

تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت زنان در ایران (مطالعه‌ی موردی دانشجویان دختر دانشگاه تهران)

زهرا پیشگاهی‌فرد*، سلمان انصاری‌زاده**، افشین کرمی***، فریاد پرهیز****

چکیده: مباحث مربوط به زنان، هویت جنسیتی، شکل‌گیری و تغییرات آن از جمله حوزه‌هایی است که در سال‌های اخیر در محافل آکادمیک و سیاسی-اجتماعی گسترش بسیاری یافته است. این امر تا حدود بسیاری بازتاب دگرگونی در خود زندگی اجتماعی است که سبب شده در پرتوی تازه به تفاوت‌های از پیش برقرار شده بین هویت و شیوه‌های رفتار نوعی زن و مرد نگریسته شود. تحولاتی که در دهه‌های اخیر در زمینه‌ی ارتباطات و فضای سایبر روی داده، سبب دگرگونی نقش‌های اجتماعی و آگاهی زنان شده است. افزایش تحصیلات زنان و مشارکت آن‌ها در کارهای درآمدزا از سویی سبب کاهش مطلوبیت الگوی زن سنتی می‌شود و از سوی دیگر سبب دشواری در هماهنگ کردن نقش‌های سنتی و قدیمی با نقش‌های جدید می‌شود و می‌تواند به تعارض هویت زنان منتهی شود. در این مقاله سعی می‌کنیم تأثیرات فضای سایبر بر هویت زنان در ایران (مطالعه‌ی موردی دانشجویان دختر دانشگاه تهران) را مورد مطالعه قرار دهیم. از این رو به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال هستیم که تعامل در فضای سایبر تا چه حد بر هویت زنان در ایران تأثیرگذار بوده است؟ در این راستا استدلال اصلی مقاله‌ی حاضر این است که تعامل در فضای سایبر سبب دور شدن زنان ایرانی از هویت‌های سنتی خود شده است. لازم به ذکر است روش مورد استفاده در این پژوهش، توصیفی-تحلیلی با تکیه بر اطلاعات پیمایشی است.

واژگان کلیدی: هویت زنان، جهانی شدن، فضای سایبرنتیک، اینترنت.

مقدمه و طرح مسئله

جهان امروز جهانی است که جامعه‌ی انسانی را با دو جهان موازی نموده است: جهان اول؛ جهان واقعی و جهان دوم؛ جهان مجازی است. جهان اول؛ جهانی است که در آن زندگی و فعالیت اجتماعی عینی جریان دارد. جهان دوم؛ جهانی است که انسان‌ها را در مواجهه با واقعیت‌های مجازی قرار می‌دهد. در جهان مجازی، انسان با

zfard@ut.ac.ir
sansari@ut.ac.ir
afshin_karami62@yahoo.com
faryad1364@yahoo.com

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۸۸/۱۲/۰۹

* دانشیار دانشگاه تهران
** کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی دانشگاه تهران
*** کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی دانشگاه تهران
**** کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی دانشگاه تهران
تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۰۸/۱۷

سرزمینی بی‌مرز و چندفرهنگی و در عین حال برخوردار از فضای واحد مواجهه است (عاملی، ۱۳۸۲: ۱۴۴). فرایند تجدد و به‌ویژه جهانی شدن، این امکان را فراهم می‌سازد تا انسان‌ها از سلطه‌ی مرزهای مکانی رهایی یابند و در گستره‌ی بسیار پهناور فضا و زمان با یکدیگر رابطه برقرار کنند. اگرچه در جوامع سنتی هم روابط اجتماعی در چارچوب فضا و زمان شکل می‌گرفت و این روابط به‌واسطه‌ی وابستگی فضا و زمان به مکان، محدود و مکان‌مند بودند. در این شرایط مکان کاملاً در خدمت فرهنگ و هویت‌سازی سنتی قرار داشت در حالی که فرایند جهانی شدن با فضا‌مند ساختن زندگی اجتماعی این قابلیت و توانایی مکان را به شدت کاهش می‌دهد. مکان همواره به تثبیت کردن و متصل کردن گرایش دارد، اما فضا امور را سیال‌تر می‌کند (هایده‌گر^۱، ۱۹۷۱: ۱۶۵). مکان، فاصله و جدایی می‌اندازد در حالی که فضا، نزدیکی و اختلاط. هم‌چنین از آن‌جا که مرزپذیری و قابلیت تحدید فضا کمتر از مکان است، فضا منازعه‌پذیرتر از مکان است. در واقع به همین دلیل است که مکان قابل کنترل‌تر از فضا به شمار می‌آید (ناتر^۲، ۱۹۹۷: ۱۵۰). اما آن‌چه زمینه‌ی چنین تغییراتی را پدید آورده، دستاوردهای تکنولوژیک جدید و متأخر بشری است. از این رو برخی خبر از استیلا ی یک پارادایم تکنولوژیک جدید می‌دهند که بر محور تکنولوژی‌های اطلاعاتی سازمان‌یافته است (کاستلز^۳، ۱۳۸۰: ۵۹). انقلاب ارتباطاتی و اطلاعاتی هزاره‌ی سوم بسیار فراتر از صرفاً الکترونیکی کردن رابطه‌ی انسان‌هاست. تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی با فراهم آوردن امکان پیدایی جامعه‌ی شبکه‌ای^۴ نه‌تنها به افراد و جوامع در قالب‌هایی تازه هویت‌هایی تازه بخشیده، بلکه رفتار ما را نسبت به خود، دیگران و جهان تغییر داده است (اولسون^۵، ۱۳۷۷: ۵).

اینترنت به‌واسطه‌ی تعامل اجتماعی حاکم بر آن قادر به ایجاد شرایطی است که می‌تواند تا اندازه‌ای در سازمان‌دهی مسیر علایق افراد و شکل‌گیری هویت‌های جدید مؤثر باشد در حالی که در مجموع به نظر می‌رسد که بنیادهای اجتماعی هویت به‌گونه‌ای افراطی در فضای مجازی دگرگون شده باشند. هویت‌های جدیدی که به‌واسطه‌ی تعامل اینترنتی شکل می‌گیرند اصطلاحاً هویت‌های مجازی نامیده می‌شوند (دریفوس^۶، ۱۳۸۳: ۱۳). بنابراین یکی از مهم‌ترین مباحث، تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت زنان در ایران است در حالی که بیشتر تحقیقات انجام‌شده در این حوزه، بر متون رسانه‌های کلاسیک مانند رادیو، تلویزیون و مطبوعات متمرکز بوده

1. Heidegger

2. Natter

3. Castells

4. Network society

5. Olson

6. Dreyfus

تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر زندگی زنان در ایران (مطالعه‌ی موردی دانشجویان دختر دانشگاه تهران) ۱۹۱

است، حال آن‌که تغییرات نظام ارتباطی و ظهور رسانه‌های نوین هم‌چون اینترنت، خود به ایجاد منابع جدید هویت‌سازی و تغییرات اساسی در آن انجامیده است. به این دلیل در دوران معاصر، معمای هویت بیش از هر عصری آدمی را به خود مشغول کرده است (تاجیک، ۱۳۷۹: ۱۶۰).

مبانی نظری

مفهوم هویت: امروز یکی از موضوعات اساسی که بخشی از مباحث اندیشمندان در حوزه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی را به‌خود اختصاص داده، مقوله‌ی هویت است و در این میان مسئله‌ی هویت زن نیز از جایگاهی خاص برخوردار شده است. حساسیت مسئله‌ی هویت به این دلیل است که این مقوله به‌شدت تحت تأثیر تحولات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و تکنولوژیک پیرامون خود قرار دارد و در این میان، مسئله‌ی هویت زنان (تعریف، مفهوم و ابعاد هویت) نیز بیشترین سهم را در پذیرش این آثار دارا است به‌طوری که برخی عقیده دارند که در طول فرایند مدرن‌شدن هویت اجتماعی و شخصی به سمت گسستن از شالوده‌های ساختاری و تبدیل شدن به فرایندهایی انعکاسی^۷ می‌رود (چاوشیان و آزاد ارمکی، ۱۳۸۱: ۶۵). هویت، به معنی چه کسی بودن، پاسخی است به نیاز طبیعی انسان برای شناساندن خود به یک سلسله عناصر و پدیده‌های فرهنگی، تاریخی و جغرافیایی (مجتهدزاده، ۱۳۸۱: ۶۶). بیشتر صاحب‌نظران بر سر شناسایی منابع هویت اختلاف نظر دارند و پدیده‌های گوناگون را چون منابع و مصالح هویت به شمار می‌آورند. به هر حال، عوامل مؤثر در شناسایی هویت عبارتند از: مکان و فضا، زمان و فرهنگ.

