کرده است اما در تحلیلش از این جامعه تفاوتی با جامعه فراصنعتی قائل نشده است. بل معتقد است که رایانه‌ای شدن نه تنها مدیریت (پیچیدگی سازمان‌یافته) را ممکن ساخته بلکه از طریق برنامه‌ریز باعث خلق (تکنولوژی فکری) گردیده که دانش را یک کاسه می‌کند و به نوبه خود، نوآوری‌ها را بر مبنای دانش نظری آسان می‌کند. بل جامعه اطلاعاتی را جامعه‌ای می‌داند که اساس و رکن فعالیت‌هایش در پردازش اطلاعات است تا تولیدات صنعتی و کشاورزی.

۳-۴- دیوید رایزمن

رایزمن با توجه به نقش انسان در ساختن ارزش‌های خود و ارتباط خود با دیگران به تقسیم‌بندی تاریخ اجتماعی می‌پردازد مطابق نظر او در طول تاریخ سه دوره حاکم بوده که هر دوره خصوصیات خاص خودش داشته است.

دوره اول، دوره‌ای است که در آن سنت‌ها بر افکار و اعمال انسانی حاکم بوده و تعیین‌کننده ارزش‌های او هستند و نسل پیوند خود را با نسل‌های پیشین از طریق اشتراک سنن باز می‌یابد و همین امر موجب انسجام بین جوامع و انسان‌ها می‌گردد. در چنین جامعه راه‌های آینده نیز روشن است هر نسل راه نیاکان خود را در طی قرن‌ها می‌پیماید زیرا تشدد ارزش‌ها وجود ندارد. رایزمن انسان این دوره را انسان سنت راهبر^۱ می‌نامد.

دوره دوم، دوره حاکمیت خود انسان است به عبارتی دوره‌ای است که از اهمیت سنت‌ها کاسته می‌شود و هرکس سعی می‌کند راه خویشتن را خود انتخاب کند. در چنین موقعی همگنی در رفتار و اعمال انسانها کاهش می‌یابد و افراد هر نسل دیگر مشابه هم نیستند بنابراین تشدد در ارزش‌ها پیش می‌آید. این دوره انسان درون راهبر^۲ است. دوران سوم تاریخی رایزمن دوره‌ای است موسوم به انسان-دیگر راهبر^۳ که دورانی است همراه حاکمیت قوی رسانه‌های ارتباط جمعی و از خودبیگانگی انسان-ها (ساروخانی، ۱۳۷۵، ۵۳).

۴-۴- ژان بودریلار

بودریلار بر تأثیر فزاینده وسایل ارتباط جمعی بر فرهنگ پست مدرنیته تأکید می‌کند او معتقد است که ارائه اطلاعات به وسیله وسایل ارتباط جمعی ماهیت اطلاعات را از بین می‌برد و هر

1-Traditional Directed Man

2-Inner Directed Man

3-Other Directed Man

اطلاعاتی از یک حادثه شکل تحریف‌شده آن حادثه است. رسانه اطلاعات را به صورت بسته‌های از پیش آماده و فریبنده و همچنین اطلاعات بی‌نظم را به مخاطبان ارائه می‌کند (ترنر، ۱۳۸۱، ۴۲). دنیای پست مدرن که در حوزه اقتصادی و فرهنگی شدیداً اطلاعاتی است با ارائه اطلاعات تحریف‌شده و غیر واقعی از مخاطبان خود انسان‌واره‌های بسازد که با دریافت محرک‌های جزئی به حرکت در بیابند رودرویی گسترده با انواع رسانه‌های ارتباطی بخصوص تکنولوژی‌های اطلاعاتی می‌تواند به امر کمک بیشتری بکند.

۴-۵- نظریه‌های نابرابری جنسی

جوامع مختلف به روش‌های متفاوتی با مردان و زنان رفتار می‌کند و الگوهای مختلفی از آنان را دارد. در طول تاریخ مردان عموماً جنس مسلط و زنان تابع آنان بوده‌اند و این نابرابری را بصورت امری طبیعی تلقی نموده و سعی در حفظ چنین برتری داشته‌اند. بطور کلی در مورد نابرابری‌های جنسی نظرات مختلفی وجود دارد که عمده‌ترین این نظریات به حوزه نظریه‌های فمینیستی بر می‌گردد.

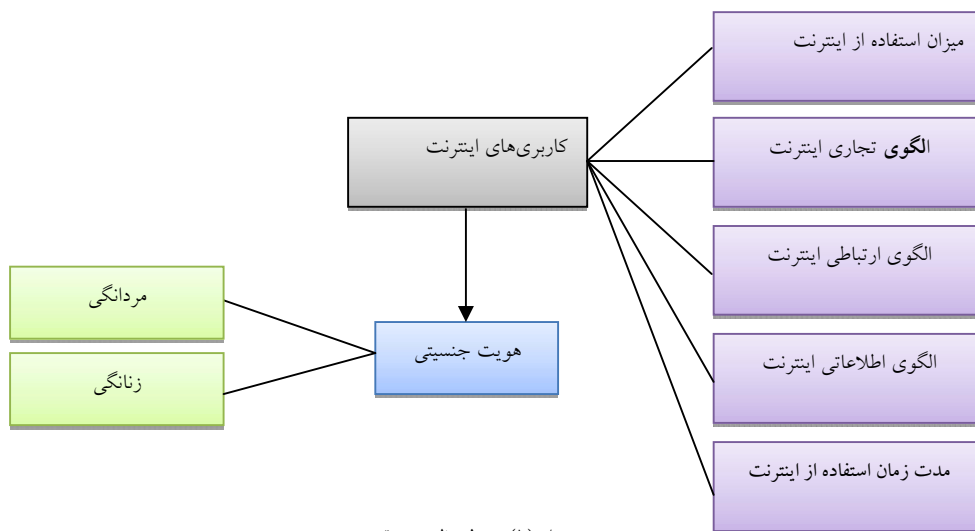
تبیین لیبرال فمینیستی نابرابری جنسی: لیبرال فمینیست‌ها تنها به تقسیم کار جنسی و وجود دو عرصه عمومی و خصوصی که اولی در اختیار و حضور مطلق مردان و دومی عرصه حضور زنان که جایگاه اجتماعی کردن کودکان برای ایفای نقش‌های متفاوت و متناسب با جنسیت خود در آینده اجتماعی ایفا نمایند، اکتفا می‌نمایند. اینان برای عرصه خصوصی زنان ارزشی قائل نمی‌شوند و معتقدند عرصه خصوصی رشته بی‌پایان از توقعات، وظایف خانه‌داری بی‌اجر و مزد، بدون ارزش و بی‌اهمیت تلقی می‌شود. مراقبت از کودکان و خدمات عاطفی، عملی و جنسی به مردان را برای زنان در نظر می‌گیرند. در مقابل عرصه عمومی دارای پاداش‌های راستین اجتماعی مانند پول، قدرت، منزلت، آزادی، فرصت‌های رشد و بالابردن ارزش شخصی می‌باشد که متعلق به مردان بوده و بدین صورت نابرابری جنسی را به بار می‌آورد. این گروه معتقدند به وسیله بسیج در جهت کاربردها امکانات موجود سیاسی و قانونی به تأمین فرصت‌های برابر اقتصادی، دگرگونی در خانواده، مدرسه و پیام‌های رسانه‌های جمعی، می‌توان نابرابری جنسی را از میان برداشت (گیدنز، ۱۳۷۸، ۴۷۵).

