

# تاملی بر رابطه فضای مجازی و هویت جنسیتی

## مطالعه موردی کاربران اینترنت در شهر کاشان

نرگس نیکخواه قمصری، استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه کاشان

عده دار مکاتبات n\_nikkhah\_gh@kashanu.ac.ir

فاطمه منصوریان راوندی، کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه الزهرا (س)

تاریخ دریافت مقاله: تیر ۹۳ تاریخ پذیرش نهایی: بهمن ۹۳

### چکیده

در تمام جوامع انسانی همواره ساخت فرهنگی جنسیت، تکوین مجموعه‌ای از پندارها و انگاره‌های فردی و اجتماعی درباره رفتارهای مناسب زنانه و مردانه را سبب می‌شود که در شرایط زمانی و مکانی متفاوت، متغیر هستند؛ بنابراین هم برخاسته و متأثر از شرایط اجتماعی و هم متأثر از نگاه فرد به خویش بر اساس ایده‌آل‌سازی‌ها و ابزارهایی است که جامعه یا خود فرد از من خویش بنا می‌کند. در پی گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی - اطلاعاتی و توسعه فضای مجازی، توجه به سهم آن در تغییر قواعد حاکم بر تعامل انسان‌ها و نگرش آنان به جنسیت خود از اهمیت بسزایی برخوردار شده است. پژوهش حاضر در پی پاسخ به آن بود که الگوهای متفاوت استفاده از فضای مجازی چه رابطه‌ای با هویت جنسیتی کاربران داشته است؟ در این راستا با استفاده از روش پیمایش مقطعی و ابزار پرسشنامه ۲۶۰ کاربر اینترنت ۲۵-۱۵ ساله شهر کاشان با روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای مورد بررسی قرار گرفته‌اند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که سابقه و مدت زمان استفاده هفتگی از اینترنت در تقویت و تضعیف هویت جنسیتی موثر بوده است. بدین نحو که هرچه میزان و سابقه استفاده از اینترنت از سوی کاربران افزایش پیدا می‌کند، هویت جنسیتی قوی‌تر می‌شود. مثبت و معنادار بین میزان و سابقه استفاده کاربران از اینترنت و هویت جنسیتی کاربران، وجود داشته است. اما این رابطه با توجه به نوع کاربری (سرگرم‌کننده و اجتماعی)، در بین کاربران زن و مرد متفاوت بوده؛ به نحوی که هویت جنسیتی زنانی که به دنبال اطلاعات و جستجوهای علمی بوده‌اند، قوی‌تر از مردان بوده است. میانگین بالاتری در هویت جنسیتی داشته‌اند. این در حالی است که حضور در محیط چت، بازی و سرگرمی، تعلق به جنسیت را در آنان کاهش داده است. این امر می‌تواند ناشی از ویژگی‌های تعامل در فضای مجازی (سرعت عمل، ناشناس ماندن و ...) باشد که فضایی یکسان و مشابهی را فارغ از الزامات ساختی جنسیتی در اختیار کاربران قرار می‌دهد.

### واژگان کلیدی

هویت جنسیتی، هویت جنسیتی شخصی، هویت جنسیتی اجتماعی، فضای مجازی.

## مقدمه

هرگاه به نظر رسد جهان در آستانه دگرگونی‌های عمیقی است، هویت، نیروی قاطع و تعیین‌کننده‌ای می‌یابد. از این‌روست که در پی تغییر و تحولات همه‌جانبه و وقوع فرایندهای جدید اقتصادی، سیاسی و فرهنگی و به تبع آن بی‌ثبات شدن هویت، مباحث هویتی به کانون توجهات تبدیل می‌گردد. به اعتقاد «هال» پرسش هویت که این بار با نیروی مضاعف سربرآورده است، نباید مایه شگفتی گردد. پرس‌وجو درباره موضوع هویت در جهانی که این‌گونه پرشتاب و پیش‌بینی‌ناپذیر در حال دگرگونی است اصلاً غریب نیست. (دان، ۱۳۸۵)

بخش مهمی از وجود هر انسانی، هویت است و زندگی شخصی و اجتماعی هر فردی تحت تأثیر هویت وی قرار دارد. هویت به‌عنوان سازمانی زنده و پویا است که عناصر آن در یکدیگر تأثیر و تأثر متقابل دارند، از جمله یابین عناصر، جنسیت است. (لربر، ۲۰۰۰) هویت جنسیتی را به‌عنوان معنای مردانگی یا زنانگی تعریف می‌کنند. (کارلسون، ۲۰۱۰) این نوع از هویت از طریق تعامل اجتماعی شکل گرفته و از کانال کارگزاران جامعه‌پذیری به افراد منتقل می‌گردد و افراد از طریق این هویت، در اکثر موارد به بازتولید ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی می‌پردازند که محیط اجتماعی برای یک دختر و پسر تصویب کرده است. (علمی، علیزاده، ۱۳۸۸) گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی و در رأس آن اینترنت و شبکه‌های ارتباطی، فضایی برای ساخت مجدد هویت فراهم نموده است. در این میان پیوند عناصر اساسی هویت‌ساز، یعنی زمان، مکان، فضا و مرزهای زندگی اجتماعی را به‌شدت تحت تأثیر قرار داده است. پیتز (۲۰۰۱) معتقد است هویت جنسیتی افراد تنها از طریق تعامل اجتماعی رودررو ساخته نمی‌شود؛ بلکه عوامل مختلفی از جمله فناوری‌های نوین ارتباطی در شکل‌گیری و جهت‌دهی به آن دخالت دارند. باید توجه داشت تعاملی که در اینترنت برقرار می‌شود، با تعامل چهره به چهره متفاوت است. عواملی از قبیل کمبود علائم بصری و گمنامی شخص، شیوه‌ی تعاملی کاملاً متفاوتی از تعامل چهره به چهره فراهم می‌کند. در نتیجه، این احتمال وجود دارد که هویت‌هایی که در طول تعامل اجتماعی واقعی با موفقیت ساخته می‌شوند، از طریق ارتباطات اینترنتی در فضای مجازی، به گونه‌ای متفاوت از دنیای واقعی

ساخته شوند (عقیلی، اسماعیلی، ۱۳۸۹). نفوذ فضای مجازی در روند هویت‌یابی فردی و اجتماعی، توجه محققان را به جوانب مختلف تأثیرگذاری اینترنت بر هویت جلب نموده است. در حالی که تحقیقات اولیه در این زمینه (پژوهش دوران ۱۳۸۲، خلیلی ۱۳۸۴) بیانگر عدم تضعیف هویت کاربران فضای مجازی است؛ پژوهش‌های اخیر نظیر تحقیقات (ذکایی و خطیبی ۱۳۸۵، رفعت جاه و شکوری ۱۳۸۷، عنبرین ۱۳۸۷، احمدی و همکاران، ۱۳۸۹، موسوی و همکاران ۱۳۹۱، یوکوپاتریک<sup>۱</sup> ۲۰۰۵، پت میکنتورف<sup>۲</sup> ۲۰۰۶، سیارا<sup>۳</sup> ۲۰۰۷)، مؤید این امر است که حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت باعث شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن و تضعیف هویت ملی و فرهنگی شده است.