مکان و فضا: مکان و فضا مهم‌ترین عواملی هستند که نیازهای هویتی انسان را تأمین می‌کنند. به بیان روشن‌تر؛ مرزپذیری و قابل‌تجدید بودن مکان و به تبع آن فضا، این امکان را برای آن‌ها فراهم می‌کند که انسان‌ها با احساس متمایز بودن، ثبات داشتن و تعلق به گروه، امنیت و آرامش لازم برای زندگی را کسب کنند. در واقع سه کار ویژه‌ی هویت‌آفرین مکان، بر خاصیت اصلی آن (مرزپذیری و ثابت بودن) استوار است. احساس متمایز بودن از دیگران چون جزء جدایی‌ناپذیر هویت، نیازمند وجود مرزهای پایدار و کم و بیش نفوذناپذیر است (گیبیرناو^۸، ۱۹۹۶: ۱۳۴). مکان نه‌تنها مرزپذیر و قابل‌تجدید است، بلکه ثابت نیز دارد بنابراین با تأمین نیاز به تداوم داشتن و پایدار بودن، از این لحاظ هم منبعی مهم در تأمین هویت به شمار می‌آید. بر خلاف فضا که دنیایی سیال و بی‌مرکز برای افراد فراهم می‌کند، مکان با ابعادی معین و عناصری ثابت، دنیایی پایدار پدید می‌آورد

7. Reflexive
8. Guibernau

(مورلی و روبینز^۹، ۱۹۹۶: ۱۲۱). سومین کار ویژه‌ی هویت‌سازِ مکان به تأمین انسجام و همبستگی اجتماعی معطوف است که احساس تعلق داشتن به جمع را ممکن می‌کند. در واقع، توانایی مکان در انجام این کار ویژه باز هم به ثابت و مرزپذیر بودن آن مربوط می‌شود. مکان و سرزمین، از آن‌جا که گستره‌ی روابط اجتماعی را محدود و بر تراکم آن روابط بی‌واسطه و چهره‌به‌چهره می‌افزایند، نوعی همبستگی و انسجام اجتماعی نیرومند پدید می‌آورند. با توجه به این ویژگی‌ها و توانایی مکان به آسانی می‌توان درک کرد که چرا در جوامع سنتی - پیش از پرشتاب‌تر و فراگیرتر شدن فرایند جهانی شدن - بحران هویت چندان محلی از اعراب نداشت. از آن‌جا که در چنین جوامعی زندگی اجتماعی اساساً مکان‌مند و سرزمین‌محور بود، فرایند هویت‌یابی و حفظ هویت خیلی دشوار نبود. برخلاف جوامع مدرن و متأثر از فرایند جهانی شدن، فضا در جوامع سنتی کاملاً تحت سلطه و وابسته به مکان بود. از این رو فضای سنتی با قلمرو مکانی انطباق داشت و با علائم و نشانه‌های مکان پر می‌شد. اعمال و کردارهایی هم که این فضا را پر می‌کردند همگی مکان‌مند بودند. این فضا، فضای محدود بود برای زندگی کردن در چارچوب آن، نه برای حرکت در گستره‌ی آن (لاش و یری^{۱۰}، ۱۹۹۴: ۵۵). فرایند جهانی شدن، به‌واسطه‌ی پیشرفت شگفت‌آور فناوری‌های ارتباطی، به روند گسست مکان و فضا شتاب می‌بخشد و رشته‌های پیوندزنده‌ی فضای اجتماعی و مکان و سرزمین معین را بیش از پیش پاره می‌کند. بدین ترتیب امر اجتماعی از دایره‌ی تنگ و محدود مکان رهایی می‌یابد و در فضایی بسیار فراخ گسترش پیدا می‌کند (توملینسون^{۱۱}، ۱۹۹۹: ۱۰۶). نقش سنتی مکان، محل و سرزمین در ساخت و نگهداری هویت از آن رو بسیار کم‌رنگ می‌شود که فرایند جهانی شدن زمینه‌ی فضا‌مند شدن زندگی اجتماعی را بیش از پیش فراهم می‌سازد (مورلی و روبینز^{۱۲}، ۱۹۹۶: ۱۲۱).

زمان: یکی دیگر از عوامل هویت‌ساز به شمار می‌آید. تقریباً اکثر نظریه‌پردازان این نکته را می‌پذیرند که زمان و فضا شروط لازم هویت‌یابی هستند و ساخت و نگهداری هویت بدون آن‌ها ممکن نیست. به عبارتی؛ چنان‌که استوارت هال بیان می‌کند اگر هویت را نوعی نظام بازنمایی بدانیم، زمان و فضا مختصات اصلی این نظام به شمار می‌آید. همه‌ی هویت‌ها در فضا و زمان نمادین قرار می‌گیرند و به قول ادوارد سعید «جغرافیاهای خیالی» خود را می‌طلبند (هال^{۱۳}، ۱۹۹۶: ۳۰۱). فرد هنگامی می‌تواند مدعی داشتن هویت باشد که از تداوم خود اطمینان حاصل کند. این تداوم چیزی نیست مگر احساس ثباتِ شخصیت در طول زمان. هویت بر تداوم استوار

⁹ Morley and Robins

¹⁰ Lash and Urry

¹¹ Tomlinson

¹² Morliy and Robins

¹³ Hall

تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر زندگی زنان در ایران (مطالعه‌ی موردی دانشجویان دختر دانشگاه تهران) ۱۹۳

است و تداوم هم در چارچوب زمان معنا می‌یابد حتی اگر تداوم به معنای منطقی آن باشد (جنکینز^{۱۴}، ۱۹۹۶: ۲۷). گرچه این تداوم زمانی هویت‌بخش واقعیت ندارد، ما آن را در قالب تاریخ می‌سازیم. انسان در زمان‌های مختلف هویت‌های متفاوتی کسب می‌کند، اما چون از دگرگونی و بی‌ثباتی گریزان است روایتی تسلی‌بخش از خویش می‌سازد تا در قالب آن هویتی واحد را احساس کند (هال، ۱۹۹۶: ۲۲۷).

تحت تأثیر فرایند جهانی شدن، زمان چنان فشرده می‌شود که دیگر نمی‌تواند در خدمت هویت‌هایی خاص قرار گیرد. این فشردگی و تحول پدیدارشناسانه، زمان را از مقوله‌ای خطی و کرونولوژیک به حال بی‌پایان تبدیل می‌کند. جهان در چارچوب یک فضای صاف و نامتمایز فشرده می‌شود و نوعی دنیای لحظه‌ای پدید می‌آید. پیوند میان یک گذشته‌ی مشترک و یک حال مشترک از بین می‌رود و نظم سنتی مبتنی بر مکان‌های انحصاری و تداوم‌های معنا‌بخش و هویت‌ساز نابود می‌شود. در چنین دنیایی نه فضا می‌تواند نیاز فرد به متمایز بودن و تداوم داشتن را تأمین کند و نه زمان می‌تواند از عهده‌ی این کار برآید (مورلی و رویینز، ۱۹۹۶: ۱۱۵).

فرهنگ: بی‌گمان فرهنگ را باید مهم‌ترین و غنی‌ترین منبع هویت دانست. افراد و گروه‌ها همواره با توسل به اجزاء و عناصر فرهنگی گوناگون هویت می‌یابند زیرا این اجزاء و عناصر، توانایی چشم‌گیری در تأمین نیاز انسان‌ها به متمایز بودن و ادغام شدن در جمع دارند. به بیان دیگر؛ فرهنگ، هم تفاوت‌آفرین است و هم انسجام‌بخش. هر شخص هنگامی که زندگی را به‌شیوه‌ای خاص سازمان می‌دهد، در واقع خود را در چارچوب دنیایی قرار می‌دهد که به‌واسطه‌ی مرزها و تفاوت‌های فرهنگی از دنیاهای دیگر جدا می‌شود (تاملینسون، ۱۹۹۶: ۱۸).