تبیین فمینیست‌های مارکسیستی از نابرابری جنسی: فمینیست‌ها مارکسیست منشاء کلی نابرابری جنسی را در چارچوب ساختار نظام طبقات سرمایه‌داری معاصر مورد بررسی قرار می‌دهند به زعم آنان وجه مشخصه جامعه امروزی سرمایه‌داری است که در آن زنان در معرض انواع خاصی از ستم قرار دارند که عموماً به سبب محرومیت آنان از اشتغال فردی و نقشی است که در بازآفرینی مناسبات تولید در قلمرو خانگی بازی می‌کنند. یعنی خدمات بی‌حیره و مواجب زنان و مراقبت از نیروی کار و

پرورش نسل آینده کارگران به سود سرمایه‌داری است و برای تداوم آن ضرورت دارد. سرمایه‌داری بیش از همه از کار رایگان زنان بهره می‌گیرد، هر چند سود این کار تا حدودی عاید یکایک مردان نیز می‌شود (آبوت و والاس، ۱۳۸۱، ۲۸۹).

تبیین رادیکال فمینیست‌ها از نابرابری جنسی: فمینیست‌های رادیکال نظریه‌پردازان دیگری هستند که در رابطه با نابرابری جنسی بحث می‌کنند. گروه مذکور سراسر جامعه را ستمگری می‌دانند که در آن هر نهادی از جامعه نظامی است که با آن برخی انسان‌ها، برخی دیگر را تحت تسلط درآورده و در بنیادی‌ترین ساختارهای جامعه می‌توان چنین انقیادی را تشخیص داد. ولی در میان همه این نظام‌های تسلط و انقیاد، بنیادی‌ترین ساختار ستمگری به جنسیت تعلق دارد (گیدنز، ۱۳۷۵، ۴۸۹). هسته مرکزی عقاید گروه فوق این است که نابرابری‌های جنسیتی محصول یک نظام مقتدر مردسالار و مهمترین شکل نابرابری اجتماعی است. مردسالاری نظامی جهان شمول است که در آن زنان زیر سلطه مردان قرار دارند و هیچ حوزه‌ای از جامعه نیست که مردان در آن دخیل نباشند (آبوت و والاس، ۱۳۸۱: ۲۹۳). بطور کلی هدف فمینیست‌ها در ارائه دیدگاهی در رابطه با نابرابری‌های مربوط به زنان در ساختار اجتماعی است و درصدد هستند که واقعیت را از دیدگاه زنان بنگرند و همچنین در پی آن هستند جهان بهتری را برای زنان بسازند، چرا که بدین ترتیب جهان برای بشریت نیز بهتر خواهد بود.

با توجه به بررسی‌های مفصل انجام گرفته و مرور و استفاده از ادبیات نظری مربوط به موضوع و مطالعه برخی از تحقیقات انجام شده در داخل و خارج از کشور پیرامون موضوع تحقیق، مدل زیر به عنوان یکی از مدل‌های ممکن به منظور تبیین کاربری‌های اینترنت و نقش آن در هویت جنسیتی جوانان شهر تهران پیشنهاد می‌شود:



نمودار (۱): مدل نظری تحقیق

۵-روش تحقیق

در این تحقیق از دو روش استفاده شده است، روش اسنادی که در آن از کتب مقالات، پایان-نامه‌ها و منابع اینترنتی استفاده شده است. از مجموع نظریات و مطالعات، متغیرها استخراج که نهایتاً منجر به تنظیم پرسشنامه و ورود به حوزه میدانی تحقیق شده است و از آنجا که در پیمایش، پرسشنامه مطلوب‌ترین و مرسوم‌ترین راه تهیه این ویژگی‌ها است. از تکنیک رایج پیمایشی استفاده شده است. پس از آماده سازی مجدد و تکمیل پرسشنامه‌ها و انتقال داده‌ها به کامپیوتر از طریق نرم-افزار SPSS به پردازش داده‌ها اقدام گردیده است. جامعه آماری مورد مطالعه این تحقیق، کلیه جوانان دانشجوی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشکده علوم اجتماعی، مدیریت و اقتصاد و الهیات می‌باشد. جهت تعیین حجم نمونه (۲۵۰ نفر) از فرمول نمونه‌گیری کوکران استفاده شده است. پس از تهیه پرسشنامه، آزمون مقدماتی^۱، بررسی روایی^۲ و اعتبار^۳ گویه‌ها و طیف‌های مورد استفاده از طریق آلفای کرونباخ، مبادرت به تصحیح و نهایتاً تکمیل پرسشنامه گردیده است. همچنین در تحقیق حاضر جهت مقایسه و اعتباریابی سنجش، اعتبار تحقیق بعد از بررسی مقدماتی به اعتبار صوری از نظر اساتید ذی فن و صاحب‌نظر در حوزه پژوهش محدود شده است و اما برای

- 1-Pretest
- 2-Reliability
- 3-Validity

اینکه بدانیم آیا روش انتخاب‌شده موضوع موردنظر را به طور دقیق می‌سنجد یا خیر و روش سنجش تا چه حد پایایی دارد و اگر همان واحد تحلیل مکرر بکار گرفته شود، نتایج یکسانی به دست می‌آید یا خیر باید سنجش روایی صورت بگیرد. سنجش روایی طیف لیکرت که اغلب گویه‌ها بر اساس این طیف طراحی شده بودند بر اساس ضوابط درونی است. یعنی برای حذف گویه‌های نامناسب، هر یک از گویه‌ها با مجموع گویه‌ها در ارتباط گذاشته می‌شود و از روی میزان هماهنگی و همبستگی با سایر گویه‌ها پایداری آن تشخیص داده می‌شود. در پیش‌آزمون و تحقیقات مقدماتی، پرسشنامه برای ۳۰ نفر تست شد و طیف‌ها مورد آزمون پایایی قرار گرفتند و گویه‌های نامناسب که سبب کاهش ضریب پایایی طیف می‌شدند حذف و همچنین تعدادی از آنها که از نظر صوری و ویرایشی اشکال داشتند، تصحیح شدند. در نتیجه آلفای کرونباخ کل پرسشنامه ۰/۸۲ بدست آمده که نشانگر این است که ابزار از پایایی بالایی برخوردار است.

۶- یافته‌های تحقیق

بسط و گسترش انواع سایت‌های خبری- علمی- فرهنگی و اجتماعی، از اینترنت محلی ساخته است که در آن دنیایی از اطلاعات مختلف برای کاربران مهیا گشته است. امروزه از کودکان تا خردسالان، با مراجعه به اینترنت به نیازهای اطلاعاتی خویش در سریع‌ترین و راحت‌ترین زمان ممکن پاسخ داده و اطلاعات مورد نیاز خود را با جستجوی کوتاه‌مدت در اینترنت یافته و کسب می‌نمایند. جوانان نیز با وقوف به این ویژگی اینترنت ۹۵/۴٪ موافق این وجه اینترنت بوده و تنها ۴/۶٪ بدلائیل مختلف با این وجه از اینترنت مخالفت نموده‌اند.

تصور نمایید بدون وجود اینترنت، یک جوان درصدد است، در خصوص یک موضوع تحقیق نماید. مشکلات یافتن اطلاعات از منابع مختلف مانند کتاب و نشریات علمی متناسب با سن وی در یک جامعه مانند شهرهای کوچک ایران، تا چه حد دشوار خواهد بود. گسترش کم کتابخانه‌های عمومی و تخصصی، توزیع نامتناسب نشریات علمی و درصد ناچیز کتب علمی انتشار یافته، این محقق را در یافتن اطلاعات مفید با مشکلات فراوان دسترسی و مالی مواجهه خواهد نمود. اما با رشد و گسترش اینترنت، این دانش آموز تنها با اتصال به یک خط تلفن و استفاده از رایانه، امکان بهره‌وری از انواع مختلف اطلاعات متناسب با موضوع تحقیق خود را یافته و کمترین هزینه‌ای را نیز بابت این اطلاعات پرداخت نمی‌نماید؛ مگر در مواردی خاص. جامعه آماری تحقیق نیز به این ویژگی اینترنت روی خوش نشان داده و ۹۶/۷٪ آنان با این جنبه اینترنت موافق و تنها ۳/۳٪ آنان مخالف این ویژگی بودند.