پژوهش‌های متفاوت در زمینه رابطه اینترنت و هویت، بیانگر کاهش اهمیت مکان و زمان در روابط اجتماعی و فضا‌مند شدن مناسبات اجتماعی بوده که عملاً امکان کنش و برقراری ارتباط در سطحی فراتر از مکان و جغرافیایی خاص را فراهم ساخته و منجر به پیدایش آگاهی از جهان به‌مثابه‌ی یک کل گردیده است؛ امری که نیاز به تعریف بسیاری از مفاهیم مختلف فردی و جمعی را براساس یک مقیاس جهانی ضروری می‌سازد. (گرگی، ۱۳۸۵) با وجود تحقیقات حاضر، تأثیر حضور در فضای مجازی بر هویت جنسیتی کمتر مورد توجه بوده است. هویت جنسیتی، نخستین هویت فردی است که در اوان کودکی شکل می‌گیرد و در برابر تغییرات مقاومت بیشتری نشان می‌دهد. تصور هرکس از معنای مردانگی و زنانگی، تحت تأثیر سنگ بناهای درون فرهنگ، جامعه، خانواده، با معماری متفاوتی چیده و در نتیجه هویت‌های جنسیتی متفاوتی نیز ساخته شوند. بنابراین، ساختی به نسبت مستحکم داشته و کمتر از عوامل دیگر تأثیر می‌پذیرد. فضای مجازی، با ابزارهای فرهنگی هویت‌سازی که در اختیار دارد، فرصت تعاملات گسترده و نامحدود را در سطحی وسیع ایجاد نموده است. تعاملات مذکور، شکل-گیری هویت جنسیتی را با استفاده از منابع جدید فراهم ساخته و می‌تواند معنای متفاوتی از جنسیت را بسازد. به هر روی،

1. Yoko Patrick  
2. Pat Mcinturff

بنا به تعریف سوزان گولومبرک و رابین فی وش هویت جنسیتی عبارت است از «برداشت یا تعریفی که فرد از خود به عنوان یک زن یا یک مرد دارد.» (گولومبرک و فی وش، ۱۳۸۷، ص. ۱۲) این نوع هویت با ویژگی‌ها و خصلت‌های رفتاری مشخص می‌شود. بنابراین منظور از هویت جنسیتی آن بخش از رفتارها و نگرش‌های فرد نسبت به جنسیت خویش است که تحت تأثیر شرایط فرهنگی و اجتماعی شکل می‌گیرد. به این ترتیب جنسیت یکی از رایج‌ترین اصول طبقه‌بندی و احتمالاً فراگیرترین این اصول است. جنسیت آشکارترین وجه هویت فردی است و در تعامل میان دیگران ساخته می‌شود. (جنکینز، ۱۳۸۱)

هویت جنسیتی از طریق یک فرایند مقایسه اجتماعی، در یک زمینه مشخص اجتماعی؛ به عنوان مثال گروه همسالان ظهور می‌یابد. (دروری، ۲۰۰۹، ص. ۹) همچنین کارلسون و هچ معتقدند که هویت جنسیتی اشاره به معنا و تجربه ذهنی شخص از جنسیتش (هویت جنسیتی شخصی) و همچنین شامل پذیرش عضویت یک فرد به عنوان مرد یا زن در یک گروهی از مردم (هویت جنسیتی اجتماعی) (کارلسون و هچ، ۲۰۱۰، ص. ۱۴۰). براساس تعاریف فوق می‌توان اظهار داشت که هویت شخصی به صورت رفتارهایی جلوه‌گر می‌شود که به طور بازتابی به وجود می‌آیند. این تصویر بازتابی از خویشتن، که بر روایت‌های زندگی‌نامه وار منسجم و همواره قابل تجدید نظر استوار است، در تار و پود انتخاب‌های متعدد و برآمده از نظام‌های مجرد جای می‌گیرد. (گیدنز، ۱۳۸۷، ص. ۲۸) روزنبرگ (۱۹۷۹) معتقد است هویت شخصی نشان‌دهنده میزان اهمیتی است که یک فرد به شاخص‌های شخصی جنسیت خود می‌دهد.

از آنجا که جنسیت بخش مهمی از هویت شخصی است، از فرد انتظار می‌رود که اغلب در مورد جنسیت و رفتارهایی که منعکس‌کننده جنسیت اوست، فکر کند. به عنوان مثال، در سخنرانی‌های که در مورد مسائل زنان است، حضور داشته باشد. (رنلد و جاسی، ۲۰۰۸، ص. ۴۷۵) هویت جنسیتی شخصی به عنوان پدیده‌ای منظم مستلزم روایت معینی است. در هویت شخصی فرد باید بتواند روایت منسجمی از خود ارائه دهد؛ یعنی فرد با بازنگری در گذشته خود بتواند به طور پیوسته‌ای تعریف از خود ارائه دهد. این تعریف نباید از هم

پژوهش حاضر سعی دارد ضمن شناسایی نوع تعاملات کاربران زن و مرد در فضای مجازی، به این مسئله پردازد که میزان، سابقه و نوع استفاده از اینترنت چه رابطه‌ای با تضعیف یا تقویت هویت جنسیتی یا تعلق به جنسیت کاربران دارد؟ بدین منظور، با طرح مباحث نظری مربوط به این حوزه و انتخاب روش پیمایش، سعی می‌شود نظریات موجود به آزمون کشیده شود، تا پاسخی علمی برای سوال مذکور باشد.

### جنسیت و هویت جنسیتی در چشم‌انداز نظری

به نظر جولپاتی وود، جنسیت، نظامی از ارزش‌ها، هویت‌ها و فعالیت‌هایی را که از نظر اجتماعی برای زنان و مردان معین شده است، ایجاد می‌کند. برخلاف «جنس» که یک ویژگی فردی را توضیح می‌دهد، «جنسیت»، به معنای اشاره دارد که بر اساس موازین اجتماعی تولید شده است و بدون آن که ویژگی فطری محسوب شود، بر آنان تحمیل می‌شود. برخلاف جنس که قطعی و دائمی است، جنسیت از فرهنگ‌ها و باورهای عمومی برخاسته و یک فرهنگ مجزا، سیال و متغیر و موضوعی برای تغییر مستمر است. (پیشگاهی فرد به نقل از وود ۱۳۸۳، ۱۳۸۹، ص. ۱۲۱) همچنین گیدنز معتقد است؛ جنسیت به تفاوت‌های روان‌شناختی، اجتماعی و فرهنگی بین زنان و مردان مربوط می‌شود. (گیدنز آ، ۱۳۸۷) جودت باتلر<sup>۳</sup> جنسیت را نه محملی ثابت برای کارگزاری زن یا مرد، بلکه هویتی می‌داند که به دلیل اجرای نقش‌ها، به شکلی ظریف در طول زمان شکل گرفته و از طریق تکرار این نقش‌ها به عنوان یک فضای بیرونی نهادینه می‌شود. (باتلر، ۱۹۹۰)

به اعتقاد جنکینز<sup>۴</sup> جنسیت یکی از رایج‌ترین طبقه‌بندی‌ها است که بر مبنای طبقه‌بندی دوگانه مذکر- مؤنث حاصل می‌شود. او به تبعیت از نظریه دیالکتیک درونی- برونی اعتقاد دارد که از سویی فرد بر مبنای تفاوت‌های جنسی به صورت درونی به جنس خود پی می‌برد و از سویی بر مبنای تعریف دیگران (برونی) نسبت به جنسیت خود به شناخت دست می‌یابد. (جنکینز، ۱۳۸۱، ص. ۱۰۱) شناخت نسبت به جنسیت خود، ما را به مفهوم هویت جنسیتی مرسوم می‌سازد.

