

تحلیلی بر رابطه هویت جنسیتی جوانان با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

مرضیه امیربیک^۱، محمود بابایی^۲

دریافت: ۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۱، پذیرش: ۲۲ تیر ۱۴۰۱

DIO: 10.22034/RCC.2022.253925

چکیده

زمینه و هدف: اینترنت به عنوان یک فناوری نوین ارتباطی باعث تحولات پیچیده و سریع در روابط انسانی و الگوهای ارتباطی شده است و تأثیر شگرفی بر ساختارهای اجتماعی و فرهنگی جوامع کنونی دارد. با توجه به گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین جوانان من جمله فیس بوک، این تحقیق بر آن است که به ارائه تحلیل از رابطه این شبکه‌ها بر هویت جنسیتی جوانان، بپردازد.

روش: پژوهش حاضر با رویکرد کمی و از نوع پیمایشی است و داده‌های مورد نیاز از نمونه ۲۴۸ نفری جمعیت آماری دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد و از طریق نمونه‌گیری طبقه‌ای جمع‌آوری شده است.

یافته‌ها: یافته‌های این بررسی نشان می‌دهد رابطه مثبتی بین بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی در زنان و مردان وجود دارد. همچنین رابطه مثبت و معنادار بین جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه اجتماعی مجازی از طریق بازنمایی از نقش‌های جنسیتی و هویت جنسیتی گروه زنان را نشان می‌دهد در حالیکه در مورد گروه مردان رابطه معناداری حاصل نشده است. سایر نتایج نشان می‌دهد، هرچه میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی مجازی افزایش بیابد، میزان پذیرش و تعلق به هویت جنسیتی زنانگی کاهش می‌یابد، اما این رابطه در مورد مردان وجود ندارد.

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی مجازی، هویت جنسیتی، طرح‌واره‌های جنسیتی، جامعه‌پذیری جنسیتی.

۱. دانشجوی دوره دکتری، جامعه‌شناسی بررسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات و مربی دانشگاه غیرانتفاعی آرمان رضوی، مشهد، ایران. (نویسنده مسئول)
Email: marzieh.amirbeik@yahoo.com

۲. استادیار، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، تهران، ایران.
Email: babaie@irandoc.ac.ir

مقدمه و طرح مسئله

هویت^۱ یکی از موضوعاتی است که در دهه‌های اخیر ذهن اندیشمندان علوم اجتماعی به آن معطوف شده است. یکی از مهم‌ترین ابعاد زندگی انسان‌ها شکل‌گیری هویت است که چگونه بودن را در خصوص نقش‌های اجتماعی به فرد القا می‌کند و مجموعه‌ای از معانی را برای فرد ایجاد می‌کند که مرجع چستی و کیستی وی را تشکیل می‌دهد. هویت ابعاد و انواع گوناگونی دارد که هویت جنسیتی^۲ یکی از مهم‌ترین آن‌ها است.

در تمامی جوامع بشری، یکی از مهم‌ترین ملاک‌های اجتماعی و فرهنگی برای دسته‌بندی افراد جامعه، جنسیت^۳ است. به عقیده بسیاری از جامعه‌شناسان، جنسیت ویژگی مهمی است که به طور اساسی تعیین‌کننده ادراکات، نگرش‌ها، رفتارها و منزلت افراد در جامعه بوده و خود نیز به شدت تحت تأثیر یادگیری اجتماعی و فرهنگی شکل می‌گیرد. (گرت، ۱۳۸۲: ۱۲). جنسیت هر فرد یکی از منابع بسیار مهم است که باعث ایجاد شناخت فرد از خود می‌شود. بر اساس این مقوله اجتماعی، جمعیت انسانی به دو گروه زنان و مردان تقسیم می‌شود. پسر یا دختر بودن، پیامدهای بسیار مهمی در اغلب جنبه‌های زندگی فرد به شمار می‌آید، از انتظاراتی که دیگران از او دارند تا رفتار اطرافیان با او و رفتار خودش با دیگران را شامل می‌شود. (همان: ۲۵)

در شکل‌گیری هویت جنسیتی، عوامل گوناگونی نقش دارند در واقع افراد از منابع گوناگونی در شکل‌گیری هویت جنسیتی مانند خانواده، دوستان، مدرسه، کتاب، فیلم و... رفتار جنسیتی زنانه و مردانه را می‌آموزند که در این راستا نظام آموزشی و رسانه‌های جمعی در وادار ساختن مردم و نهادینه کردن الگوهای رفتار جنسیتی در افراد نقش اساسی دارند. (احمدی، ۱۳۸۹: ۷) اهمیت مسائلی چون بحران هویت جنسیتی به‌ویژه در حیطه دختران و پسران در سال‌های اخیر صاحب نظران عرصه‌های روان‌شناسی و جامعه‌شناسی را به خود مشغول داشته است.