در مقایسه با آثار و نسخه‌های چاپی اطلاعات علنی و فنی که برای یافتن اطلاعات خاص تنها از

روی فهرست و شاید با صرف مدت زیادی از وقت، می‌توان به یک موضوع دسترسی یافت، در نسخه‌های دیجیتالی و اینترنتی اطلاعات علمی، تنها با درج کلمه و موضوع مورد نظر و فشردن گزینه جستجو، در زمانی بسیار کوتاه چندین گزینه علمی و منبع دریافت اطلاعات برای کاربر به نمایش درآمده و در کمترین زمان، به این منبع و مرجع علمی دسترسی می‌یابد. جوانان نیز با این پدیده آشنا بوده و برای بسیاری از تحقیقات خویش در زمینه‌های درسی و یا فراغتی خویش به این ویژگی اقبال نشان داده‌اند. جوانان جامعه آماری نیز با موافقت ۹۵/۹٪ درصدی خویش نشان داده‌اند. با این ویژگی اینترنت آشنا و بسیار موافقت ۴۱/۱٪ جامعه آماری نیز بدلائیل شخصی با موافقت این گزینه نبودند.

بخش عمده‌ای از دغدغه‌های کاربری اینترنت در ایران و شاید بتوان گفت در اکثر کشورهای جهان را نوع کاربری اینترنت در بین نوجوانان تشکیل می‌دهد استفاده‌های نامناسب از اینترنت، همچون استفاده‌های مرتبط با انحرافات جنسی و دینی در حال حاضر عمده نگرانی‌های مدیران فرهنگی و والدین نوجوانان را در خصوص استفاده از این وسیله مفید و پر استفاده تشکیل می‌دهد اگر چه در سال‌های اخیر به دلیل اعمال گسترده کنترل‌های دولتی بر روی سایت‌های اینترنتی و محدود نمودن فعالیت‌های نامناسب جنسی، سیاسی و مذهبی و فیلتر نمودن بخش اعظم آنها به تعطیلی و انزوا رسیده‌اند، اما باز هم به کنترل چنین سایت‌ها و وبلاگ‌هایی که با نام‌های فریبنده به انحراف جنسی و اجتماعی نوجوانان دامن می‌زنند نیاز بسیاری احساس می‌شود. محقق با استفاده از پیشینه تحقیق پرکاربردترین فعالیت اینترنت را مشخص و در پرسش‌های بسته از جوانان سؤال نموده است.

جدول (۲) نشان‌دهنده میزان کاربری هر یک از کاربردهای متنوع اینترنت در بین نوجوانان جامعه آماری است. یافتن اطلاعات درباره شخصیت محبوب من: نوجوانان در این دوره از تکوین شخصیت هویش همواره بدنبال شخصیت‌های محبوب ورزشی، سینمایی، موسیقی و... خویش هستند و برای ارضای این نیاز خویش، بدنبال کسب اطلاعاتی از زندگی‌نامه، تصاویر و فیلم‌هایی از زندگی آنان هستند. لذا بسیاری از مراجعات آنان به اینترنت و سایر رسانه‌ها، کسب اطلاعات لازم از جزئیات زندگی و شخصیتی اسطوره‌ها و شخصیت‌های محبوبشان می‌باشد. لذا در پرسش اول از این گروه پرسش‌ها میزان ارجاع آنان به اینترنت بمنظور کسب اطلاع در خصوص شخصیت محبوبشان می‌باشد که استفاده زیاد ۶۹/۷ درصد پاسخگویان و استفاده کم ۳۰/۳٪ پاسخگویان بدین منظور بوده است.

جدول (۲): درصد کاربری فعالیت های مختلف اینترنت در بین جامعه آماری

ردیف	شرح گویه	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم
۱	یافتن اطلاعات درباره شخصیت محبوب من	۲۴/۱	۱۷/۴	۲۷/۹	۲۱/۳	۹/۲
۲	کسب اخبار روز	۲۰/۵	۲۱	۲۶/۷	۲۰/۸	۱۱
۳	کسب اطلاعات علمی مرتبط با درس	۱۶/۹	۲۸/۷	۳۳/۳	۱۱/۵	۹/۵
۴	کسب اطلاعات هنری و ادبی	۲۹	۲۷/۴	۲۳/۱	۱۱/۵	۹
۵	کسب اخبار سلامت	۹/۵	۱۶/۷	۲۶/۲	۲۵/۱	۲۲/۶
۶	کسب درآمد	۷/۷	۹	۲۲/۱	۲۲/۳	۳۹
۷	چت و گفتگوی رایانه ای	۳۲/۳	۲۱/۸	۱۶/۷	۹/۵	۱۶/۷
۸	یافتن دوستان اینترنتی	۲۹	۱۹/۲	۱۶/۲	۱۰/۳	۲۵/۴
۹	ارتباط با دوستان اینترنتی	۲۷/۴	۱۶/۲	۱۳/۳	۹/۵۵	۳۳/۳
۱۰	بیان احساسات درونی	۷/۲	۱۶/۷	۱۸/۷	۲۰/۳	۳۷/۲
۱۱	نشر شعر و داستان	۸/۵	۱۹/۷	۲۱/۵	۱۴/۶	۳۶/۶
۱۲	ثبت نظرات در شبکه های اجتماعی	۱۱	۱۲/۱	۲۵/۶	۱۷/۹	۳۳/۳

علاقتمندی بسیاری از نوجوانان به کسب اخبار متنوع روز، بر اساس علاقمندیشان به مطالب علمی و مسائل سیاسی، هنری، فرهنگی و اجتماعی یا اقتصادی موجب شده است، بسیاری از میزان کاربری آنان به این بخش سوق یابد. بطوری که در جامعه آماری مورد مطالعه محقق، ۶۸/۲٪ آنان به میزان زیادی از اینترنت به منظور کسب اخبار روز ۳۱/۸٪ آنان نیز کمتر به منظور استفاده خبری از اینترنت استفاده می‌کنند.

مسائل و تحقیقات درسی، بخش عمده‌ای از مراجعات جوانان به اینترنت را تشکیل می‌دهد. انجام تحقیقات زمینه‌ای درس‌ها، از سوی مربیان و دبیران آنها به‌عنوان تکلیف درسی لازم‌الاجرا می‌-

گردد، از یک سو در ارتقای دانش علمی آنان و از سوی دیگر در ارتقای دانش و مهارت رایانه‌ای و اینترنتی آن مؤثر است. لذا بسیاری از کاربران اینترنت اگرچه درصد کمی از وقتشان را به آن اختصاص می‌دهند، اما درصد بالایی از فعالیت‌هایشان در محیط اینترنت را به مطالعات درسی اختصاص می‌دهند. جوانان مورد مطالعه در این تحقیق نیز بدین منوال بوده و ۷۹٪ آنان بدین منظور زیاد به اینترنت مراجعه می‌نمایند و ۲۱٪ آنان کمتر جهت استفاده درسی از اینترنت روی می‌آورند.

علاقه ادبی و هنری جوانان یکی دیگر از مهمترین دلایل حضور آنان در محیط اینترنت و فعالیت‌های دریافت و اشتراک‌گذاری آنان است. دریافت اشعار، آهنگ‌ها و فیلم‌های مختلف از شاعران، نوازندگان و خوانندگان و بازیگران و هنرمندان، بخش عمده‌ای از فعالیت‌های جوانان در محیط اینترنت را به خود اختصاص می‌دهد (رتبه سوم فعالیت‌های جوانان). ۷۹/۵٪ جامعه آماری به میزان زیادی از اینترنت بمنظور کسب اطلاعات ادبی و هنری استفاده می‌نمایند، در حالی که تنها ۲۰/۵٪ آنان به میزان کمتری از اینترنت بمنظور کسب اطلاعات هنری و ادبی استفاده می‌کنند.