3. Butler

4. Jenkins

است که آن‌ها به یک هویت اجتماعی معرف وضعیت به خصوصشان در جامعه، دست می‌یابند. اما تعلق به یک گروه معین فقط در صورتی به مشارکت در یک هویت اجتماعی مثبت می‌انجامد که مشخصات آن گروه بتواند به‌طور جانبدارانه‌ای با دیگر گروه‌ها مقایسه شود. در این مقایسه افراد به داوری به‌نفع گروه خود گرایش دارند.

### فضای مجازی<sup>۵</sup>: تعاملی نوین در عرصه ارتباطات

فضای مجازی در حقیقت نوعی فرافضا و فضای ذهن است. (کاستلز، ۱۳۸۴)، فضایی است که همه‌جا هست اما هیچ کجا نیست، فضایی است که در پرتوی در دسترس قرار دادن اطلاعات وسیع و سریع، به فرد قدرت نمادین بیشتر و امنیت روانی گسترده‌تری می‌بخشد؛ اما در همان حال او را وابسته‌تر، بی‌قدرت‌تر و مضطرب‌تر از پیش می‌کند. فضای سیال و بی‌حدودی است که به‌سادگی، همیشه در دسترس همگان است اما به همان سادگی که ایجاد می‌شود، از بین رفته، محو می‌شود. فضایی است که در پرتوی تسهیل شرایط تعامل اجتماعی<sup>۶</sup>، توافق اجتماعی عمیق‌تر و یکپارچگی اجتماعی فراخ‌تری را ایجاد می‌کند اما باز در همان حال از زاویه‌ای دیگر به سبب کارکردهای خصوصی و منحصرأ فردی، تمایز و انزوای اجتماعی را گسترش می‌دهد. (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵) ریمز<sup>۷</sup> (۱۹۸۸) معتقد است فضای مجازی، مجموعه سخت‌افزارهای تسهیل‌کننده ارتباطات - میان انسان‌ها، صرف‌نظر از فواصل زمانی و مکانی آن‌ها، و میان انسان و ماشین - نیست، بلکه می‌توان آن را یک رسانه ارتباطی و درعین حال جایی برای گردآمدن مردم دانست و بدین ترتیب آشکارا دریافت که چگونه فضای مجازی، کاملاً در عرض تعاریف اجتماع قرار می‌گیرد. (دوران، ۱۳۸۲، ص. ۵۲)

در تعریفی دیگر فضای مجازی را فضای حاکم بر تعاملات از طریق شبکه جهانی رایانه‌ها یا به‌اختصار اینترنت به همراه تور جهان‌گستر، پست الکترونیک به‌اضافه تمام زیرمجموعه‌های آن‌ها شامل سرویس تابلوی اعلانات، اتاق‌های گپ‌زنی و... می‌داند. (دوران به نقل از رول، ۱۹۹۹، ۱۳۸۲) ظهور فضای مجازی و واقعیت مجازی این فرصت را فراهم آورده است

گسیخته و بی‌ربط باشد. روایت معینی از خود، نوعی خود شناسی است که نیازمند بازاندیشی مداوم است. هر چقدر روایت و تعریف فرد از خودش منسجم‌تر باشد، هویت شخصی ثبات بیشتری دارد. (خدایی، ۱۳۸۷)

در نظریه هویت اجتماعی تاجفل اذعان داشته که هویت اجتماعی اساساً یک فرایند شناختی تمایز و مقایسه است. هنگامی که فرد عضویت خود در یک گروه را مورد شناسایی قرار می‌دهد؛ تحت فشار روانی قرار می‌گیرد که اعضای گروه خود را در مقایسه با اعضای گروه دیگر با دیدی مثبت بنگرد. ارزیابی مثبت از گروه خودی در مقایسه با گروه دیگر سبب می‌شود که هر چه بیشتر گروه خود را از گروه دیگر متمایز کند. این فرایند تمایز گذاری به شخص کمک می‌کند تا برتری گروه خود بر برون گروه را بر حسب برخی ویژگی‌ها یا بعد خاصی حفظ یا کسب کند. (سیدامامی، ۱۳۸۷) اهمیت نظریه «هویت اجتماعی» تاجفل در این است که مفاهیم درون گروه و برون گروه را وارد بحث هویت می‌کند. بر اساس این نظریه، تمایز نهادن بین گروه خودی و گروه غیر خودی، مبنای شکل‌گیری هویت اجتماعی است. با این تمایز، فرد نسبت به گروه خودی احساس مثبت و طرفدارانه پیدا کرده و نسبت به گروه غیر خودی، تبعیض قائل می‌شود. (علیخانی، ۱۳۸۳، ص ۳۷۵) بر مبنای این نظریه هنگامی در یک جامعه دو جنس زن و مرد هستند، می‌توان از هویت جنسیتی صحبت کرد که درون گروه و برون گروهی بر مبنای جنسیت هویت زنانه و مردانه ایجاد می‌کند که همگی اعضای آن با دست یافتن به هویت جنسیتی زنانه یا مردانه، احساس طرفدارانه و مثبتی نسبت به هم پیدا می‌کنند.

درواقع زنان و مردان با آگاهی از باورهای مشترکشان است که می‌توانند خود را در «ما» زنان یا مردان بشناسند. این مجموعه روی هم، هم فکری (نمادها و داده‌های مشترک)، هم بختی (نفع و اقبال مشترک) و هم پیشینگی (پیشینه مشترک) را به هر گروه اجتماعی اعطا می‌کند که برای حفظ «ما» ضرورت دارد. بنا بر نظر تاجفل، هویت اجتماعی به عنوان آگاهی فرد از تعلق به یک گروه اجتماعی معین و ارزش و اهمیت عاطفی این عضویت برای فرد، مفهوم‌سازی شده است. در نتیجه بنا بر تعلق افراد به گروه‌های متفاوت

5. Cyberspace  
6. Social interaction  
7. Reymers

هویت‌سازی سنتی را کاهش می‌دهد. در حقیقت اینترنت با خارج نمودن افراد از محدوده‌های جغرافیای خود (مکان زدایی) و از بین بردن زمان و همچنین فروریختن مرزها و افزایش ارتباطات بین دو جنس در هویت افراد تأثیر می‌گذارد. اینترنت با ایجاد ظرفیتی بالا برای کنش متقابل با افراد دیگر و دریافت اطلاعات آن‌سوی زمان و مکان، به کاربران اجازه می‌دهد تا بی‌واسطه و بی‌هیچ محدودیتی از اطلاعات مختلف در مورد جنسیت خود استفاده کنند. با افزایش استفاده از ایمیل‌ها، چت روم‌ها، وب‌سایت‌ها و ... که امکان ارتباطات بی‌واسطه و با هزینه پایین را فراهم می‌کند به‌طور حتم اینترنت به‌عنوان یک منبع هویتی بااهمیت و بانفوذ محسوب می‌شود که در هویت جنسیتی افراد تأثیر دارد. این تحقیق در نظر دارد تا رابطه‌ی نحوه و میزان استفاده از اینترنت را با هویت جنسیتی را با تئوری استفاده - خشنودی بررسی کند.