نفوذپذیری و فروریزی فزاینده‌ی مرزها فضای امن و خلوت فرهنگ‌ها را نیز از بین می‌برد و فرهنگ‌های مختلف به آسانی در فضای بسیار فراخ زندگی اجتماعی گسترش و جریان می‌یابند. همه‌ی حوزه‌های استحفاظی در هم می‌ریزند و هر فرهنگی به ناچار در فضایی قرار می‌گیرد که عرصه‌ی حضور و ابراز وجود فرهنگ‌های دیگر هم هست. بدین ترتیب فرایند جهانی شدن به‌واسطه‌ی سرزمین‌زدایی، پیوندهای فرهنگ با مکان را تضعیف می‌کند و نظام‌های معنایی را از لنگرگاه‌های محلی خود آزاد می‌سازد. در این دنیای بدون مرز، اجزاء و عناصر مختلف فرهنگی به‌صورتی گریزناپذیر با هم برخورد می‌کنند. آداب و سنن و الگوهای مختلف زندگی به‌واسطه‌ی فناوری‌های پیشرفته‌ی ارتباطی و حمل و نقل، اقصی نقاط جهان را درمی‌نوردند بنابراین ثبات و خلوص فرهنگی کم و بیش از بین می‌رود و نوسان، سیالیت و اختلاط جای‌گزین می‌شود. هنگامی که مرزها نمی‌توانند حریمی امن را برای

¹⁴. Jenkins

فرهنگی معین ایجاد و حفظ کنند و امکان جلوگیری از نفوذ و حضور فرهنگ‌های دیگر باقی نمی‌ماند و پرده از این واقعیت مهم برداشته می‌شود که همه‌ی فرهنگ‌ها محصولات اجتماعی هستند (بیر، ۱۹۹۴: ۲). با نسبی شدن فرهنگ‌ها تصور سنتی از فرهنگ به‌سان امر مطلق، پایدار و فراتاریخی بی‌اعتبار می‌شود و اختلالی جدی در کار ویژه‌ی هویت‌سازی آن پدید می‌آید. در چنین شرایطی که مطلق بودن فرهنگ زیر سؤال می‌رود، بی‌گمان دیگر نمی‌تواند مرجع‌های پایدار و ثابت برای هویت‌سازی سنتی تأمین کند. بدین ترتیب فرهنگ‌های خاص که در جوامع سنتی، پایه و چارچوبی استوار برای هویت‌سازی فراهم می‌ساختند تحت تأثیر فرایند جهانی شدن، بسیار سیال و ناپایدار می‌شدند و بی‌گمان هویت‌سازی سنتی بر پایه‌ی آن تقریباً ناممکن می‌شود.

روی‌کردهای مدرن و پست مدرن به مفهوم هویت

نظریه‌های هویت را می‌توان در دو رویکرد مدرن و پست‌مدرن جای داد. در رویکرد مدرن تعریف هویت به کمک عواملی از قبیل موجود طبیعی، روانی یا اجتماعی صورت می‌گیرد. این نظریه شامل دو مقوله کلی است؛ نظریه‌های جامعه‌شناسان که هویت را ساخته و پرداخته ظرف زمان و مکان می‌دانند. دیدگاه تعامل‌گراین نمادین و جامعه‌شناسانی چون گیدنز در این طیف جای دارد و دیگری نظریه‌های روان‌شناسان اجتماعی است که در آن‌ها فرآیندهای روانی شخص نقش ضروری در ساخت و پرداخت هویت اجتماعی او ایفا می‌کند. این دیدگاه عمدتاً با دیدگاه ساخت اجتماعی هم‌پوشی دارد. در مجموع می‌توان گفت بیشتر جامعه‌شناسان دوران مدرنیته به‌طور ضمنی با بحث در مورد هویت جمعی - به تقابل و رویارویی هویت‌های جمعی و خرد و کلان رای داده‌اند و در این میان همگی به نوعی گذر از هویت محلی به هویت‌های گسترده‌تر اشاره کرده‌اند (توسلی و قاسمی، ۱۳۸۳: ۲). اما در رویکرد پست‌مدرن این اعتقاد وجود دارد که شکل‌گیری تعریف هویت مستقل از دخالت هرگونه عامل از قبیل موجود طبیعی، روانی یا اجتماعی صورت می‌گیرد. این رویکرد که با نظریه گفتمانی شناخته می‌شود و عمدتاً متأثر از ادبیات، زبان‌شناسی و معناشناسی است (ساروخانی و رفعت‌جاه، ۱۳۸۳: ۷۴). در واقع پست‌مدرن‌ها با انکار هر گونه هویت ناب و کلان در صدد القاء هویت‌های متکثر محلی و خردند.

فضای سایبر

ونیر بنیان‌گذار علم سایبرنتیک^{۱۵} اظهار می‌دارد که این واژه را از واژه‌ی یونانی کوبرنتیس^{۱۶} به معنای سکان‌دار اقتباس کرده است. درباره‌ی معنا و مفهوم واژه‌ی سایبرنتیک در میان علما تفرقه بسیار است. کیزا

^{۱۵} Cybernetics

^{۱۶} kubernetes

تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر زندگی زنان در ایران (مطالعه‌ی موردی دانشجویان دختر دانشگاه تهران) ۱۹۵

فضای سایبرنتیک را محیطی برساخته از اطلاعات نامرئی تعریف می‌کند؛ اطلاعاتی که می‌تواند اشکالی متفاوت به خود بگیرد (کیزا^{۱۷}، ۱۹۹۸: ۱۳۱). اما فضای سایبرنتیک مفهومی وسیع‌تر از تعریف کیزا را در بر دارد و به نظر می‌رسد که علاوه بر دامنه‌های متداخل و در عین حال منفک ارتباطات دیجیتال و تکنولوژی‌های اطلاعات-اینترنت و پست الکترونیک، به اضافه‌ی تمام زیرمجموعه‌های آن‌ها شامل سرویس تابلو اعلانات^{۱۸}، اتاق‌های گپ‌زنی^{۱۹} و ... که به‌نوعی در تعریف مختصر کیزا قرار می‌گیرد، تکنولوژی‌های مرتبط از قبیل واقعیت مجازی، سیستم‌های تصویرسازی دیجیتال، تکنولوژی‌های بیومدیکال جدید، هوش مصنوعی و سیستم‌های محیط دیجیتال را باید افزود (بل و کندی^{۲۰}، ۲۰۰۰: ۱).

در نتیجه شاید بتوان تعریف سه‌جزئی زیر را به‌عنوان تعریف نسبتاً جامع و مانع فضای سایبرنتیک پذیرفت:

۱. فضایی روانی-خیالی که در آن افکار مجذوب توهمی رؤیاگونه می‌شود.
۲. دنیای مفهومی تعاملات شبکه‌ای شده بین افراد و آفریده‌های معنوی‌شان و هر چیز همراه با چنین شبکه‌ها و تعاملاتی.
۳. حالتی از اندیشه که توسط افراد در ارتباط و به‌وسیله‌ی بازنمایی‌های دیجیتال زبان و تجربه‌ی حسی به اشتراک گذاشته می‌شود. افرادی که به‌وسیله‌ی زمان و مکان از یکدیگر جدا، اما با شبکه‌هایی از ابزار فیزیکی دسترسی، به یکدیگر متصلند (ویتل^{۲۱}، ۱۹۹۷: ۹).

اینترنت: بی‌شک سخن گفتن در مورد تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و تغییرات ناشی از آن‌ها در زندگی روزمره نکته‌ای جدید نخواهد بود (منتظر قائم و تاتار، ۱۳۸۴: ۲۲۴). موضوعی که مردم از طریق آن بیش از پیش به‌خصوص از طریق اینترنت به یکدیگر متصل می‌شوند (تی کیم، ۲۰۰۲: ۵۱۸). اینترنت در ذات خود چیزی بیش از یک رسانه‌ی جمعی نیست؛ رسانه‌ای که با ایجاد یک چهارراه وسیع اطلاعاتی توانسته است افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و ... را به سهولت در سراسر جهان با یکدیگر مرتبط کند. شاید اولین خصوصیت بارز اینترنت، پتانسیل آن برای تعاملی بودن باشد. «تعاملی بودن به میزان کنترل شرکت‌کنندگان بر فرایند ارتباطی و توانایی تغییر نقش‌های آن‌ها در یک گفت‌وگوی دوطرفه اشاره دارد» (کایسیز^{۲۲}، ۲۰۰۲: ۳۵۹). ممکن است این تصور وجود