علاقه جوانان و بویژه دختران جوانان به مسایل مرتبط با سلامت و تکنیک‌های آن از دیگر علایق جوانان در مراجعه به اینترنت است. دختران و پسران گرچه دارای رفتارهای متفاوتی در خصوص سلامت و اخبار پزشکی در محیط اینترنت هستند، اما یکی از علایق قابل توجه آنان را تشکیل می‌دهد. جوانان دختر بیشتر با مسایل زیبایی و تناسب اندام و پسران بیشتر به اطلاعات ورزشی پزشکی و همچنین به اطلاعاتی در خصوص تقویت اندام و این مسایل علاقه نشان می‌دهند. در جامعه آماری مورد مطالعه میزان توجه به این جنبه از اطلاعات در رتبه‌های آخرین قرار دارد و ۴۷/۷٪ جامعه کمتر به سراغ این اطلاعات می‌روند و ۵۲/۳٪ آنان بطور متوسط و بیشتر به این مسایل ابراز علاقه می‌نمایند.

یکی از مهمترین کاربردهای اینترنت در حال حاضر، مربوط به کسب درآمد و اهداف اقتصادی و تجاری از اینترنت است. جوانان دانشجوی بدلیل شرایط تحصیلی خویش کمتر به این جنبه کاربرد اینترنت اقبال نشان می‌دهند. بطوریکه فقط ۷/۷٪ آنان بطور خیلی زیاد و ۹٪ آنان هم به مقدار زیاد از آن استفاده می‌کنند. اما بیش از ۶۱/۳٪ کاربران به آن اقبال نشان نمی‌دهند. فقط ۳۸/۷٪ درصد جوانان بطور کم و متوسط از این امکان استفاده می‌نمایند.

شاید بتوان به جرأت گفت پرکاربردترین استفاده از اینترنت در حال حاضر برای نوجوانان عبارتست از چت و گپ و گفت در اینترنت. جاذبه‌های فراوان این ابزار اینترنتی که در آن براحتی می‌توان با هر فردی در اقصی نقاط عالم به گپ و گفت نشست، آن چنان زیاد است که بسیاری از کاربران از ابتدایی‌ترین روزهای ورود به اینترنت تا سال‌های متمادی پس از استفاده و شاید تا آخرین لحظات زمان استفاده از اینترنت به آن پای بند و دل بسته می‌شوند و چه بسا بدان معتاد می‌شوند.

بیش از نیمی از کاربران این تحقیق نیز بطور زیاد و خیلی زیاد از این ابزار استفاده می‌کنند و در برابر ۲۹/۲٪ کاربرانی که کم و خیلی کم از اینترنت برای چت استفاده می‌کنند، ۷۰/۸٪ کاربران به این پدیده اینترنت اقبال نشان داده و بطور متوسط تا خیلی زیاد از آن استفاده می‌کنند.

شبکه‌های اجتماعی و تالارهای گفتگوی متعددی که هر یک از شرکت‌ها و یا نهادها برای جذب جوانان ایجاد نموده‌اند، در کنار شبکه‌های خود جوشی که حاصل نوآوری افراد عادی در ایجاد شبکه‌های دوست‌یابی و گفتگوی اینترنتی است، بخش عمده‌ای از نوجوانان و جوانان را در اینترنت به دور هم گردآورده است. شبکه‌هایی مانند اورکات، توپتر و فیس بوک در کنار بخش‌های اجتماعی سایت‌هایی مانند یاهو، گوگل و مایکروسافت از این دست می‌باشند. علاوه بر آن اتاق‌ها چت و گفت و گوی آنلاین اینترنتی در خصوص مسائل اجتماعی - سیاسی و ادبی چنان مجموعه عظیمی را به وجود آورده‌اند کاربران در ورود به آنها با هر کسی که مایلند براحتی امکان ایجاد ارتباط و دوستی را دارا هستند. علاوه بر این برخی از کاربران نیز برای ارتباط بیشتر با دوستانی که در محیط واقعی یافته‌اند و یا به شکل‌های مختلفی آنان را می‌شناسند و از طریق اینترنت آنها را نیافته‌اند نیز ایجاد ارتباط و یا بسط و گسترش ارتباط می‌نمایند. در جدول (۲) دو بخش متفاوت را که عبارتند از یافتن دوستان اینترنتی و ارتباط با دوستان به طریق اینترنتی را ذکر نموده‌ایم. ۳۵٪ و ۴۲٪ کاربران به ترتیب از اینترنت در حد کمی برای دوستیابی و ارتباط اینترنتی استفاده می‌کند و ۶۵ و ۵۸ درصد آنان از اینترنت بطور متوسط تا زیاد بدین منظور بهره می‌برند.

یکی دیگر از کاربردهای اینترنت وبلاگ‌ها و صفحات شخصی اینترنت است که در آن هر یک از کاربران به ارائه دیدگاه‌ها و احساسات درونی خود در مورد مسائل اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، هنری و یا ادبی است که بصورت روزنگاشت‌ها و گاه‌نگاشت‌ها بروز می‌نمایند. در این صفحات هر کاربر ضمن به اشتراک گذاشتن برخی از اطلاعات خصوصی خود، دیگران را به مشارکت در ارائه دیدگاه‌ها فرا خوانده و گاه به آنان اجازه تبادل نظرات را می‌دهد و بدین ترتیب علاوه بر تبادل نظرات به آگاهی‌های اجتماعی، علمی و... خود نیز می‌افزاید. ۷/۲٪ کاربران این پژوهش به طور بسیار زیاد، ۱۶/۷٪ بطور زیاد، ۱۸/۷٪ بطور متوسط، ۲۰/۳٪ بطور کم و ۳۷/۲٪ نیز بسیار کم به این کاربری روی آورده‌اند. لذا با عدم اقبال بیش از ۵۷٪ کاربران می‌توان نتیجه گرفت که محبوبیت این کاربری در این جامعه کم بوده است و تنها ۴۲/۸٪ کاربران بطور متوسط تا خیلی زیاد به این جنبه اینترنت روی خوش نشان داده‌اند.

در محیط اینترنت و در قالب سایت و یا وبلاگ، هر کسی می‌تواند برای خود پایگاهی ایجاد نمود و تمامی آثار هنری خود را در آن عرضه نماید. برخی برای فروش محصولات هنری خود نیز از این پایگاه‌ها استفاده می‌نمایند. در هر پایگاه اینترنتی، هر فرد می‌تواند با درج صفحات مختلف

جنبه‌های متفاوت از تولیدات خود را در آن عرضه نماید. کاربران نوجوانان نیز معمولاً با ایجاد وبلاگ‌های ادبی و هنری به بیان و عرضه داستان‌ها، اشعار و سایر آثار ادبی و هنری خویش فعالیت می‌نمایند. از میان کاربران این پژوهش، ۸/۵٪ در حد بسیار زیاد، ۱۹/۷٪ در حد زیاد، ۲۱/۵٪ در حد متوسط، ۱۴/۶٪ در حد کم و ۳۳/۳٪ نیز در حد بسیار کمی از این جنبه از کارایی‌های اینترنت استفاده می‌نمایند. لذا با اقبال ۴۹/۷٪ کاربران از این پدیده می‌توان گفت که نیمی از این جمعیت کاربری مذکور را پسندیده و نیمی دیگر به آن اقبال نشان نداده‌اند.