برطبق این تئوری، پیدایی و گسترش شتابناک رسانه‌های نوین ارتباطی که از سازمان پخش یا انتشار تمرکززدایی کرده و نیازمند ایفای نقشی فعال از سوی استفاده‌کننده است و در این میان اینترنت که به قول برخی از محققان ارتباطی، ستون فقرات ارتباطات اطلاعاتی در سراسر کره زمین و به‌عبارت دیگر شبکه‌های اطلاع‌رسانی جهانی شناخته می‌شود، توانسته در مفهوم مخاطب تغییراتی را ایجاد کند، چراکه امکان کنترل خودخواسته، گزینشی، مقاومت در برابر تأثیرات را بیشتر فراهم می‌کند. (معمدنژاد، ۱۳۸۴)

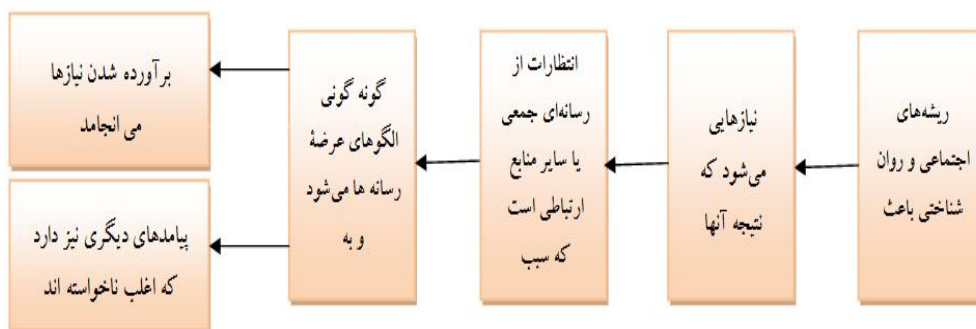
که اشکال عامی از تبادل و ارتباط را از طریق زمان جهانی و مکان جهانی تجربه کنیم. فضای مجازی می‌تواند به‌عنوان نوعی جامعه الکترونیکی مبتنی بر گفتگو تلقی شود که در آن هویت‌های فردی به‌صورت برابر به رسمیت شناخته می‌شوند. (هلمز، ۲۰۰۷)

پژوهش‌های اخیر در حوزه‌ی رسانه‌های ارتباطی، توجه ویژه‌ای را به اینترنت و قابلیت‌های آن در زمینه‌ی ساخت هویت و فرایند هویت‌یابی افراد و گروه‌های اجتماعی و سیاسی معطوف کرده است. از اوایل دهه ۱۹۹۰ تأکید خاصی از سوی پژوهشگران به اینترنت به‌عنوان فضای برای برسازی هویت گردیده است. (گرگی به نقل از لمپ و پاستر ۲۰۰۲، ۱۳۸۵)

در عرصه هویت، اینترنت از آن‌رو موجد امکان و فرصت است که منابع و ابزارهای لازم برای ساخت هویت را بسیار افزون می‌نماید و قابلیت توانایی منابعی چون مکان، زمان و فرهنگ را درزمینه‌ی هویت‌سازی سنتی بسیار کاهش می‌دهد. گیدنز معتقد است فناوری‌های بسیار پیشرفته و کارآمد ارتباطی سبب جدایی مکان از زمان و فضا می‌گردد و این امکان را فراهم می‌آورند که زندگی اجتماعی در فضایی بسیار گسترده شکل بگیرد و توانایی مکان در محدود و مقید کردن روابط اجتماعی و گستره زمان - فضا و فضامند شدن زندگی اجتماعی بر کارویژه هویت‌سازی منابع هویت خصوصاً جنسیت تأثیر گذاشته است. (عنبرین، ۱۳۸۸)

براین اساس؛ با برهم ریختن فضای انحصاری و از بین بردن مصنوعیت جنسیت؛ قابلیت و توانایی آن‌ها درزمینه

شکل ۱. الگوی از رویکرد استفاده و خشنودی



بین کاربری سرگرم کننده و هویت جنسیتی شخصی و اجتماعی رابطه وجود دارد.

بین کاربری اجتماعی و هویت جنسیتی شخصی و اجتماعی رابطه وجود دارد.

به نظر می‌رسد بین سابقه استفاده از اینترنت و هویت جنسیتی رابطه وجود دارد.

### سامان روشی پژوهش

شیوه مورد بررسی پژوهش حاضر پیمایش توصیفی - علی می‌باشد که در پی تشریح و تبیین چرایی رابطه اینترنت و هویت جنسیتی کاربران زن و مرد ساکن در شهر کاشان که در دامنه سنی (۲۵-۱۵) سال واقع شده‌اند، است. در تحقیقات پیمایشی، نمونه انتخابی باید مبتنی بر معرف بودن جامعه باشد، یعنی بتواند خواص جامعه خود را در نمونه منعکس نماید، به این گونه نمونه‌گیری از نظر علمی نمونه بهینه<sup>۸</sup> می‌گویند. (رفیع پور، ۱۳۸۴، ص. ۳۸۳)؛ لذا محاسبه تعیین حجم نمونه برای جامعه آماری فوق، با استفاده از فرمول کوکران ۲۶۰ نفر تخمین زده شد.

مناسب‌ترین روش نمونه‌گیری برای این تحقیق، نمونه‌گیری سهمیه‌ای<sup>۹</sup> است. هدف از آن ارائه نمونه معرف بدون انتخاب تصادفی افراد است. از افرادی که دارای خصوصیتی معین هستند مصاحبه می‌شود. (گودرزی، ۱۳۸۸، ص. ۵۷) اساس روش نمونه‌گیری مذکور بدین صورت است که ابتدا شهرکاشان را به دو منطقه تقسیم شده و سپس سهم هر منطقه را مشخص در مرحله آخر آن قدر از نمونه‌های در دسترس، نمونه را انتخاب کرده و به اندازه هر منطقه پرسشنامه توزیع گردید.

### پایایی و اعتبار پژوهش

برای محاسبه اعتبار متغیرهای موردنظر از اعتباری صوری (مشورت و نظرخواهی از اساتید دانشگاه و محققان دیگر) استفاده شد. زمانی که بین محققانیک رشته در مورد سنج، توافق بالایی وجود دارد، تکیه بر اعتبار صوری کافی به نظر می‌رسد. در خصوص پایایی نیز جدا از آنکه پرسشنامه پیش‌آزمون شد، از ضریب محاسبه آلفای کرونباخ هم

افراد با توجه به این نظریه؛ بر اساس بافت اجتماعی خود انگیزه‌ها و اهداف متفاوتی را در استفاده از اینترنت دنبال می‌کنند، نتیجه این امر بازخوردهای متفاوتی است که بر ارزش‌ها، احساسات و شناخت‌های فرد از زندگی اثرگذار است. بنابراین هرچه اهداف و انگیزه‌های کاربران در استفاده از اینترنت ابزاری و جهت‌مند باشد، بیشتر احتمال دارد که هویت جنسیتی آن‌ها بازاندیشانه باشد. برعکس هرچه اهداف و انگیزه‌های کاربران در استفاده از اینترنت عادی و غیرجهت‌مند باشد، بیشتر احتمال می‌رود که هویت جنسیتی فرد سنتی شود.