17

18 Kizza

19 Bulletin Boards Services

20 Chat Room

21 Bell & Kennedy

22 Whittle

. Kiouisis

داشته باشد که تفاوت اینترنت با سایر رسانه‌های جمعی صرفاً از نظر ابعاد و گستردگی دامنه‌ی آن به لحاظ توزیع اطلاعات و دسترسی است، اما اینترنت از ویژگی‌هایی برخوردار است که آن را از سایر رسانه‌های جمعی متمایز می‌سازد. اینترنت تا حد قابل ملاحظه‌ای بر مشارکت اختیاری و آزادانه‌ی افراد عادی در تولید و توزیع اطلاعات اتکا دارد، بدین معنی که هر کاربر اینترنتی به‌طور بالقوه قادر به ایجاد پیام و ارسال آن برای شمار فراوانی از افراد دیگر است در حالی که در رسانه‌های جمعی دیگر هم‌چون روزنامه، تلویزیون، رادیو و ... تنها یک گروه مشخص از افراد در تعیین و گزینش اطلاعات ایفای نقش می‌کند. از این دید، اینترنت بیش از هر رسانه‌ی دیگری یک رسانه‌ی جمعی به شمار می‌رود زیرا هر کاربر نه فقط دریافت‌کننده‌ی اطلاعات است، بلکه خود می‌تواند منبع اطلاعات نیز باشد (دریفوس، ۱۳۸۳: ۲۸). ویژگی دیگر اینترنت این است که فضای آن اساساً فضایی گفتمانی متشکل از گفتمان‌های مختلف است. شبکه‌های اینترنتی که فضای سایر را تشکیل می‌دهند میلیون‌ها متن را به هم ربط می‌دهند که در حقیقت گفتمانی جهانی را شکل می‌دهند. در حقیقت، قدرت واقعی اینترنت و ویژگی‌هایی که آن را از دیگر رسانه‌های سنتی متمایز می‌کند، پتانسیل آن برای تعاملی بودن است (استوارت^{۲۳}، ۲۰۰۲: ۳۰۸).

هویت زنان در فضای سایبر

در اثر دگرگونی‌هایی که در سطح جهان و ملی رخ داده، نقش زنان در نهاد خانواده و نهادهای شغلی، تغییراتی قابل توجه داشته است و در اثر پیدایش ارزش‌ها و نگرش‌های جدید در میان زنان مقاومتی از جانب آن‌ها - چه در عرصه‌ی خانواده و چه در عرصه‌های مختلف اجتماعی - به‌صورت مبارزات فرهنگی شکل گرفته که اگرچه هسته‌ی اصلی آن حاصل جایگاه و هویت‌های اجتماعی جدید زنان است، اما تثبیت این هویت‌ها را از طریق شناسایی و تأیید دیگران هدف خود قرار داده است زیرا دیگر زیست‌جهان زنان ایرانی، زیست‌جهان سنتی نیست و نابرابری‌های قانونی و عرفی میان زن و مرد طبیعی و جاودانه تصور نمی‌شود. در این میان، افزایش تحصیلات و اشتغال زنان از سویی سبب کاهش مطلوبیت الگوی زن سنتی و از سویی دیگر سبب دشواری در هماهنگ کردن نقش‌های سنتی با نقش‌های جدید و به بحران هویتی زنان منتهی می‌شود که در این میان هویت زنان بازتعریف می‌شود (ساروخانی و رفعت‌جاه، ۱۳۸۳: ۱۳۳). زنان ایرانی رفته‌رفته در سطوح وسیع به تأمل و بازاندیشی درباره‌ی موقعیت‌ها و هویت‌های اجتماعی سنتی خود پرداخته‌اند و قدم به مرحله‌ی بلوغ اجتماعی می‌گذارند. چنین آگاهی و بلوغ و مشارکتی، هم برای خود آن‌ها و هم برای جامعه، می‌تواند ثمراتی ارزش‌مند داشته باشد.

تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر زندگی زنان در ایران (مطالعه‌ی موردی دانشجویان دختر دانشگاه تهران) ۱۹۷

از این رو با توجه به گسترش تکنولوژی‌های نو در میان جامعه‌ی ما، فضای سایبر محیطی را در اختیار همگان قرار داده است که به راحتی می‌توان از آن اطلاعات استخراج کرد، برای دیگران اطلاعات فرستاد، تصاویر و فیلم مشاهده کرد و در فضایی به تعامل پرداخت که مکان به هیچ وجه توانایی محدود کردن آن را ندارد. در سال‌های اخیر ما شاهد رشد چشم‌گیر استفاده از اینترنت در کشورمان هستیم. این ارتباطات و تعاملات در فضای اینترنت، بر جامعه‌ی ایرانی و از جمله زنان تأثیر داشته است. مهم‌ترین تأثیر آن؛ توسعه‌ی زندگی دیجیتال در ایران، تغییر نظام شکل‌گیری هویت فردی و جمعی کاربران هم‌چون هویت‌یابی جنسی با منابع هویت‌ساز در دنیای واقعی بوده است.

حال بینیم فضای سایبر می‌تواند واجد چه کارکردهایی برای زنان باشد:

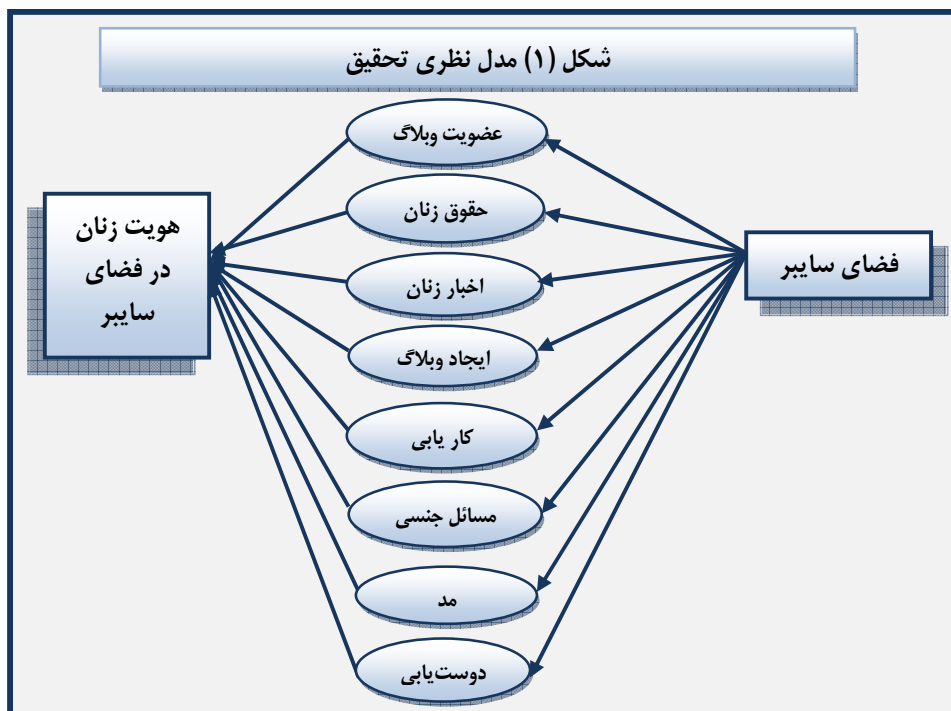
۱. ارتباطات: ارتباطات، هدف اولیه‌ی مشارکت‌کنندگان در فضای سایبر است و خواهد ماند.
۲. تحصیل: نه تنها تحصیلات رسمی با فضای سایبرنتیک دچار دگرگونی می‌شود، بلکه بسیار فراتر می‌رود.
۳. تفریح و سرگرمی: فضای سایبرنتیک، تفریح بدیع و هیجان‌انگیز است. چه به صورت مستقیم و با ابزار بر خط^{۲۴}، تفریح و سرگرمی و چه به وسیله‌ی بازی‌های کامپیوتری و البته تفریح ساده و معمولی وب‌گردی به همراه سرک کشیدن در گپ‌های مورد علاقه.
۴. تسهیل امور: فضای سایبر با امکان ارتباط از راه دور، خرید سایبرنتیک، پژوهش، نامه‌نگاری، انجام معاملات، پیدا کردن شغل و ... زندگی ما را ساده و آسوده می‌کند (ویتل، ۱۹۹۷: ۴-۳۵). چارچوب نظری این تحقیق برگرفته از آرای ریچارد جنکینز و آنتونی گیدنز است. این دو متفکر با نظریه‌پردازی در مورد هویت شخصی و اجتماعی تلاش کرده‌اند تا در تحلیل هویت، بر شکاف میان فرد، جامعه، کنش و ساختار پل بزنند و فرآیندهای هویت‌یابی و هویت‌سازی در دوران مدرن را با در نظر گرفتن تأثیرات دوسویه افراد و ساختارهای اجتماعی تبیین کنند. بر طبق این رویکرد نظری، هویت اجتماعی مبتنی بر خویش‌تنی^{۲۵}، متغیر و واجد درجه‌ای از تأملی بودن است. «خود» یک هویت اجتماعی اولیه و بنیادی و الگویی برای فهم همه هویت‌های بعدی است و «جنسیت» در نحوه شکل‌گیری «خود» نقش تعیین‌کننده دارد. زیرا به تجربه فرد سامان می‌بخشد و آن را در خویشتن ادغام می‌کند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۱۰۳). آنتونی گیدنز نیز بر این باور است که هویت انسان در کنش متقابل با

24. online
25. Selfhood

۱۹۸ زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، دوره‌ی ۸، شماره‌ی ۲، تابستان ۱۳۸۹

دیگران ایجاد می‌گردد و در جریان زندگی پیوسته تغییر می‌کند. هیچ کس دارای هویت ثابتی نیست. هویت، سیال و همواره در حال ایجاد شدن و عوض شدن است (گیدنز، ۱۳۸۷: ۱۵).