محیط اینترنت، بواسطه مجازی‌بودن بسیاری از عرصه‌هایش، امکان ارائه دیدگاه، پیشنهاد و انتقاد را برای بسیاری از کاربران ایجاد می‌نماید که شاید مشخص‌بودن هویت افراد آنها را در محیط اجتماعی، از ارائه دیدگاه و نظرات شخصی خود راجع به کلی‌ترین و یا جزئی‌ترین موارد زندگی اجتماعی و سیاسی محروم می‌دارد. البته از این کاربری در سنین جوانی و میانسالی کاربردهای بیشتری می‌یابد، کاربران همانند گزینه پیشین با اقبال کمتری با این پدیده مواجه شده‌اند: ۳۳/۳٪ بسیار کم، ۱۷/۹٪ کم، ۲۵/۶٪ متوسط، ۱۲/۱٪ زیاد و ۱۱٪ نیز بسیار زیاد از این جنبه از کاربردهای اینترنت استفاده نموده‌اند.

۷-مدل رگرسیونی تأثیر مصرف اینترنت بر هویت جنسیتی

آزمون رگرسیون چندمتغیره، عوامل تبیین‌کننده هویت جنسیتی را مشخص می‌نماید. با استفاده از «روش مرحله‌ای» از میان متغیرهای مستقل تحقیق تنها ۴ متغیر وارد معادله گردید. مطابق با داده‌های جدول (۳) حدود ۴۷ درصد از واریانس متغیر یعنی هویت جنسیتی این متغیرها تبیین می‌شود. ضریب رگرسیون چندمتغیره ۰/۶۹ و مجذور آن یعنی ضریب ۰/۴۷ و ضریب تبیین واقعی برابر ۰/۴۵ می‌باشد. معادله تحلیل رگرسیون چند متغیره هویت جنسیتی به صورت استاندارد شده به قرار ذیل است.

$$\text{میزان استفاده} (۰/۱۸) + \text{مدت زمان استفاده} (۰/۲۵) = \text{هویت جنسیتی}$$

$$+ ۷ + \text{الگوی ارتباطی} (۰/۲۶) + \text{الگوی اطلاعاتی} (۰/۱۰)$$

همانطور که در معادله مشهود می‌باشد، هویت جنسیتی پاسخگویان بیش از هر متغیر دیگری، از متغیر الگوی ارتباطی متأثر می‌باشد. جداول زیر به ترتیب آماره‌های مربوط به تحلیل رگرسیونی و واریانس مربوط به مدل رگرسیونی بعدشناختی را نشان می‌دهند. در جدول (۵) نیز متغیرهایی را که وارد معادله شده‌اند و آماره‌های مربوطه به آن مشخص شده است.

عرض از مبدا	اشتباه معیار	ضریب تبیین تعدیل شده	ضریب تبیین	ضریب همبستگی چند گانه
۱/۱۹	۰/۵۶	۰/۴۵	۰/۴۷	۰/۶۹

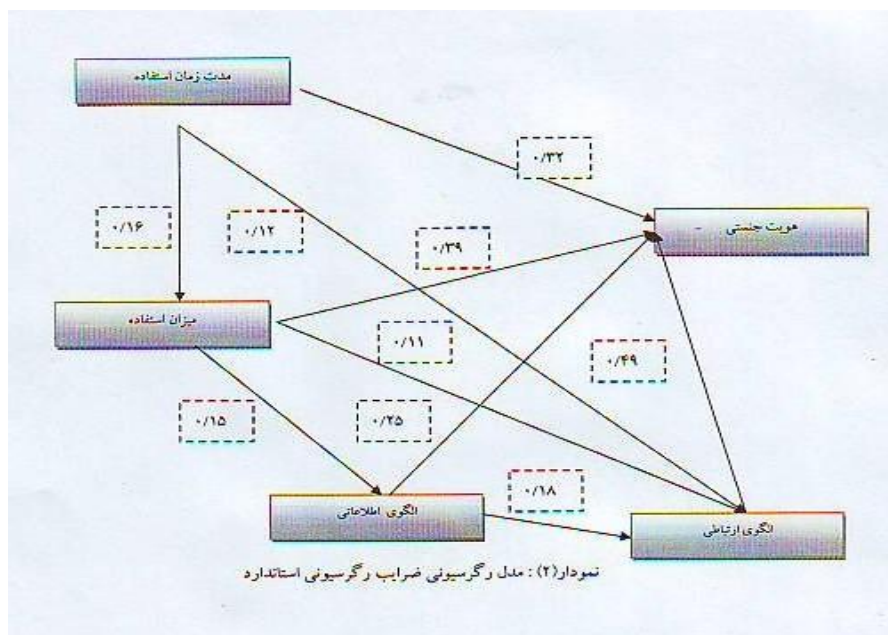
جدول (۳): شاخص ها و آماره های تحلیل رگرسیون چند متغیری هویت جنسیتی

منبع تعبيرات	درجه آزادی	مجموع مربعات	میانگین مربعات	کمیت F	سطح معنی داری
اثر رگرسیون	۵	۴۶۴۶/۶۵	۹۲۹/۳۳	۵۱/۸۴	۰/۰۰۰
باقیمانده	۱۷۸	۳۲۳۵/۱۲	۱۸/۱۷		

جدول (۴): تحلیل واریانس رگرسیون چند متغیری هویت جنسیتی

متغیر	B	SEB	Beta	آماره t	سطح معنی داری
مدت زمان استفاده	۰/۲۵	۰/۰۶	۰/۳۲	۴/۱۹	۰/۰۰۰
میزان استفاده	۰/۱۸	۰/۰۹	۰/۳۹	۴/۸۴	۰/۰۰۶
الگوی ارتباطی	۰/۲۶	۰/۰۵	۰/۴۹	۴/۹۷	۰/۰۰۱
الگوی اطلاعاتی	۰/۱۱	۰/۰۳	۰/۲۴	۱/۴	۰/۰۰۱

جدول (۵): متغیر های وارد شده در معادله رگرسیونی هویت جنسیتی



۸- بحث و نتیجه‌گیری

فن‌آوریهای نوین اطلاعاتی در دنیای امروز باعث تحولات پیچیده در روابط و مناسبات انسانی شده است و سبب ایجاد شکل جدیدی از الگوهای ارتباطی و به مقوله هویت^۱ مفهوم جدیدی بخشیده است و در این میان ماهواره و اینترنت نیز به‌عنوان یکی از مظاهر بارز فناوری‌های نوین اطلاعاتی تأثیر بسیاری بر ساختارهای اجتماعی- فرهنگی جوامع امروزی داشته است. از طرفی وسایل و فناوری‌های جدید با سرعت تمام در جوامع مختلف در حال نفوذ و گسترش می‌باشند این ابزارها اگرچه خدماتی را به کاربرانش ارائه می‌کند و این تصور را بوجود می‌آورد که به کلی تحت انقیاد و کنترل کاربران می‌باشند اما رفته رفته آثار فرهنگی خود را به جای می‌گذارند که اگرچه این تغییرات بسیار خزنده و آرام شکل می‌گیرند اما در دراز مدت می‌تواند به تحولات عظیم و شگرفی منجر گردند. دو صورت از ابزار تکنولوژیک جدید که استفاده از آنها در ایران گسترش فراوانی یافته است و به خصوص نسل جوان را هر روز بیش از گذشته درگیر خود می‌سازد. به اعتقاد کاستلز جایگاه اینترنت به عنوان زیر ساخت اساسی جامعه اطلاعاتی بسیار مهم است و انقلاب اطلاعاتی در عصر حاضر تأثیر شگرفی در ابعاد مختلف زندگی انسانها گذاشته است که از مهمترین آنها می‌توان بر تأثیر فن‌آوریهای نوین اطلاعاتی بر «فرهنگ‌ها» اشاره کرد (کاستلز، ۱۳۸۰، ۷۰-۶۸)

فن‌آوریهای نوین و در رأس آنها شبکه‌های ماهواره و شبکه جهانی اینترنت، موجب پیدایش ذهنیتی ناپایدار و هویت‌های جدید شده است و در جوامع امروزی بر اثر تحولات ساختاری ناشی از این انقلاب، ذهنیت و هویت سیال و ناپایدار شکل می‌گیرد و برداشت انسان از مفاهیم مختلف زندگی دگرگون می‌شود و در این جوامع ذهنیت افراد ثابت نیست و از ثبات نسبی برخوردار است و سمت و سوی آن را چند وجهی می‌کند و فن‌آوریهای اطلاعاتی- ارتباطی در فشرده‌گی زمان- مکان باعث شده است تا بعضی از صاحب‌نظران اساساً جهانی شدن را تجربه‌ای متفاوتی از زمان و فضا بدانند و کاهش اهمیت مکان- فضا در روابط اجتماعی و فضا مندا شدن مناسبات اجتماعی، عملاً امکان کنش برقراری ارتباط در سطحی فراتر از مکان جغرافیایی خاص را فراهم ساخته است و منجر به پیدایش آگاهی از جهان به مثابه یک کل گردیده است (شکرای، ۱۳۸۰، ۹).