از سوی دیگر هابرماس معتقد است در تمام انسان‌های آزاد یکسری نیازهای اساسی و اصیل وجود دارد و این نیازها زمانی که فرد با دیگران صمیمانه وارد گفتگو شود کشف خواهد شد. در محیط‌های تعاملی اینترنتی (ایمیل، وبلاگ، سایت‌های مختلف، چت روم و...) در واقع «شرایط آرماتی مورد نظر هابرماس» به خوبی تحقق می‌یابد. در این محیط‌ها افراد معمولاً راحت‌تر می‌توانند نیازهای خود را مطرح کنند و این طرح نیازها باعث شکل‌گیری یک فضای گفتگو مباحثه می‌شود. کاربران در آن فضا به گفتگو می‌پردازند، احساسات خود را ابراز می‌کنند و از یکدیگر تاثیر می‌پذیرند. (موسوی، ک، شعبی، م، حیدرخانی، ه، ۱۳۹۱) اینترنت با ایجاد ظرفیتی بالا برای کنش متقابل با افراد دیگر و دریافت اطلاعات آن سوی زمان و مکان، به کاربران اجازه می‌دهد تا بی‌واسطه و بی‌هیچ محدودیتی از اطلاعات مختلف استفاده و با افراد و گروه‌های دیگر آشنا شوند، در حقیقت منبعی از اطلاعات و دانش در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد. با افزایش استفاده از ایمیل‌ها، چت روم‌ها، وبسایت‌ها، وبلاگ‌ها .... که امکان ارتباطات بی‌واسطه و با هزینه پایین را فراهم می‌کند، به‌طور حتم اینترنت به عنوان یک منبع با اهمیت و با نفوذ هویت‌ساز محسوب می‌شود.

### الگوی تبیینی پژوهش

**در راستای الگوی ارائه‌شده، می‌توان چنین فرض نمود که:**

به نظر می‌رسد بین میزان مدت زمان استفاده از اینترنت و هویت جنسیتی شخصی و اجتماعی رابطه وجود دارد.

8. Optimum

9. Quota sampling

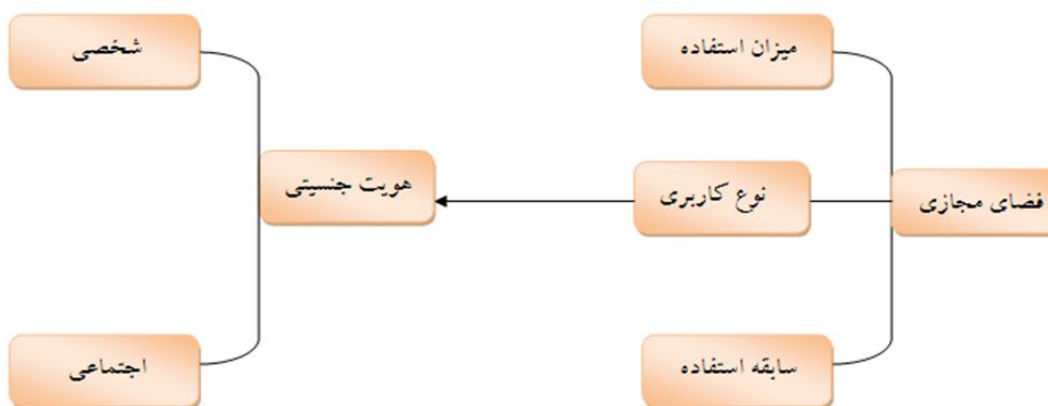
استفاده از اینترنت نیز ۲۳/۰ درصد کمتر از یک ساعت در هفته، ۳۶/۶ درصد بین یک تا سه ساعت، ۱۶/۴ درصد سه تا شش ساعت و ۲۴/۰ درصد نیز بالاتر از شش ساعت در هفته از اینترنت استفاده نموده‌اند. در خصوص میزان مهارت در استفاده از اینترنت، ۷/۲ درصد از کاربران خیلی کم مهارت داشته، ۹/۴ مهارت کم، ۴۲/۶ درصد متوسط و ۲۴/۲ درصد زیاد و ۱۶/۶ درصد نیز مهارت خیلی زیادی در استفاده از اینترنت داشته‌اند؛ بنابراین بیشتر پاسخگویان کمتر از ۴ سال سابقه داشته‌اند و در هفته بین یک تا سه ساعت در اینترنت بوده‌اند و در حد متوسط در استفاده از اینترنت مهارت داشته‌اند. براساس نتایج، (۲۳۳/۱٪) از کاربران در مورد ویژگی‌های جنس مخالف خود در اینترنت جستجو می‌کنند. اکثریت پاسخگویان (۶۵/۴٪) از سایت‌های داخلی و (۴۴/۷٪) نیز سایت‌های خارجی استفاده می‌کنند.

استفاده شد که محاسبه پایایی برای هویت جنسیتی، میزان ۰/۸۷۱ و نوع کاربری میزان آلفای ۰/۸۷۴ را نشان داد.

### یافته‌های پژوهش

#### یافته‌های توصیفی

مشخصات فردی پاسخگویان گویای آن هستند که ۴۶/۹ درصد از آنان زن و ۵۱/۹ درصد مرد هستند. ۵۸/۴ درصد آن‌ها مجرد، ۴۰/۴ درصد متأهل و ۱/۲ درصد مطلقه بودند و میانگین سنی آن‌ها ۲۳/۸۵ سال است. اکثریت نسبی پاسخگویان (۳۶/۹) تحصیلات کارشناسی و درصد کمی (۰/۸) دکترا داشته‌اند. میانگین درآمد پاسخگویان نیز یک میلیون بوده است. همچنین نتایج توصیفی در خصوص استفاده از اینترنت نشان می‌دهند که ۴۵/۴ درصد کمتر از ۴ سال سابقه استفاده از اینترنت داشته‌اند؛ ۳۹/۸ درصد ۴ تا ۸ سال و ۱۴/۸ درصد از کاربران نیز بالاتر از ۸ سال سابقه حضور در فضای مجازی را داشته‌اند. در خصوص میزان



جدول شماره ۱ توصیف ابعاد هویت جنسیتی

متغیر	جنسیت	کم‌ترین	بیشترین	میانگین	واریانس	انحراف استاندارد
هویت جنسیتی شخصی	کل	۰/۰۰۰	۵/۶۱	۳/۹۵	۲/۱۰۰	۱/۴۴
	زن	۰/۰۰۰	۵/۶۱	۴/۰۷	۲/۱۹	۱/۴۸
	مرد	۰/۰۰۰	۵/۵۷	۳/۸۷	۱/۹۴	۱/۳۹
هویت جنسیتی اجتماعی	کل	۰/۰۰۰	۵/۶۱	۳/۴۵	۲/۶۸	۱/۶۳
	زن	۲/۲۸	۵/۳۶	۴/۲۶	۰/۳۱۰	۰/۵۵۶
	مرد	۲/۷۳	۵/۶۱	۴/۰۵	۰/۲۶۷	۰/۵۱۶
هویت جنسیتی	کل	۰/۰۰۰	۵/۳۶	۳/۷۰	۱/۵۰	۱/۲۲
	زن	۰/۰۰۰	۵/۳۰	۳/۸۷	۱/۳۸	۱/۱۷
	مرد	۰/۰۰۰	۵/۳۶	۳/۵۵	۱/۶۰	۱/۲۶

داشته‌اند. همچنین با توجه به تفکیک جنسیت، زنان در دویعد شخصی و اجتماعی میانگین بالاتری داشته‌اند. تحولات اجتماعی فرهنگی اخیر، موجب شده زنان در عرصه شخصی و اجتماعی، شناخت از خود را به‌عنوان یک زن تحت تأثیر شرایط اجتماعی و فرهنگی به نحو مطلوب‌تری شکل دهند.