در حوزه تأثیرات فضای سایبر بر هویت نیز از نظریه فضای عمومی استفاده شده است. بر اساس این نظریه که در اواخر قرن ۱۹ در انگلستان شکل گرفت و به گسترش فضای همگانی تأکید داشت، نوعی خودمختاری اجتماعی مستقل از دولت پدیدار شد. از نظر هابرماس^{۲۶}، رسانه‌ها مهم‌ترین نقش را در فضای عمومی بر عهده دارند و در این میان اینترنت رسانه‌ای جهانی است که همه دانش‌ها و ایده‌ها در آن به اشتراک گذاشته می‌شود. همه می‌توانند آزادانه در آن به ابراز عقیده بپردازند و هیچ کس بر دیگری برتری ندارد (فرهمند، ۱۳۸۷: ۱۴۰). بدین منظور مدل مفهومی تحقیق را بدین صورت می‌توان ارائه کرد.



تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر زندگی زنان در ایران (مطالعه‌ی موردی دانشجویان دختر دانشگاه تهران) ۱۹۹

روش تحقیق

نوع پژوهش:

گردآوری و تحلیل اطلاعات مورد نیاز برای پژوهش در بخش نظری با استفاده از «روش اسنادی» و بخش میدانی نیز با «روش پیمایشی» صورت گرفته است. در روش میدانی، برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز - که در این تحقیق اظهار نظر دانشجویان دختر دانشگاه تهران در مورد تأثیر فضای سایبر بر هویت زنان بوده است - از تکنیک «پرسش‌نامه» استفاده شده است. پیش از آغاز کار پیمایش، پرسش‌نامه‌ی ابتدایی مورد آزمون اولیه قرار گرفت و با استفاده از نتایج به‌دست‌آمده، نقایص موجود برطرف و پرسش‌نامه‌ی نهایی تنظیم شد.

جامعه‌ی آماری: جامعه‌ی آماری این مطالعه کلیه‌ی دانشجویان دختر دانشگاه تهران هستند چرا که در جامعه‌ی ما بیشتر قشر نخبه و تحصیل‌کرده امکان دسترسی به اینترنت را دارند و به تبع آن، میزان استفاده‌ی دانشجویان از اینترنت و تعامل در فضای سایبر از سایر طبقات اجتماعی جامعه نیز بیشتر خواهد بود. بنابراین در پژوهش حاضر افراد مورد نظر در گروه سنی ۱۹ تا ۲۹ سال قرار دارند.

از آن‌جا که به‌طور طبیعی امکان مطالعه دیدگاه‌های تمامی دانشجویان دختر دانشگاه تهران وجود نداشت از شیوه‌ی «نمونه‌گیری» برای تبیین نظریات افراد مورد مطالعه استفاده کردیم و بر اساس آن تعدادی از افراد که معرف جامعه‌ی آماری تشخیص داده شدند به‌عنوان نمونه انتخاب و مطالعه کردیم. روش نمونه‌گیری نیز از نوع «نمونه‌گیری تصادفی ساده» بوده است. برای انتخاب نمونه‌ی مورد نظر، دانشگاه تهران را با توجه به دانشکده‌ها و تعداد دانشجویان دختر آن طبقه‌بندی و تعداد پرسش‌نامه‌ی مناسب بین آن‌ها توزیع کردیم. پس از گردآوری داده‌ها، با استفاده از نرم‌افزار SPSS تحلیل داده‌ها را انجام دادیم.

اعتبار و روایی: از آنجایی که پرسش‌نامه مورد استفاده در این تحقیق توسط اساتید و داوران مورد تأیید قرار گرفته است لذا ابزار اندازه‌گیری دارای اعتبار صوری است. تحلیل اعتبار ابزار سنجش، (معرف‌ها، طیف‌ها)، با استفاده از تجربه علمی و وابسته به قضاوت محقق است؛ این نوع قضاوت تا حدی قضاوت معنایی است و معمولاً در پرسش‌نامه‌هایی که از سوی دانشجویان تهیه می‌شود و اساتید آن را تأیید می‌کنند انجام می‌گیرد. در این صورت می‌توان گفت که ابزار سنجش دارای اعتبار صوری می‌باشد.

پایایی: به معنای آن است که آیا روش انتخاب شده، موضوع مورد نظر را به‌طور دقیق می‌سنجد یا خیر؟ در واقع روش سنجش تا چه حد پایایی (قابلیت تکرار) دارد و اگر با همان واحد تحلیل مکرر به کار رود نتایج یکسانی

۲۰۰ زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، دوره‌ی ۸، شماره‌ی ۲، تابستان ۱۳۸۹

به‌دست می‌آید یا خیر؟ به عبارت دیگر پایایی به میزان ثبات و انسجام درونی اجزای یک مفهوم و این‌که در صورت تکرار آزمون یک ابزار، در شرایط مشابه به چه میزان نتایج حاصله مشابهند، نیز اطلاق می‌شود.

جدول (۱): مقدار آلفای کرونباخ برای متغیرهای تحقیق

متغیرها	آلفا
دسترسی به اینترنت	۰/۸۷
میزان استفاده از اینترنت	۰/۷۷

جدول (۱) نشان می‌دهد که پایایی متغیرهای تحقیق در سطح بالایی مورد تأیید قرار می‌گیرد. از آن‌جایی‌که سایر متغیرهای تحقیق به‌صورت تک‌گویه‌ای در پرسش‌نامه آمده است، لذا محاسبه آلفای کرونباخ برای این متغیرها منتفی است.

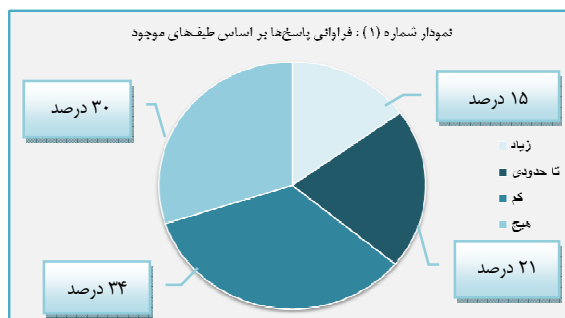
فرضیه‌ی اصلی: در راستای سؤال تحقیق این فرضیه مطرح می‌شود که: تعامل در فضای سایبر سبب دور شدن زنان ایرانی از هویت‌های سنتی خود شده است. بدین منظور برای سنجش دقیق‌تر آن فرضیه‌های فرعی پژوهش به‌صورت زیر است.

فرضیه‌های فرعی: به نظر می‌رسد بین میزان دسترسی به اینترنت و هر یک از شاخص‌های هویتی زنان (دوست‌یابی، حقوق زنان، اخبار زنان، عضویت در سایت‌ها، مد، ایجاد وبلاگ، مسائل جنسی، کاریابی) رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد.

یافته‌های تحقیق

اینترنت و جهان مجازی، هم‌چون جهان واقعی، هم‌زمان دارای پیامدهای مثبت و منفی هویتی برای زنان است. زنان در این فضای سایبر می‌توانند در شکل‌دهی به جامعه‌ی اطلاعاتی نقشی مؤثرتر داشته باشند (راوودراد، ۱۳۸۴: ۹۰-۷۴). در این پژوهش برای سنجش تأثیر فضای سایبر بر هویت زنان در ایران از پرسش-نامه استفاده و بیشتر سؤال‌های پرسش‌نامه به‌صورت مقیاس‌هایی چندگویه مطرح شده است که علاوه بر بالا بردن میزان پاسخ‌گویی، هم امکان شناخت مقاصد ذهنی را می‌دهد و هم امکان سنجش متغیرها. برای سنجش تأثیر فضای سایبر بر هویت زنان، پاسخ‌ها را به چهار طیف تقسیم کرده‌ایم: هیچ، کم، تاحدودی و زیاد، که نمودار شماره (۱) فراوانی هر کدام از پاسخ‌ها را بر اساس طیف‌های مختلف نشان می‌دهد.

تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر زندگی زنان در ایران (مطالعه‌ی موردی دانشجویان دختر دانشگاه تهران) ۲۰۱

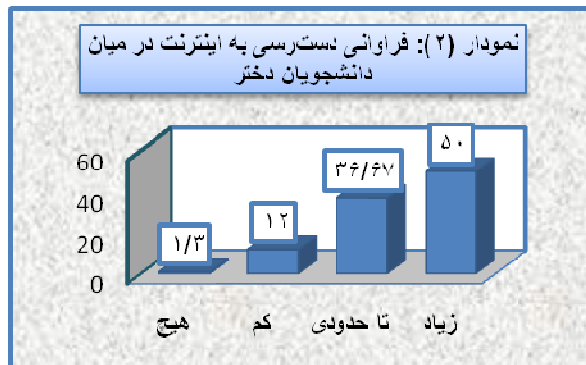


جدول شماره (۲) میانگین رتبه‌ای هر یک از متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد. همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌شود میزان دسترسی دانشجویان دختر به اینترنت در یک مقیاس ۴ نمره‌ای به میزان ۳/۶۳ یعنی در حد متوسط به بالا می‌باشد؛ با این وجود میزان استفاده از اینترنت با میانگین رتبه‌ای ۲/۸ و متوسط است. از دیگر نتایج تحقیق این که میانگین رتبه‌ای ایجاد وبلاگ توسط دانشجویان دختر ۲/۴ می‌باشد که قابل توجه است. میانگین رتبه‌ای سایر متغیرهای تحقیق از این میزان هم کمتر می‌باشد؛ استفاده از اینترنت راجع به مد (۱/۹۶)، عضویت سایت‌های زنان (۱/۹۵)، حقوق زنان (۱/۸۷)، اخبار زنان (۱/۷۵) و دوست‌یابی (۱/۴۴)، کاریابی (۱/۳) و مسائل جنسی (۱/۲۳). که در اینجا رتبه‌ی هر یک از متغیرها نشان داده شده است.

جدول (۲): میانگین رتبه‌ای هر یک از متغیرهای تحقیق

میانگین	انحراف معیار	گویه	میانگین	انحراف معیار	گویه
۳/۶۳	۰/۵۳	حقوق زنان	۱/۸۷	۰/۸۹	دسترسی به اینترنت
۲/۸	۰/۶۴	اخبار زنان	۱/۷۵	۰/۹۳	میزان استفاده از اینترنت
۲/۴	۱	دوست‌یابی	۱/۴۴	۰/۷۶	ایجاد وبلاگ
۱/۹۶	۰/۷۴	کار یابی	۱/۳	۰/۷	مد
۱/۹۵	۰/۲۲	مسائل جنسی	۱/۲۳	۰/۵	عضویت سایت‌های زنان

(۱) میزان دسترسی: همان‌گونه که در جدول (۲) مشاهده می‌کنیم میانگین میزان دسترسی دانشجویان دختر به اینترنت ۳/۶۳ بوده است که نشان از دسترسی بالای آن‌ها به اینترنت است. نمودار (۲) میزان دسترسی دختران دانشجو به اینترنت را نشان می‌دهد.



(۲) وقت صرف شده برای اینترنت: میانگین وقت صرف شده‌ی دانشجویان در اینترنت، با توجه به

امکان دسترسی بالای آن‌ها، نسبتاً کم است.

(۳) نوع استفاده: با توجه به داده‌های استخراج شده از پرسش‌نامه، بیشترین استفاده‌ی دانشجویان از

سایت‌های اینترنتی به ترتیب عبارت است از: سایت‌های علمی، سایت‌های خارجی، سایت‌های ایرانی، سایت‌های مرتبط با مسائل شرعی و اسلامی و در آخر؛ کمترین درصد (چهار درصد) مربوط به بازدید از سایت‌های غیراخلاقی بوده است.

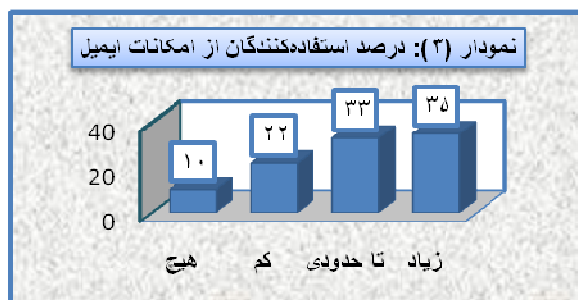
(۴) تأثیرپذیری از اینترنت: اطلاعات به دست آمده نشان می‌دهد که بیشتر پرسش‌شوندگان معتقدند که

فضای سایبر در گسترش فرهنگ غربی تا حدود زیادی موفق بوده است. در حالی که این گروه معتقدند که فرهنگ اسلامی نسبت به فرهنگ غربی از طریق اینترنت گسترش و نفوذ کمتری داشته است. درصدی قابل توجه از آن‌ها بر این باورند که فضای سایبر موجب رشد این احساس شده است که کشورشان نسبت به کشورهای غربی از لحاظ تکنولوژیکی در سطحی پایین قرار دارد.

(۵) استفاده از امکانات اینترنتی: در میان امکانات اینترنتی، ایمیل بیشترین استفاده را در میان دانشجویان دختر

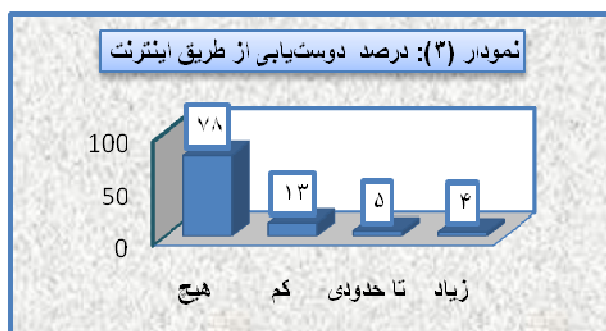
به خود اختصاص داده است. در مرتبه‌ی بعدی، علاقه برای ایجاد یک وبلاگ شخصی، گفتگو در فضای چت‌روم و در آخر، جست‌وجو برای یافتن شغل بوده که نمودار شماره (۳) درصد مربوط به استفاده از ایمیل نشان داده شده است.

تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر زندگی زنان در ایران (مطالعه‌ی موردی دانشجویان دختر دانشگاه تهران) ۲۰۳



۶) استفاده از سایت‌های مربوط به مد: درصد مراجعه به سایت‌های مربوط به مد در میان پرسش‌شوندگان پایین و هم‌چنین میزان الگوپذیری از این سایت‌ها نیز بسیار کم بوده است.

۷) دوست‌یابی: همان‌طور که در نمودار شماره (۴) مشاهده می‌کنید، در زمینه‌ی دوست‌یابی نزدیک به ۸۰ درصد از دانشجویان تمایلی به پیدا کردن دوست از طریق اینترنت نداشته‌اند و در این میان نزدیک به ۲۰ درصد بقیه که مایل به دوست‌یابی در اینترنت بوده‌اند تمایلی به ارتباط بیرون از شبکه با دوستان خود نداشته‌اند.



۸) خرید و موسیقی: میزان تأثیرپذیری از تبلیغات اینترنتی در خرید لباس، پوشاک و سایر وسایل مورد نیاز در میان پرسش‌شوندگان بسیار پایین بوده است به‌طوری‌که ۶۱ درصد از آن‌ها بیان کرده‌اند که تا کنون در خرید وسایل مورد نیاز خود تحت تأثیر تبلیغات اینترنتی قرار نگرفته‌اند. هم‌چنین در این بین میزان استفاده‌ی آن‌ها از اینترنت برای دریافت موسیقی‌های مورد نظر خود پایین بوده است.

۹) پی‌گیری اخبار مربوط به زنان: بر اساس یافته‌های پرسش‌نامه، بیش از ۸۰ درصد از دانشجویان گفته‌اند که اخبار مربوط به زنان را بیشتر از طریق تلویزیون و روزنامه پی‌گیری می‌کنند تا اینترنت. از سوی دیگر، بیش از ۶۰ درصد آن‌ها معتقدند که اینترنت تأثیر چندانی در افزایش آگاهی آن‌ها از حقوق زنان نداشته است.

۲۰۴ زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، دوره‌ی ۸، شماره‌ی ۲، تابستان ۱۳۸۹

۱۰) عضویت در سایت‌های مرتبط با زنان: یکی از سؤالات اساسی که از دانشجویان پرسیدیم در مورد عضویت آن‌ها در سایت‌های مربوط به زنان است که نتیجه‌ای جالب توجه داشته است. همان‌طور که در نمودار شماره (۵) مشاهده می‌شود، در میان پاسخ‌دهندگان تنها ۵ درصد از آن‌ها عضو سایت‌های مرتبط با زنان هستند.