استفاده از اینترنت، یکی از جلوه‌های آشکار دنیای مدرن و ابزاری مهم برای آموزش نسل نو به‌شمار می‌آید. اینترنت در همه جا حضور دارد: در خانه، در مدرسه، و حتی در مراکز خرید. طبق برآورد صورت گرفته، در سال ۱۹۸۱، ۶۶ میلیون نفر از مردم آمریکا به اینترنت دسترسی داشته‌اند که در سال ۱۹۹۹ شمار آنها به ۸۳ میلیون رسیده است (Biggs, ۲۰۰۰). این رقم از سال ۲۰۰۰ تا سال

۲۰۰۹/۲۳۸ درصد افزایش یافته است (۴۲۷ میلیون و ۵۶۹ هزار و ۹۳۹ نفر کاربر) با ضریب نفوذ ۴۶/۱ درصدی بیشترین کاربران اینترنت جوانان هستند. با توجه به ادبیات تحقیق و چارچوب‌های نظری می‌توان چنین بحث کرد که از ۲۵۰ دانشجو که مورد سؤال قرار گرفتند ۸۶/۸ درصد از آنها اعلام داشتند که از اینترنت استفاده می‌کنند از آنجا که ایران در خاورمیانه حرف اول را در میزان استفاده از اینترنت با ۲۳ میلیون کاربر و با ضریب نفوذ ۳۴/۹ درصدی و سیر نسبتاً صعودی از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۸ را طی نموده است (از ۲۵۰ هزار کاربر به ۲۳ میلیون کاربر). چنانچه امانوئل کاستلز، بیان کرده، ارتباط کامپیوتری انقلابی است که افراد دارای سطح بالای تحصیلات و ثروت را در بر می‌گیرد (کاستلز، ۱۳۸۰). هر چند ممکن است که استفاده از اینترنت برای مقاصد علمی یا غیرعلمی باشد. تامپسون نیز معتقد است استفاده از این تکنولوژی نیازمند مهارت کاربران است در صورتی که کاربران مبتدی باشند استفاده آنها بیشتر ساده و در محیط‌های چت و گپ‌ها است. همچنین از نظر تامپسون کاربران و تولید کنندگان اطلاعات همواره در میان مجموعه‌ای از قواعد و منابع قرار دارند که بازتاب نظام اجتماعی کلی است (اسلوین، ۱۳۸۰). از نظر هابرماس نیز در اینترنت حوزه عمومی برای ارتباط آزادانه افراد شکل می‌گیرد، منظور او از حوزه عمومی شبکه‌ای از ارتباطات است که برای خلق و ایجاد فضای اجتماعی جهت مبادله معانی بین افراد و گروه‌ها از کنش ارتباطی استفاده می‌شود (علی‌خواه، ۱۳۷۸).

در این تحقیق به بررسی تأثیر الگوهای کاربری اینترنت بر هویت فرهنگی پرداخته شده است که یافته‌های بدست آمده موید این واقعیت است که :

کاربران جوان در محیط اینترنت؛ توجه و اقبال ویژه‌ای به محیط گفتگو و کاربردی‌های ارتباطی از اینترنت دارند. علت عمده این علاقه و اقبال ویژه، آزادی امکان ارتباط با هر فردی از هر سن، طبقه اجتماعی، جنسیت، نژاد، ملیت و موقعیتی است که در محیط گپ و گفت اینترنتی حضور یافته است. این امکان ارتباط آزاد می‌تواند در رشد و ارتقای فرهنگی-اجتماعی آنان موثر واقع شده و چه بسا در بسیاری از موقعیت‌ها می‌تواند به آنان در زمینه‌های مختلف درسی، اجتماعی و روان‌شناختی کمک نماید. از سوی دیگر بدلیل اینکه نوجوانان در این سنین بدنبال کشف هویت خویش و پایه‌ریزی چهارچوب فکری و اعتقادی خویش است، حضور در این محیط و ارتباط با افراد مختلف می‌تواند باعث شکل‌یابی شخصیتی فراتر از آنچه در خانواده و جامعه واقعی خویش از او انتظار می‌رود، گردد. که این شکل‌یابی می‌تواند در دو جهت مثبت یا منفی بوده و از وی شخصیتی کاملاً موافق یا متضاد با هنجارهای اجتماعی جامعه بسازد.

حضور در محیط‌های چت، دوست‌یابی، وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی و ارائه دیدگاه‌ها، نگرش‌ها و احساسات نوجوانان در این محیط آزادی بیان مطالب از سوی آنان، از دیگر دلایل و

عواملی هستند که این الگوی کاربری را محبوب جوانان می‌نماید. در این تحقیق نیز، محقق بر اساس دانش کسب شده و مطالعات اجتماعی خویش اقبال کاربران به این الگو را در حد نسبتاً بالایی ارزیابی نموده و بر اساس مطالعات پیشین به این نکته اذعان دارد که با افزایش بهره‌مندی جوانان از سرمایه‌های فرهنگی، این الگوی ارتباطی کمرنگ‌تر شده و کاربران به جنبه‌های مثبت و بهتری از این الگوی پی برده و تا حد زیادی از محیط‌های چت و کاربری‌هایی مانند دوست‌یابی و برقراری رابطه دوستی با افراد مختلف و به‌ویژه جنس مخالف که جذابیت بالایی برای کاربران در این محیط دارد پرهیز نموده و بیشتر به اشتراک افکار و احساسات خویش در قالب شعر و قطعات ادبی و دل‌نویسه‌های احساسی روی می‌آورد. محقق بر این اساس به طرح فرضیه‌ای پرداخت: «بین هویت فرهنگی و الگوی کاربری اینترنت در میان جوانان رابطه معناداری برقرار است».

استفاده بیشتر از این الگو (۶۱/۳٪) مؤید این نکته است. اما با افزایش سرمایه فرهنگی کاربران این مقدار به ۵۰/۲٪ کاهش یافته و فرضیه محقق، مبنی بر کاهش کاربری ارتباطی با افزایش سرمایه فرهنگی را نشان می‌دهد. جهت آزمون فرضیه نیز، از آزمون کای اسکور و ضریب شدت رابطه تائو بی‌کند با درصد خطای ۰/۰۵ و سطح اطمینان ۰/۹۵ استفاده شد. که مقدار عددی ضریب خی دو (۴/۷۶) بیانگر معناداری بودن رابطه و ضریب تائویی (۰/۱۱۰) نشان دهنده شدت ضعیف، معکوس رابطه است. لذا علی‌رغم شدت کم رابطه، این رابطه معنادار بوده و فرضیه محقق مورد تأیید واقع می‌شود.