در جدول شماره ۱ مشاهده می‌شود که هویت جنسیتی شخصی (۳/۹۵) بالاترین میانگین و هویت جنسیتی اجتماعی (۳/۴۵) پایین‌ترین میانگین را داشته‌اند. این بدان معناست که کاربران تحت تأثیر حضور در فضای مجازی تفسیر و روایت مشخصی از جنسیت خود براساس زنانگی و مردانگی

جدول شماره ۲ انواع کاربری اینترنت توسط زنان و مردان

نوع کاربری	جنسیت	میانگین
پست الکترونیکی (Email)	زن	۳۸/۶
	مرد	۵۹/۲
وبلاگ	زن	۲۷/۱
	مرد	۳۴/۸
کسب اطلاعات و اخبار	زن	۵۸/۲
	مرد	۶۳/۸
جستجوهای علمی - تحقیقی	زن	۵۹
	مرد	۶۵/۲
چت	زن	۲۲/۲
	مرد	۳۴/۱
جستجو برای سایت‌های سرگرمی	زن	۴۰/۲
	مرد	۳۸
بازی و دانلود کردن بازی	زن	۱۷/۳
	مرد	۳۴
دریافت اطلاعات برای سرگرمی‌های خاص فردی	زن	۳۸/۵
	مرد	۴۵/۹
خرید آنلاین	زن	۱۸/۸
	مرد	۲۹/۷
سایت‌های بهداشتی و اطلاعاتی درخصوص سلامت	زن	۴۴/۳
	مرد	۴۰
جستجو برای اطلاعاتی که در موردشان زیاد نشده، احوال صحت کد	زن	۳۵/۹
	مرد	۵۱/۱



یک زن داشته اند و حضور در فضای مجازی، احساسات مثبت زنانه نسبت به گروه زنان را در آن ها تقویت کرده است و اکثرا تمایل داشته اند در گروه هایی که مختص زنان است، عضویت داشته باشند و از این طریق وابستگی عاطفی و تعهد خود را زن بودن شان حفظ کنند. رابطه مذکور برای مردان تایید نشد.

جدول شماره ۴ رابطه سابقه استفاده کاربران زن و مرد از اینترنت را نشان می دهد. جهت سنجش رابطه دو متغیر از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. یافته ها حاکی از آن است که هر چه کاربران زن سابقه استفاده از اینترنت طولانی تری داشته باشند، هویت جنسیتی قوی تری خواهند داشت چراکه سطح معنی داری (۰/۰۰۳) است و شدت همبستگی (۰/۲۶۵) است.

همان گونه که در جدول شماره ۲ ملاحظه می شود؛ مردان بیش از زنان از ایمیل، وبلاگ، جستجوهای علمی تحقیقاتی، اخبار و اطلاعات، چت، خرید آنلاین و جستجوی اطلاعات شخصی، استفاده می کنند و زنان، با توجه به اینکه اعتماد کمتری به فضای مجازی دارند، در محیط اینترنت به دنبال سایت های سرگرمی و سایت های بهداشتی و اطلاعاتی در خصوص سلامت هستند.

### یافته های تبیینی

رابطه ی بین مدت زمان استفاده و هویت جنسیتی کاربران زن و مرد در جدول شماره ۳ نشان داده شده است. فرضیه مذکور با استفاده از آماره پیرسون مورد آزمون قرار گرفته است. با توجه به میزان معنی داری می توان گفت که بین مدت زمان استفاده کاربران زن از اینترنت و هویت جنسیتی رابطه معنادار و مثبت وجود دارد؛ زنان روایت قوی تری از خود به عنوان

جدول شماره ۳ بررسی رابطه بین مدت زمان استفاده و هویت جنسیتی

متغیر	همبستگی پیرسون	هویت شخصی	هویت اجتماعی	هویت جنسیتی
مدت زمان استفاده کاربران زن	ضریب پیرسون	۰/۱۹۳	۰/۰۰۴	۰/۱۸۷
	معنی داری	۰/۰۳	۰/۲۸۲	۰/۰۳
	تعداد	۱۲۲	۱۰۵	۱۲۲
مدت زمان استفاده کاربران مرد	ضریب پیرسون	۰/۰۲۴	-۰/۰۳۲	۰/۱۶۷
	معنی داری	۰/۷۸۴	۰/۷۴۴	۰/۰۱۵
	تعداد	۱۳۵	۱۰۸	۱۳۵

جدول شماره ۴ بررسی رابطه بین سابقه استفاده از اینترنت و هویت جنسیتی

متغیر	همبستگی اسپیرمن	شخصی	اجتماعی	هویت جنسیتی
سابقه استفاده کاربران زن	ضریب اسپیرمن	۰/۲۰۴	۰/۱۸۶	۰/۲۶۵
	معنی داری	۰/۰۲۴	۰/۰۵	۰/۰۰۳
	تعداد	۱۲۲	۱۰۵	۱۲۲
سابقه استفاده کاربران مرد	ضریب اسپیرمن	۰/۱۴۶	-۰/۰۱۸	۰/۰۹۱
	معنی داری	۰/۰۹۲	۰/۸۵۶	۰/۲۹۶
	تعداد	۱۳۵	۱۰۸	۱۳۵

کاربران زن و مرد در محیط‌های اجتماعی اینترنت حضور بیشتری داشته باشند، هویت جنسیتی آن‌ها در بعد تعلق اجتماعی به جنسیت، یعنی آگاهی به باورهای مشترکی که با سایر زنان و مردان دارند، وابستگی عاطفی و تعهد به آن‌ها، تقویت می‌شود.

نتایج جدول شماره ۶ بیانگر بررسی رابطه معنادار معکوس بین کاربری سرگرم‌کننده و هویت جنسیتی زنان و مردان است؛ بر این اساس، کاربران زن و مرد که در محیط‌های سرگرم‌کننده نظیر چت روم و بازی بیشتر حضور داشته‌اند، هویت جنسیتی شان در بعد اجتماعی تضعیف شده و این امر حاکی از آن است که این‌گونه محیط‌ها احساس‌رهایی بیشتری برای فرد فراهم نموده و فاصله او از خودش به‌عنوان یک زن یا مرد بیشتر شده و به دنبال یک شخصیت مجازی برای خود هستند.