تحولات دهه‌های اخیر در زمینه‌های فرهنگی و ساختاری به‌ویژه نوگرایی و پیشرفت فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی در عرصه جهانی به بحران هویت و تعارض در منابع هویت ساز منجر شده است. با گسترش فرایند جهانی شدن روز به روز قلمرو روابط زندگی اجتماعی گسترده‌تر و

دنیای اجتماعی افراد بزرگ‌تر و احساس کنترل‌ناپذیر شدن چنین دنیایی را در افراد به وجود می‌آورد به‌ویژه شبکه جهانی اینترنت، با دگرگونی در مفاهیم زمان و مکان و تغییر در اشکال نوین ارتباطی و ایجاد مراجع نوین هویت، موجب پیدایش ذهنیت‌های ناپایدار و هویت‌های تازه شده است. (حبیبی، فتحی و محمدبخش، ۱۳۸۹: ۱۲۱-۱۰۱)

ما امروزه شاهد تغییرات بسیاری در رفتارها و الگوهای جوانان مانند تغییر در انتظارات و خواسته‌ها، سرباززدن از انجام نقش‌های متعلق به جنسیت‌شان و کاهش منزلت بعضی از این نقش‌ها مثل انجام نقش‌هایی که زنانه قلمداد می‌شود مانند خانه داری یا نقش مادری و...، توجه زیاد به مد و آرایش در میان دختران و پسران، مقابله با الگوهای سنتی، حضور در عرصه‌های اجتماعی، نارضایتی از جنسیت و کاهش میزان تعهد و رضایت افراد از جنسیت‌شان و از سویی دیگر عضویت و فعالیت بسیاری از آنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی را شاهدیم.

بنابراین این موضوع می‌تواند برگرفته از این زمینه کلی باشد که گسترش روز افزون رسانه‌های اجتماعی سایبری، قابلیت این رسانه‌ها، انتشار اطلاعات و آگاهی و ارتباط با افراد بسیاری از سراسر دنیا باعث شده در جوانان گرایش بسیاری نسبت به فعالیت در این شبکه‌های اجتماعی ایجاد شود. این شبکه‌ها تأثیر بسزایی بر نگرش‌ها، رفتارهای جوانان و فرایند اجتماعی شدن آنها به دنبال دارد که باعث ایجاد تغییراتی در نگرش آنان نسبت به هویت‌شان شده است.

از جمله مطالعات صورت گرفته در این حیطه میتوان به پژوهش‌های سفیری و محمدی (۱۳۸۴) که در ارتباط با هویت جنسیتی مادران و دختران پرداخته و به مسئله شکاف نسل‌ها در این پژوهش تأکید دارد و یا پژوهش قاراخانی (۱۳۸۶) که در زمینه هویت جنسیتی دختران و نگرش آنها به ارزش‌های زنانه، صورت گرفته است، همچنین می‌توان به مطالعات احمدی (۱۳۸۹) اشاره نمود که در زمینه تأثیرات وسایل ارتباطی نوین بر هویت جنسیتی جوانان پرداخته است اشاره نمود. قاراخانی (۱۳۸۶) در پژوهشی با عنوان هویت جنسیتی دختران و نگرش آنان به ارزش‌های زنانه و رابطه آن با پایگاه اجتماعی اقتصادی را مورد مطالعه قرار داد. نتایج این پژوهش به وجود تنوعی از هویت‌های زنانه در میان دختران دانش آموز شهر تهران، برخی اختلافات

به هویت‌یابی فرد و حل بحران‌ها و ناسازگاری‌های هویتی عمل کرده است.

در مورد هویت جنسیتی تاکنون مطالعات چندی صورت گرفته است که در بالا اشاره شد، و داده‌های موجود به بسیاری از سؤالات در زمینه این نوع هویت، پاسخ نداده‌اند. مطالعات صورت گرفته تاکنون به بررسی رابطه عوامل اجتماعی و فرهنگی از جمله تبعیض جنسی در خانواده، هرم قدرت در خانواده، نظر فرد نسبت به جایگاه زن در اجتماع و خانواده، پایگاه اجتماعی اقتصادی خانواده و رابطه آن با هویت جنسیتی پرداخته شده است اما به بسیاری از جنبه‌ها تاکنون پرداخته نشده و سؤالات بسیاری را بدون پاسخ گذاشته است از جمله آن تأثیر فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی نوین مانند رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی سایبری^۴ که این روزها کاربران بسیاری را به‌ویژه از میان قشر جوانان به خود اختصاص داده است.

در زمینه تأثیر این رسانه‌ها بر هویت جنسیتی جوانان، به‌ویژه با توجه به تأثیری که این رسانه‌های نوین اجتماعی در تولید و نهادینه کردن ارزش‌ها و هنجارها جدید در افراد دارد، هویت آنان در معرض این شبکه‌ها دستخوش تغییرات بسیاری می‌شود، که خود نشان دهنده اهمیت مطالعه در این زمینه می‌باشد.