ارتقای سطح فرهنگ جامعه و افزایش میزان سرمایه فرهنگی کاربران، یکی از عوامل مؤثر در تعیین الگوی رفتاری آنان در محیط اینترنت و استفاده از اینترنت در میان کاربران همواره رابطه مستقیمی با بهره‌مندی آنان از پستوانه و سرمایه فرهنگی دارد که کاربران کسب می‌نمایند. سرمایه فرهنگی تجسم یافته که بر اساس میزان مهارت‌ها و اندوخته‌های فرهنگی متفاوت شکل می‌یابد، نیز تأثیری مستقیم بر نحوه رفتار و اتخاذ استراتژی حضور در محیط اینترنت را دارد. بر اساس مطالعات و استنتاج محقق از پژوهش‌ها و منابع مختلف موجود در عرصه رفتارهای اینترنتی، میزان استفاده از کاربری اطلاعاتی در میان کاربران با افزایش سرمایه فرهنگی ارتقاء می‌یابد. لذا فرضیه بعدی محقق در خصوص کاربری الگوی اطلاعاتی به این ترتیب است که بین هویت فرهنگی و میزان کاربری الگوی اطلاعاتی در میان جوانان رابطه معناداری مشاهده می‌شود.

کین گرگن^۱ در کنفرانس فناوری و هویت در دانشگاه کرنل^۲ از پدیده سیلوهای ایدئولوژیکی که احتمالاً در اینترنت اتفاق خواهند افتاد، سخن گفت. این سیلوها به افراد منزوی فرصت می‌دهند تا صدای مشترکی پیدا کرده و نقطه نظراتشان را با یکدیگر در میان بگذارند، ولو موقعی که رسوم فرهنگی از آن حمایت نکنند. طبیعی است که بسته به اینکه برای دیدگاه‌های افراد واقع در یک گروه خاص ارزش قایل شویم یا خیر، چنین روندی می‌تواند یا خوب و یا بد باشد. اما کاری که نت نمی‌تواند بکند، فراهم آوردن یک تالار گفتگوی مجاز است که در آن افراد بتوانند، همانند زندگی آفلاین خود، با آنهایی هم که دیدگاه‌های متفاوتی دارند، صحبت کنند.

آندره شاپیرو^۳ نیز به بررسی مسأله فردی شدن در اینترنت می‌پردازد. وی معتقد است که فردی شدن در اینترنت، از شدت انسجام اجتماعات محلی می‌کاهد. البته در این مسأله که نت فرصت تجربه مشترک با دیگران را فراهم می‌کند، تردیدی نیست، بلکه نکته اینجاست که این تجربه تا چه حد با زندگی محلی کاربر پیوند خورده است؟ و شایان ذکر است که منسجم‌ترین و بادوام‌ترین اجتماعات آنلاین، و فرهنگ‌هایی که بقا می‌یابند، اجتماعاتی هستند که در آنها مشارکت کنندگان توانسته‌اند در همان ابتدا همدیگر را بصورت آفلاین ملاقات کنند و یا اینکه نسبتاً نزدیک به هم زندگی کنند. طبیعتاً با توجه به اثرات بالقوه فردی کردن و ابر فردی کردن وب، می‌توان آن را به عنوان یک فرهنگ یکنواخت و متحد و یا به عبارتی دقیق‌تر بعنوان مجموعه‌ای از وابستگی‌های تک بعدی قلمداد کرد (Biggs, 2000, 32-33).

نوع کاربری اینترنت نیز در زنان با مردان متفاوت است. دختران و زنان در اینترنت بدنبال حفظ شبکه اجتماعی خویش و جستجوی اطلاعات استفاده می‌کنند در حالی که مردان بیشتر برای سرگرمی و اطلاع از اخبار و اطلاعات به روز استفاده می‌کنند (Singh, 1999, 42). محققان و نظریه پردازان علت وجود چنین اختلافی را در جامعه پذیری جنسیتی و نقش‌های زنانه- مردانه جستجو می‌کنند. آنها معتقدند که نقش‌های جنسیتی و انتظارات و توقعاتی که از زنان وجود دارد، بر استفاده آنان از اینترنت تأثیر دارد. نقش‌های سنتی زنانه مثل انجام امور خانه داری، رسیدگی به ترتیب و مراقبت از فرزندان، باعث می‌شود زنان فرصت کمتری برای پرداختن به اینترنت داشته باشند. به عبارت دیگر نقش‌های دوگانه مادری و شاغل بودن، مانعی برای ورود زنان به دنیای مجازی و اینترنت است. همچنین نظریه پردازان معتقدند رایانه و علوم مربوط به آن جذابیت زیادی برای دختران و زنان نداشته و دختران کمتر از پسران وارد این رشته می‌شوند. چون احساس ناخوشایندی

1-Ken Gergen

2-Cornell

3-Andrew Shapiro

با فرهنگ رایانه دارند. محققان علت این امر را ویژگیهای رفتاری دختران می‌دانند و جامعه‌پذیری جنسیتی را مهم‌ترین عامل بروز آن می‌انگارند. دختران محیط برخط را محیطی مردانه و تحت تسلط مردان می‌دانند و بنابراین در خصوص آن و ورود به آنان احساس خطر می‌کنند (Frenkel, 1999). (36)

فهرست منابع

- ۱- آرون، ریمون، ۱۳۷۰، مراحل اساسی در جامعه‌شناسی، ترجمه باقر پرهام، شرکت سهامی.
- ۲- آراسته، حمید رضا، ۱۳۸۱، دانشگاه مجازی، رهیافت، شماره ۲۸
- ۳- آزاد ارمکی، تقی و یحیی امامی، ۱۳۸۳، تکوین حوزه عمومی و گفتگوی عقلانی، تهران، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره پنجم، شماره ۱.
- ۴- استونز، رابرت، ۱۳۷۹، متفکران بزرگ جامعه‌شناسی، نشر مرکز.
- ۵- استیون، وایت، ۱۳۸۰، خرد، عدالت و نوگرایی: نوشته‌های اخیر یورگن هابرماس، ترجمه محمد حریری اکبری، تهران، نشر قطره.
- ۶- اسلوین برتون، جیمز، ۱۳۸۰، اینترنت و جامعه، ترجمه عباس گیلوری و دیگری، تهران، نشر کتابدار.
- ۷- اینگلس، فرد، ۱۳۷۷، نظریه رسانه‌ها، ترجمه محمود حقیقت کاشانی، تهران، مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما.
- ۸- بابایی، فاطمه، ۱۳۸۳، درآمدی بر ورود تکنولوژی ارتباط جمعی به ایران و تحولات ناشی از آن، انتشارات الیاس، چاپ اول.
- ۹- بی، اِزل، ۱۳۸۱، روش تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه رضا فاضل، جلد اول، تهران، انتشارات سمت.
- ۱۰- برگر پیتزل، لوکمان توماس، ۱۳۷۵، ساخت اجتماعی واقعیت (رساله‌ای در جامعه‌شناسی شناخت)، ترجمه فریبرز مجیدی، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ اول.
- ۱۱- بیکر، ترز، ال، ۱۳۷۷، حوه انجام تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ ناییب، تهران، نشر نی.
- ۱۲- برتون، فیلیپ، ۱۳۸۲، آئین اینترنت؛ تهدیدی برای پیوند اجتماعی؟، ترجمه علی اصغر سرحدی و جمشیدی، تهران، مؤسسه انتشارات امیر کبیر، چاپ اول.