همان‌گونه که در جدول شماره ۵ ملاحظه می‌شود جهت سنجش رابطه نوع کاربری با هویت جنسیتی از تحلیل عاملی با چرخش وریماکس استفاده شده است. بدین صورت که کاربری‌هایی چون خرید آنلاین، وبلاگ، پست الکترونیک، سایت‌های بهداشتی و سلامت، کسب اطلاعات و اخبار، جستجوهای علمی - تحقیقی در یک عامل قرار گرفته‌اند و با توجه به محتوای این کاربری‌ها، آن‌ها را به‌عنوان کاربری‌های اجتماعی نام‌گذاری نموده‌ایم، از سوی دیگر کاربری‌هایی چون سرگرمی‌های خاص فردی، سایت‌های سرگرمی، چت، بازی و دانلود بازی نیز عنوان کاربری‌های سرگرم‌کننده را یافته‌اند. براساس توضیحات فوق، رابطه کاربری‌های اجتماعی و هویت جنسیتی زنان و مردان با استفاده از آماره پیرسون موردآزمون قرار گرفت. نتایج حاصل از این آزمون نشان‌دهنده آن است که به هر میزان که

جدول شماره ۵ بررسی رابطه بین کاربری اجتماعی و هویت جنسیتی

متغیر	همبستگی پیرسون	شخصی	اجتماعی	هویت جنسیتی
کاربری اجتماعی زنان	ضریب پیرسون	۰/۱۰۰	۰/۲۷۱	۰/۱۹۱
	معنی‌داری	۰/۲۷۴	۰/۰۰۵	۰/۰۳
	تعداد	۱۲۲	۱۰۵	۱۲۲
کاربری اجتماعی مردان	ضریب پیرسون	۰/۰۵۳	۰/۲۴۷	۰/۰۹۱
	معنی‌داری	۰/۵۴۳	۰/۰۱	۰/۲۹۴
	تعداد	۱۳۵	۰/۱۰۸	۱۳۵

جدول شماره ۶ بررسی رابطه بین کاربری سرگرم‌کننده و هویت جنسیتی

متغیر	همبستگی اسپیرمن	شخصی	اجتماعی	هویت جنسیتی
کاربری سرگرم‌کننده کاربران زن	ضریب اسپیرمن	۰/۰۳۵	-۰/۲۱۹	-۰/۱۳۲
	معنی‌داری	۰/۷۰۳	۰/۰۲	۰/۱۴۸
	تعداد	۱۲۲	۱۰۵	۱۲۲
کاربری سرگرم‌کننده کاربران مرد	ضریب اسپیرمن	۰/۱۷۳	-۰/۳۰۳	-۰/۲۰۳
	معنی‌داری	۰/۰۴	۰/۰۰۱	۰/۰۱
	تعداد	۱۳۵	۱۰۸	۱۳۵

### تحلیل رگرسیونی

تاجفل، نمونه آماری مورد بررسی قرار گرفته‌اند. یافته‌های توصیفی نشان از آن دارد که میانگین میزان استفاده از اینترنت در مردان بالاتر بوده است به نحوی که یک تا سه ساعت در هفته بوده که برای زنان این میزان کمتر از یک ساعت در هفته است. این نتیجه، همسو با نتایج تحقیقات سازمان ملی جوانان (۱۳۸۴) و مطالعه جانسون و گاتسمن (۲۰۰۴) درباره جوانان نروژی می‌باشد. آن‌ها یادآور می‌شوند که فراوانی استفاده از اینترنت در بین پسران بیشتر می‌باشد؛ اما در مورد هویت جنسیتی، زنان میانگین بالاتری نسبت به مردان داشته‌اند.

همان‌گونه که در جدول شماره ۹، مشاهده می‌شود؛ برای بررسی اهمیت نسبی متغیرهای مستقل در پیش‌بینی هویت جنسیتی باید مقادیر B و Beta (ضرایب استاندارد شده) را مطالعه نمود. مقادیر جدول ضرایب نشان می‌دهد که کاربری سرگرم کننده بیشترین تأثیر مستقیم منفی (-۰/۴۴۶) را بر هویت جنسیتی داشته است. در حالی که متغیر میزان استفاده از اینترنت بیشترین تأثیر مستقیم مثبت (۰/۱۷۴)، بر هویت جنسیتی داشته است. در مجموع ۲۲ درصد از تغییرات هویت جنسیتی توسط این دو متغیر داخل در مدل تبیین می‌شوند و متغیرهای میزان استفاده و میزان تحصیلات به مراتب سهم بیشتری در پیشگویی متغیر هویت جنسیتی کاربران زن و مرد دارا بوده‌اند.

یافته‌های تبیینی پژوهش حاضر حاکی از آن است که رابطه‌ی معناداری بین میزان استفاده کاربران زن و مرد و هویت جنسیتی با مؤلفه‌های شخصی و اجتماعی وجود دارد؛ بنابراین می‌توان گفت اینترنت بر هویت جنسیتی اثرگذار است هر چه مدت‌زمان استفاده بیشتر باشد، تعلق به جنس خود در مقابل جنس مخالف تقویت می‌شود. مطابق نظریه استفاده، انگیزه‌ی استفاده از اینترنت از طریق تأثیر بر میزان استفاده از اینترنت بر هویت جنسیتی اثرگذار است و نکته قابل توجه آن است که میزان استفاده به‌طور مستقیم بر هویت جنسیتی مؤثر است. بین سابقه استفاده از اینترنت و هویت جنسیتی زنان رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد در حالی که سابقه کاربران مرد و هویت جنسیتی رابطه معناداری نداشته است.

### بحث و نتیجه‌گیری

پرس‌وجو درباره موضوع هویت در جهانی که این‌گونه پرشتاب و پیش‌بینی‌ناپذیر در حال دگرگونی در نمایه‌های فضایی و زمانی، تعاملات عمیق و رها از پای‌بست‌های بومی است، اصلاً غریب نیست. با توجه به اینکه اینترنت به‌عنوان یکی از ابزارهای سرعت بخش این تحول است و هیچ‌گونه انزوا گزینی و تأملی را برنمی‌تابد، آنچه در این مقاله مقمح نظر است، بررسی رابطه فضای مجازی به‌عنوان یک از منابع هویت‌ساز هویت جنسیتی زنان و مردان است که با اتخاذ رویکرد استفاده - خوشنودی و با استناد به تئوری گیدنز و

جدول شماره ۹ متغیرهای مستقل و زمینه‌ای وارد شده در مدل رگرسیونی

متغیرهای مستقل	ضرایب غیر استاندارد	ضرایب استاندارد	مقدار T	
			سطح معناداری	Beta
مقدار ثابت	3.162	.323	9.778	.000
کاربری سرگرم کننده	.032	.057	.562	.005
کاربری اجتماعی	.022	.084	-.259	.006
سابقه استفاده از اینترنت	-.084	.111	-.760	.448
مدت زمان استفاده از اینترنت	.149	.066	2.268	.024
نتایج همبستگی	ضریب همبستگی چندگانه <sup>۱۰</sup>	ضریب تعیین <sup>۱۱</sup>	خطای انحراف معیار برآورد شده	
			۰/۲۲۷	۰/۱۵
			۷/۵	۱/۲۱۲۴۵

10. Multiple R  
11. R Square  
12. Adjusted R Square

توجه به نتایج پژوهش حاضر، شکل‌گیری هویت جنسیتی افراد پیش از آنکه از فضای مجازی متأثر شود، بر نحوه فرهنگ پذیری و جامعه پذیری استوار بوده است که با استفاده از ابزارهای فرهنگی اجتماعی از جمله مذهب انجام می‌شود که کاربران جامعه آماری مذکور، از این امر مستثنی نبوده‌اند.

از دیگر فرضیاتی که در این پژوهش تأیید شد، رابطه معنادار بین نوع کاربری و هویت جنسیتی بود. با توجه به تحلیل عاملی، دو نوع کاربری اجتماعی و سرگرم‌کننده در تحقیق شناسایی شد. بین کاربری اجتماعی و هویت جنسیتی کاربران زن رابطه وجود داشته است. به نحوی که با افزایش میزان حضور کاربران زن در فضاهایی از قبیل جست‌وجوهای علمی، اخبار و اطلاعات و ... هویت جنسیتی قوی‌تری خواهند داشت.