جدول (۳): نوع استفاده از اینترنت

انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
۰/۸۵	۲/۸	بازدید از سایت‌های علمی
۰/۸۵	۲/۷	بازدید از سایت‌های خارجی
۰/۸۷	۲/۵	بازدید از سایت‌های ایرانی
۰/۹۸	۲/۳	یادگیری زبان انگلیسی
۰/۷	۱/۴۳	پیگیری مسائل شرعی و اسلامی
۰/۵	۱/۲	پیگیری مسائل جنسی

جدول (۳) نشان می‌دهد که در یک طیف ۴ نمره‌ای بازدید از سایت‌های علمی با میانگین رتبه‌ای ۲/۸ بیشتر مورد توجه دانشجویان دختر در اینترنت بوده است و پیگیری مسائل شرعی با میانگین رتبه‌ای (۱/۴۳) و بازدید از سایت‌های غیر اخلاقی با میانگین رتبه‌ای (۱/۲) در حد هیچ یا بسیار کم مورد بازدید دانشجویان دختر بوده است.

جدول (۴): ضریب همبستگی پیرسون جهت رابطه میزان استفاده از اینترنت با متغیرهای تحقیق

متغیرها	ضریب	تعداد پاسخگویان
همبستگی پیرسون	۰/۴۳**	۳۵۰
سطح معنی‌داری	۰/۰۰۴	۳۵۰
تعداد پاسخگویان	۳۵۰	۳۵۰

$p < ۰/۰۰۱$ **، $p < ۰/۰۵$ *

تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر زندگی زنان در ایران (مطالعه‌ی موردی دانشجویان دختر دانشگاه تهران) ۲۰۵

جدول شماره (۴) ضریب همبستگی پیرسون را برای میزان استفاده از اینترنت با هر یک از متغیرهای تحقیق نشان می‌دهد. همچنان که نتایج جدول نشان می‌دهد، بین میزان استفاده از اینترنت با پیگیری حقوق زنان از طریق اینترنت و ایجاد وبلاگ به ترتیب همبستگی متوسط و قوی وجود دارد که این همبستگی در جهت مستقیم و در سطح ۱ درصد معنی‌دار است. همچنین بین میزان استفاده از اینترنت و عضویت در سایت‌ها و کاربایی از طریق اینترنت رابطه معنی‌داری در سطح ۵ درصد وجود دارد؛ بطوریکه به هر چه استفاده از اینترنت بیشتر می‌شود عضویت در سایت‌ها و پیگیری کار و شغل از طریق اینترنت نیز بالاتر می‌رود. در ادامه بین میزان استفاده از اینترنت و سایر متغیرها رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

تحلیل فرضیه‌ی تحقیق

تأثیر فضای سایبر بر هویت زنان در ایران، پژوهشی در حوزه‌ی ارتباطات و با تمرکز بر تأثیر رسانه محسوب می‌شود. وسایل ارتباطی بی‌تردید به طرق مختلف اثراتی بر جامعه می‌گذارند به‌ویژه رسانه‌های نوین مبتنی بر تکنولوژی‌های کامپیوتری (ویندال، سیگنایترز، اولسون، ۱۳۷۶: ۳۱)، اما چنان‌که اشاره شد، هویت‌ها داده‌هایی از پیش موجود نیستند که به‌خصوص در مطالعه رسانه‌ها به آنها اشاره شده است، بلکه لازم است تمرکز را بر نقش تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در صورت‌های گوناگون شکل‌گیری هویت گذاشت. در حقیقت استیلای سیاسی، فرهنگی و اقتصادی بر فضای سایبرنتیک به مفهوم دخالت منظم طبقه‌ی حاکم بر توده‌ها، نظم‌دهی مجدد ارزش‌ها، رفتارها و هویت ملت‌ها است.

جامعه‌ی اطلاعاتی در کشورهای جهان سوم، تحت تأثیر فرهنگ غرب، تبعیض خاصی را در تبادل عناصر فرهنگی اعمال کرده است که با تغذیه‌ی جوامع و تأثیر بر ذهنیت‌ها، نوعی جدید از مناسبات اجتماعی را طراحی می‌کند. در این میان، ارتباطات میان‌کنشی بین افراد شخصی‌تر شده است و انسان‌ها بیش‌از پیش منزوی و کم‌نشاط می‌شوند. این مناسبات زمینه را برای مصرف‌زدگی، رکود ذهنی و انفعال آماده می‌کند (تامپسون^{۲۷}، ۱۹۹۹: ۱۲۴). در این پژوهش از عبارت تأثیر فضای سایبر بر هویت زنان در ایران استفاده کرده و بدین منظور سؤال و فرضیه‌ی تحقیق را در راستای عنوان مقاله برگزیده‌ایم. در ابتدا، فرضیه‌ی تحقیق بدین صورت مطرح شده بود که تعامل در فضای سایبر باعث دور شدن زنان ایرانی از هویت‌های سنتی خود شده است. نتایج آماری جداول فوق نشان می‌دهد که میان متغیر مستقل (فضای

27. Thompson

سایبر) و متغیر وابسته تحقیق (هویت زنان ایرانی) در برخی متغیرها رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد و در برخی متغیرها نیز رابطه به صورت منفی است. به طور مثال همان طور که در جداول بالا نشان داده شده فرضیه تحقیق در مورد میزان استفاده از اینترنت در بین زنان و پیگیری حقوق زنان و ایجاد وبلاگ رابطه قوی و مستقیمی وجود دارد. از این رو می‌شود استدلال کرد که زنان که در جوامع سنتی کمتر از حقوق خود آشنا بودن امروزه با عضویت در سایت‌های مختلف مربوط به زنان و یا ایجاد وبلاگ‌های برای ابراز عقاید خود هویت‌های جدیدی به دست آورده‌اند. متغیر عضویت زنان در اینترنت و کارایی زنان از طریق اینترنت نیز از متغیرهای تأثیرگذار در هویت زنان در فضای سایبر بوده است. برخی از متغیرها نیز با یکدیگر رابطه معناداری ندارند. بدین معنا که در برخی متغیرها هم‌چون اخبار زنان، مد، دوست‌یابی از طریق اینترنت و پیگیری مسائل جنسی از طریق اینترنت نتوانسته در هویت سنتی زنان تغییری ایجاد کند.

نتیجه‌گیری

اینترنت به واسطه‌ی ویژگی‌ها و امکاناتی که در خود جای داده است، به رسانه‌ای بی‌بدیل برای تولید و انتشار اطلاعات تبدیل شده است. در جامعه‌ی امروزی عواملی چون صنعتی شدن، توسعه‌ی تکنولوژی، گسترش اقتصاد، سرمایه‌گذاری و توسعه‌ی ارتباطات و فرآورده‌های فرهنگی آن نه تنها زندگی مادی و اقتصادی مردم، بلکه چارچوب‌های نمادین آن‌ها را نیز دگرگون می‌کنند و دانش‌ها، مهارت‌ها، باورها، ارزش‌ها، سنت‌ها، قواعد و رسوم اخلاقی و مذهبی پیوسته مورد سؤال و تردید قرار می‌گیرند. در چنین شرایطی افراد به هویت نیاز دارند؛ از طریق هویت می‌توان از پیچیدگی و سرعت تغییرات اجتماعی کاست و به انسان‌ها توانایی بخشید که نظم نسبی در زندگی خود و دنیای اطراف‌شان ایجاد کنند. با گذر جوامع از حالت صنعتی به فراصنعتی و عصر جدید، بحث مربوط به زنان هر روز اهمیت بیشتری می‌یابد و بحث و مطالعه در مورد هویت آن‌ها توسط اندیشمندان شدت یافته است. در کشور ما هم که در حال گذار از یک مرحله‌ی نیمه‌صنعتی به مرحله‌ی صنعتی است، این مباحث احساس شده و همین احساس بسیاری را بر این داشته است که زنان را موضوع تحقیقات خود قرار دهند و بر این موضوع تمرکز کنند. در سال‌های اخیر شاهد رشد چشم‌گیر استفاده از اینترنت در میان زنان بوده‌ایم. این تکنولوژی پیشرفته توانسته است با حذف اثر مکان و فاصله‌ی جغرافیایی از چارچوب ارتباطات اجتماعی، انسان‌ها را به هم نزدیک و تعامل در یک فضای مجازی را برای آن‌ها میسر کند. در اثر این تغییرات

تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر زندگی زنان در ایران (مطالعه‌ی موردی دانشجویان دختر دانشگاه تهران) ۲۰۷

انسان‌ها ممکن است از هویت خود جدا شده، به هویت‌های دیگر پناه ببرند یا به قول گیدنز: «انسان‌ها ممکن است در اثر جهانی‌شدن دچار پدیده‌ی چندهویتی شوند». اینترنت در واقع باعث به وجود آمدن فضای عمومی جدیدی شده که زنان مانند اقشار دیگر جامعه امکان بحث در مورد مسائل مختلف را با افراد گوناگون می‌یابند. این فضا نوعی دموکراسی به همراه خود دارد که در آن هر کس تنها یک صدا دارد و امکان بحث با هر کسی و هر طرز تفکری وجود دارد. در این پژوهش ما به دنبال مشخص کردن اثر تعامل و ارتباط در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت زنان در ایران بودیم. از آنجا که قشر زنان نخبه کشور به خصوص دانشجویان بیشتر در معرض این پدیده قرار دارند، تمرکز خود را بر روی دانشجویان دختر دانشگاه تهران قرار دادیم. مباحث نظری نیز بر روی هویت زنان در فضای سایبر از طریق مطالعه حقوق زنان و پیگیری اخبار زنان از طریق اینترنت، استفاده از الگوهای مد از طریق فضای سایبر، عضویت زنان در سایت‌های مربوط به زنان، کاربایی و ایجاد شغل از طریق اینترنت، ایجاد وبلاگ در فضای مجازی و ابراز عقاید خود، دوست‌یابی اینترنتی و مسائل جنسی مورد بحث و تحقیق قرار گرفت. در این میان از نظرات جامعه‌شناسان مدرن به خصوص گیدنز و جنکینز استفاده شد؛ این دو بر این باورند که در عصر جهانی شدن و گسترش ارتباطات و اطلاعات نوعی گذار از هویت محلی به هویت‌های کلان‌تر دیده می‌شود. همچنین در مورد هویت در فضای سایبر نیز از نظریات خوش‌بینانه در حیطه فضای سایبر استفاده شد. این گروه از جمله استون^{۲۸} بر این باورند که حضور در فضای مجازی به علت ویژگی‌های خاص آن امکان گمنامی و حذف نشانه‌های فیزیکی به کاربر اجازه می‌دهد که به آسانی نقش‌های متعدد و متفاوتی را در زمان‌های مختلف و با تنظیمات مختلف مورد دلخواه خود، بازی کند. در مجموع این گروه بر این باورند که تأثیرات هویتی در فضای مجازی حول این محور شکل گرفته است که فضای مجازی فضایی رهایی‌بخش است که به کاربر اجازه رهایی از بدن و بسیاری از محدودیت‌های دیگر و شکوفایی جنبه‌های مختلف خود را که پیش از این قادر به بیان و نمایاندن آن‌ها نبود، می‌دهد. بر این اساس سؤال‌های پرسش‌نامه تنظیم و انجام شد. در ابتدای پژوهش فرضیه اصلی بر این اساس بود که تعامل در فضای سایبر سبب دور شدن زنان ایرانی از هویت‌های سنتی خود شده است. اما در ادامه تحقیق و پس از استخراج اطلاعات به‌دست آمده از پرسش‌نامه نتایج دیگری حاصل شد. این تحقیق نشان داد که با وجود دسترسی زیاد دانشجویان به اینترنت، آن‌ها وقت نسبتاً کمی را صرف اینترنت می‌کنند. در

28. Ston

این میان بیشترین وقت پرسش‌شوندگان صرف بازدید از سایت‌های علمی شده بود. سایت‌هایی که در این پژوهش گمان بر این بود که می‌تواند بر شکل‌گیری یک هویت جدید در میان دختران تأثیرگذار باشد، توجه کمتری را در میان دختران به خود جلب کرده بود؛ برای مثال درصد توجه دختران نسبت به سایت‌های مربوط به مد، سایت‌های غیراخلاقی، دوست‌یابی، چت‌روم و الگو گرفتن از تبلیغات اینترنتی و اثر آن بر زندگی پرسش‌شوندگان بسیار کم بوده است و تنها امکاناتی که در میان دانشجویان از درصد بالایی از توجه برخوردار بوده ایمیل است. بدین ترتیب نتیجه تحقیق با توجه به فرضیه مطرح شده بدین صورت بوده است که، فضای سایبر در مواردی چون حقوق زنان و آشنایی زنان ایرانی به حقوق خود، عضویت در سایت‌های مربوط به زنان و ایجاد یک همبستگی و وحدت فکری، ایجاد اشتغال و بازاریابی اینترنتی و ابراز عقاید خود بر خلاف گذشته از طریق اینترنت، تأثیر معناداری بر روی هویت زن سنتی گذاشته، اما در مواردی چون استفاده از مدهای اینترنتی، دوست‌یابی، مسائل جنسی و پیگیری اخبار زنان از طریق اینترنت نتوانسته است بر هویت سنتی زن ایرانی تأثیری ایجاد کند. در نتیجه تأثیرپذیری هویت سنتی زن ایرانی بر اثر تعامل در فضای سایبر امری نسبی بوده است.

منابع

- Aemeli Saeed** (1382) Co-globalization and Anxiety Society, Nameh Olume Ejtmai, Number 21.
- Bell, David and Kennedy, Barbara. M** (eds) (2000) The Cyber Cultures, reader, London, Routledge.
- Beyer, p** (1994) Religion and Globalization, London, Sage.
- Castells Manual** (1380) The Rise of Network Society (Identity Power), Translation Hasan CHavoshian, Issuance Tarh noo.
- CHavoshyan, Hasan and Azadarmaki, Tahgi** (1381) Body as Identity Media, Iranian Journal of Sociology, Number 16.
- Dreyfus, Hubert** (1383) On the Internet, Translation Ali Farsi Nezhad, Issuance Saghi.
- Farahmand, Maryam** (1387) Girls and Internet Application, Studies Women Quarterly. Years 11, Number 41.
- Giddens. A** (1380) Modernity and Self-Identity: Self and Society in the late Modern Age, Translation Naser Movafaghiyan, Issuance Nie.
- Guibernau, M** (1996) Nationalism, Cambridge, Polity Press.
- Hall, S. Helld, D. And McGrew T** (1992) Formation of Modernity, Cambridge, Polity Press. Poetry, Language, Though (New York: Harper & Row).

تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر زندگی زنان در ایران (مطالعه‌ی موردی دانشجویان دختر دانشگاه تهران) ۲۰۹

- Jenkins, R** (1381) *Social Identity*, Translation Toraje Yar Ahmadi, Issuance SHiraze.
- Jenkins, Richard** (1996) *Social Identity*, London: Routledge
- Kiousis, S.** (2002) "Interactivity: A Concept Explication", *Journal of New Media & Society*, 4(3).
- Kizza, Joseph Migga** (1998) *Ethical and social issues in the information age*, New York, speinger- Verlag.
- Lash, S. and J. Urry** (1994) *Economics of Sings and Space*, London, Sage.
- Montazer GHaem, Mehdi and Tatar Abdolaziz** (1384) *Sielntgrop, Social Capital, Internet, Communication and Cultural Studies*, Year one, Number4.
- Morley, D and K. Robins** (1996) *Space of Identity*, London: Routledge.
- Natter, W. and J. Jones** (1997) *Identity, Space and Other Uncertainties*, oxford: Blackwell.
- Olson, David** (1377) *Media and Symbols: the forms of expression, Communcetin and Education*, translation Mahbobeh mohajer, Issuance soroush.
- Radvard, Aezam** (1384) *Women Social Problems in Internet, and Cultural Quarterly*, year one, Number 2-3.
- Sraokhani, Bagher and Efaet jah, Maryam** (1383) *Women and Redefinition of Social Identity*, *Women Research magazine*, Period 2, Number 1.
- Stewart, D.W.** (2002) *From Consumer Response Active Consumer Measuring the Effectiveness of Interactive Media*. *Journal of Marketing Science*, 30(4).
- Tajik, Mohammad Reza** (1379) *Intellectual and National Identity Puzzle*, *National Studies Quarterly*, Number 5.
- Thompson, John** (1999) *Ideology and Modern Culture*, Stanford university press. USA.
- Tomlinson, J.** (1999) *Globalization and Culture*, Cambridge Polity.
- Whittle, David. B** (1997) *Cyberspace: The human dimension*, New York, W.H. Freeman and Company.
- Winal Swen** (1376) *Using Communication Theory: An introduction to Planned Communication*, Translation Ali Reza Dehghan, Issuance Research and Studies Center.