- ۱۳- پرنده، علی، ۱۳۸۰، کاربرد اینترنت در پژوهش، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ۱۴- پیوزی، مایکل، یورگن هابرماس، ۱۳۷۹، ترجمه احمد تدین، تهران، نشر هرمس.
- ۱۵- تامپسون، جان بروکشایر، ۱۳۷۹، رسانه‌ها و نوگرایی: نظریه‌ای اجتماعی درباره رسانه‌ها، ترجمه علی ایثاری کسمایی، انتشارات موسسه ایران، چاپ دوم.
- ۱۶- ترنر، جاناناچ، ۱۳۸۱، نظریه‌های پست مدرنیسم، ترجمه صمد عابدینی، تبریز، انتشارات ستوده، چاپ اول.
- ۱۷- ریتزر، جورج، ۱۳۷۸، نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، انتشارات علمی.
- ۱۸- زنجانی زاده، هما و علی محمد جوادی، ۱۳۸۴، بررسی تاثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده در بین دانشجویان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد در سال ۸۲-۸۳، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ششم، شماره ۲.
- ۱۹- زراعی زوارکی، ۱۳۸۰، اسماعیل، آموزش عالی در چالش با تکنولوژی اینترنت، ماهنامه آموزشی پژوهشی و اطلاع‌رسانی.
- ۲۰- سلاجقه، مژده، ۱۳۷۷، بررسی نگرش کاربران مرکز اینترنت دانشگاه علوم پزشکی شیراز در مورد شبکه اینترنت و دستیابی به اطلاعات از طریق آن، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.
- ۲۱- سرایی، حسن، ۱۳۷۵، مقدمه‌ای بر نمونه‌گیری در تحقیق، تهران، انتشارات سمت، چاپ دوم.
- ۲۲- سورین، ورنه جی و تانکارد، جمیز بلیو، ۱۳۸۱، نظریه ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران انتشارات دانشگاه، چاپ اول.
- ۲۳- عابدینی، صمد، ۱۳۸۴، بررسی میزان بهره‌مندی از اینترنت در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی خلخال، فصلنامه علوم اجتماعی، سال دوم، شماره هفتم.
- ۲۴- فیلیپ، ۱۳۸۲، آئین اینترنت؛ تهدیدی برای پوند اجتماعی، ترجمه، علی اصغر سرحدی و جمشیدی، تهران، موسسه انتشارات امیر کبیر، چاپ اول.
- ۲۵- قوانلوقاجار، مصطفی، ۱۳۸۳، گزارش نیویورک تایمز از وضعیت اینترنت در ایران، تهران، روزنامه شرق، مورخه ۸۳/۸/۲۰، شماره ۳۳۸.
- ۲۶- قوانلوقاجار، مصطفی، ۱۳۸۴، جنجال یک گزارش اینترنتی، ترجمه شهرزاد ثابت سعیدی،

- ۲۷- کازنو، ژان، ۱۳۷۰، جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی، منوچهر متکی، انتشارات اطلاعات.
- ۲۸- کازنو، ژان، ۱۳۷۹، جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران، انتشارات اطلاعات، چاپ اول.
- ۲۹- کرلینجر، فردان، پرهازور الا زارحی، ۱۳۶۶، رگرسیون چندمتغییری در پژوهش‌های رفتاری، ترجمه حسن سرایی، تهران، مرکز نشر دانشگاهی، چاپ اول.
- ۳۰- کوثری، مسعود، ۱۳۸۴، جهان فرهنگی کاربران اینترنت، تهران، مجله فرهنگ و فناوری، شماره ۴.
- ۳۱- کوشا، کیوان، ۱۳۸۰، اینترنت در خدمت توسعه فرهنگی؛ پژوهشی درباره اطلاعات فرهنگی اران در محیط وب، فصلنامه کتاب، دوره ۱۲، شماره ۲.
- ۳۲- گیدنز، آنتونی، تجلّد و تشخّص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، نشر نی، چاپ اول.
- ۳۳- گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۷، پیامدهای مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، نشر مرکز، چاپ اول.
- ۳۴- گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۸، راه سوم؛ بازسازی سوسیال دموکراسی، ترجمه منوچهر صبوری کاشانی، تهران، نشر شیرازه، چاپ اول.
- ۳۵- گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۳، جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران نشر نی، چاپ دوم.
- ۳۶- گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۷، پیامدهای مدرنیته، ترجمه منوچهر صبوری، تهران نشر مرکز، چاپ دوم.
- ۳۷- لنسکی، گرهاده، ۱۳۶۹، لنسکی، چین، سیر جوامع بشری، ترجمه ناصر موفقیان، سازمان انتشارات آموزش انقلاب اسلامی، چاپ اول.
- ۳۸- معتمد نژاد، کاظم، ۱۳۸۶، وسایل ارتباط جمعی، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
- ۳۹- مهدیزادگان، ایران، ۱۳۸۲، آیا اینترنت بر مهارت‌های اجتماعی و سلامت روانی افراد تأثیر می‌گذارد؟ فولاد، ماهنامه علمی، اجتماعی فرهنگی، شماره ۱۰۴.
- ۴۰- میرمحمدی، رضوان السادات، ۱۳۸۳، دوستان اینترنتی- دشمنان خانگی، پرسمان، شماره ۱۹ و ۲۰.
- ۴۱- محسنی، منوچهر، ۱۳۸۰، جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی، تهران، نشر دیدار.
- ۴۲- محسنی، منوچهر، ۱۳۷۲، مبانی جامعه‌شناسی علم، انتشارات طهوری، چاپ اول.
- ۴۳- محسنیان‌راد، مهدی، ۱۳۶۹، ارتباط شناسی، تهران، سروش.
- ۴۴- موحد حمیدی، حمید، ۱۳۸۱، الگوی استفاده از اینترنت توسط دانشجویان دانشکده‌های

- کشاورزی ایران، تهران، مجله علوم کشاورزی ایران، دوره ۲۳، شماره ۴.
- ۴۵- معیدفر، سعید، ۱۳۸۴، بررسی پدیده اعتیاد اینترنتی در بین نوجوانان و جوانان و پیامدهای آن، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.
- ۴۶- نوابخش، مهرداد، ۱۳۸۹، کاربرد نظریه‌های اجتماعی در روش‌شناسی تحقیق، انتشارات جهان کتاب.
- ۴۷- هان، هارلی، ۱۳۷۶، راهنمای جامعه اینترنت، ترجمه محمد رضا آیت‌الله زاده شیرازی، تهران، مرکز نشر علوم.
- ۴۸- هابرماس، یورگن، ۱۳۸۱، درآمدی بر آراء، اندیشه‌ها و نظریه‌های یورگن هابرماس، ترجمه حسینعلی نوزری، انتشارات نشر چشمه.
- ۴۹- هابرماس، یورگن، ۱۳۸۴، نظریه کنش ارتباطی (جلد ۱ و ۲)، ترجمه کمال پولادی، تهران، انتشارات موسسه ایران، چاپ اول.
- ۵۰- هولاب، رابرت، یورگن هابرماس، ۱۳۸۳، نقد در حوزه عمومی، تهران، نشر نی، چاپ سوم.
- ۵۱- وبستر، فرانک، ۱۳۸۳، نظریه‌های جامعه‌اطلاعاتی، ترجمه اسماعیل قدیمی، انتشارات قصیده سرا، چاپ دوم.
- ۵۲- وینر، نوربرت، ۱۳۷۲، استفاده انسانی از انسان‌ها؛ سایبرنتیک و جامعه، ترجمه مهرداد ارجمند، تهران، انتشارات آموزش انقلاب اسلامی (شرکت سهامی).
- 53- Biggs, Stephen (2000), *Global Village or Urban Jungle: Culture, Self-Constual, and the Internet*, Proceedings of the Media Ecology Association, Volume 1.
- 54- Bullen, Pat and Harré, Niki (2000) *The Internet: Its Effects on Fatuity and Behavior Implications for Adolescents*, Department of Psychology, University of Auckland, November.
- 55- Kiesler, Sara; Kraut, Robert; Cummings, Jonathon; Boneva, Bonka; Helgeson, Vicki; Crawford, Anne et al. (2002) *Internet Evolution and Social Impact. It & Society, Volume 1, Issue 1.* <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/>
- 56- Kim, Hung Kyu and Kim, Sang Chon (2004) *A Q Study of How Internet Usage Impacts on Interpersonal Relationships*, Sept. 23-25.