این در حالیست که در مورد کاربران مرد این رابطه تأیید نشد، هرچند رابطه معنادار بین نوع کاربری سرگرم‌کننده و هویت جنسیتی مردان وجود داشته است. در واقع از بین رفتن قید زمان و مکان، حس تحرک بی‌سابقه‌ای را در درون فضای مجازی جاری ساخته و امکان تغییر و پنهان‌سازی جنسیت را فراهم ساخته تا فرد با ویژگی‌های جدید کاذب جنسیتی، هویت تازه‌ای را برای خود خلق و بر اساس آن به تعامل با افراد در فضای مجازی بپردازد. محیط‌های تعاملی متنوع در اینترنت همه به یکسان هویت جنسیتی را تضعیف نکرده‌اند، بلکه محیط‌های اجتماعی به جهت داشتن بار آگاهی و تعهد به نسبت چت و سرگرمی، در حفظ و تقویت هویت جنسیتی موثر بوده‌اند. چراکه تعامل در فضای مجازی، امکان شکل‌گیری نوع ویژه‌ای از حوزه عمومی را فراهم می‌سازد که در آن افراد عملاً قادر خواهند بود تا بسیاری از مفاهیم مسلم در حوزه‌های مختلف زندگی را به چالش گرفته و آن را به موضوعی جهت بحث و بازاندیشی عمومی قرار دهند. همچنین یافته‌های حاصل از تحلیل رگرسیون نشان داد که متغیرهای میزان استفاده از اینترنت و میزان تحصیلات در مجموع ۲۲ درصد از تغییرات هویت جنسیتی را تبیین می‌کنند.

به‌طور کلی فضای مجازی مجموعه‌ای از فرصت‌ها و تهدیدات را برای هویت جنسیتی فراهم می‌کند چراکه با امکان‌های متفاوت جهت ساخت هویت جنسیتی، بهره‌وری‌های کاربران زن و مرد را با توجه به تعاریف آن‌ها دگرگون ساخته است؛ بنابراین این زنان و مردان جامعه ما هستند که با شناختی که از بودن در فضای مجازی دارند، زمینه‌ساز ساخت هویت‌های جنسیتی قوی و ضعیف و هویت‌های فرا جنسیتی را فراهم می‌سازند. از سوی دیگر با

## فهرست منابع

- (علمی، علیزاده، ۱۳۸۸). عوامل اجتماعی مؤثر بر هویت جنسیتی دختران دانشجوی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، زن و مطالعات خانواده، سال اول، شماره سوم.
- (عنبرین، ۱۳۸۸). بررسی رابطه میزان و نحوه استفاده از اینترنت و هویت فرهنگی جوانان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه الزهرا.
- (کاستلز، ۱۳۸۴). گفتگوهایی با امانوئل کاستلز، ترجمه حسن چاوشیان و لیلا جوافشانی، تهران، نشر نی.
- (گرگی، ۱۳۸۵). اینترنت و هویت. فصلنامه مطالعات ملی، سال هفتم، شماره ۱.
- (گولومبرک و فی‌وش، ۱۳۸۷). رشد جنسیت، ترجمه مهرناز آرای، تهران، انتشارات ققنوس.
- (گیدنز، آ.، ۱۳۸۷). تجدد و تشخص (جامعه و هویت شخصی در عصر جدید)، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، نشر نی.
- (معمدنژاد، ۱۳۸۴). وسایل ارتباط جمعی، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
- (موسوی، ک، شعبی، م، حیدرخانی، ه، ۱۳۹۱). بررسی رابطه میان الگوی استفاده از اینترنت و هویت ملی دانشجویان، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر، سال ششم، شماره (۱۷).
- (carleson, N. Donald, H., 2010). *Psychology-the science of behaviour fourth*, Toronto: Pearson.
- (Drury, 2009). *Gender Identity and Weil-Being in Early Adolescence: Exploring the Roles of the Peer Group and the Gender Composition of the School Context Presented in Partial Fulfillment of the Requirements For the Degree of Master of Arts (Psychology) at Concordia University Montreal, Quebec, Canada.*
- (Holmes, 2007). *Virtual Politics: Identity and Community in cyberspace*. London: sage.
- (Johansson, A. Gatestman, G., 2004). "Internet addiction: Characteristics of a questionnaire and prevalence in Norwegian youth (12-18 years). *scandinavian journal of psychology*. (45). Pp. 223-229.
- (Larber, 2000). *Social Construction of Gender in Edgar*. *Encyclopedia of Sociology*, New York: *McMillan Reference*.
- (Randel, A. Jaussi, k., 2008). *Gender Social and Personal Identity, Sex Dissimilarity, Relationship Conflict, and Asymmetrical Effects*,
- (پیشگاهی فرد، ز، امیدواج، م، ۱۳۸۹). هویت دختران و زنان جوان ایرانی و نقش آنان در تمدن سازی، پژوهش زنان، دوره ۱، شماره ۱.
- (جنکینز، ر، ۱۳۸۱). هویت اجتماعی. ترجمه تورج یاراحمدی، تهران، نشر و پژوهش شیرازه.
- (چلبی، ۱۳۷۵). جامعه‌شناسی نظم، تهران، نشر نی.
- (دان، ۱۳۸۵). نقد اجتماعی پست‌مدرنیته: بحران‌های هویت، ترجمه صالح نجفی، تهران، نشر پردیس دانش.
- (دواس، ۱۳۸۲). پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی، تهران، چاپ اول، نشر نی.
- (دوران، ۱۳۸۲). هویت ملی و تعامل در فضای سایبرنتیک، مجله نامه پژوهش، تابستان ۱۳۸۲، شماره ۶.
- (دوران، ۱۳۸۲). هویت خانوادگی و تعامل در فضای سایبرنتیک، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی تربیت مدرس.
- (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵). رابطه‌ی حضور در فضای مجازی و هویت مدرن، پژوهشی در بین کاربران اینترنتی جوان ایرانی، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۳۳.
- (رفعت‌جاه، ۱۳۸۷). اینترنت و هویت اجتماعی، مجله جهانی رسانه، شماره ۵.
- (رفیع پور، ۱۳۸۴). کندوکاوها و پنداشته‌ها، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۴). بررسی شاخصهای استفاده از اینترنت. آشنایی با دستاوردهای پژوهشی سازمان ملی جوانان تهران. سازمان ملی جوانان، معاونت مطالعات و تحقیقات.
- (سیدامامی، ک.، ۱۳۸۷). **هویت‌های قومی از کجا بر می‌خیزند؟ مروری بر نظریه‌های اصلی، فصلنامه خط اول**، سال دوم، شماره ۷.
- (علیخانی، ا.، ۱۳۸۳). **مبانی نظری هویت**، چاپ اول، تهران، ناشر پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- (عقبلی، اسماعیلی، ۱۳۸۹). مقایسه وضعیت هویت ملی دانش‌آموزان دختر وابسته و غیر وابسته به اینترنت (چت)، فصلنامه تعلیم و تربیت شماره ۱۰۲.

*Small Group Research Volume 39 Number 4 .*

*August 2008 468-491*

(Siara, 2007). Uk Poles. Cyber Space and Identity issues at The British Sociological Association Annual Conference University of East London .

J Butler ., 1990, *Gender trouble. Feminism And the subversion of Identity*, London And New York: Rout;edge pp. 140-145.