در این پژوهش به دنبال پاسخ به این پرسش هستیم که رسانه‌های نوین مانند شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیسبوک)، میزان فعالیت و میزان ارتباط در آن تا چه میزان بر هویت جنسیتی جوانان تأثیر دارد؟ برای بررسی این موضوع ابتدا به تعریف هویت، هویت جنسیتی و جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه‌های اجتماعی مجازی از طریق بازنمایی از نقش‌های جنسیتی^۵ پرداخته سپس به تعریف و بررسی شبکه‌های اجتماعی مجازی، فرصت‌ها و قابلیت‌های آن می‌پردازیم.

هویت و هویت جنسیتی

هویت، ساختاری زنده و پویاست که عناصر آن در یکدیگر تأثیر دارند از جمله این عناصر جنسیت است. هویت جنسیتی را به عنوان معنای مردانگی یا زنانگی تعریف می‌کنند (کارلسون، ۲۰۱۰؛ به نقل از رضادوست و همکاران، ۱۳۹۹: ۴۷). هویت جنسیتی تجربه شخصی از خود در مقام مرد یا زن بودن است، چنانچه اگر از یک

را در زمینه نگرش به ارزش‌های زنانه نشان می‌دهد. بر این اساس دختران متعلق به پایگاه اجتماعی اقتصادی بالاتر پایبندی کمتری به ارزش‌های زنانه دارند در حالی که پایبندی دختران متعلق به پایگاه اجتماعی اقتصادی پایین‌تر به ارزش‌های زنانه بیشتر است. قائمی‌فر و حمایت‌خواه جهرمی (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان تأثیرات عوامل خانوادگی بر شکل‌گیری هویت جنسیتی دختران دانشگاه جهرم را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های این تحقیق نشان از همبستگی میان متغیرهای تبعیض جنسیتی، تقسیم کار در خانواده، هرم قدرت در خانواده و پایگاه اجتماعی-اقتصادی با متغیر هویت جنسیتی (سنتی/ مدرن) دارد. بدین ترتیب هرچه تبعیض جنسیتی شدیدتر، تقسیم کار جنسیتی در خانواده سنتی‌تر، هرم قدرت در خانواده سنتی‌تر و پایگاه اجتماعی اقتصادی پایین‌تر است و هویت دختران به صورت سنتی‌تر شکل می‌گیرد. همچنین نتایج این پژوهش نشان دهنده همبستگی میان متغیر سن و هویت است، یعنی افراد مسن‌تر دارای هویت سنتی‌تر از افراد جوان‌تر می‌باشند. محل سکونت نیز در شکل‌گیری این هویت تأثیر داشته است. حسین احمدی (۱۳۸۸) در تحقیق خود با عنوان اجتماع مجازی و ناسازگاری هویتی (فرصت‌ها و تهدیدها) به ظهور دنیای مجازی و گسترش عضویت در این گروه‌ها و مسئله ناسازگاری هویتی پرداخته است. روش وی در این پژوهش روش کتابخانه‌ای است که ضمن مرور بر تعاریف و گونه‌شناسی هویت و اجتماع مجازی تلاش کرده نسبت بین این دو پدیده را مشخص کند. ایمان و حائری (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان بررسی عوامل اجتماعی، فرهنگی مرتبط با هویت جنسیتی دختران جوان؛ نشان می‌دهند بین میزان علاقه فرد به خانواده، نظر فرد نسبت به جایگاه زن در اجتماع و خانواده، علاقه به دوستان، اعتماد به رسانه‌های داخلی و هویت جنسیتی آنان رابطه معناداری وجود دارد. این تحقیق ترکیبی از نظریات فمینیست‌ها، جنکینز و تاجفل است یافته‌های پژوهشی مبنی بر آن است که تحقیقات موجود در دو دیدگاه متناقض در زمینه تأثیر عضویت در اجتماع مجازی بر ناسازگاری هویت نشان‌دهنده آن است که عده‌ای مخالف تأثیر و عده‌ای موافق تأثیر فضای مجازی و ناسازگاری هویت هستند. عده‌ای از محققان با نگرش مثبت به شکل‌گیری و گسترش اجتماعات مجازی به این نتیجه رسیده‌اند که عضویت در این فضاها در جهت کمک

محدودیت‌ها و دغدغه‌های فضای واقعی صورت می‌گیرد. در این شبکه‌ها تعامل بین گروه‌های همفکر و دوستان صورت می‌گیرد و از ویژگی‌های تعامل در این شبکه‌های اجتماعی باز بودن و عدم تمرکز است. هایدمان^۱ معتقد است که «شبکه‌های اجتماعی مجازی گونه‌ای از الگوهای تماس هستند که در آنها تعاملات و ارتباطات بین عوامل شبکه‌ای یک پایگاه فنی و زیرساخت اینترنت مورد پشتیبانی قرار می‌گیرد. در این شبکه‌ها، هدف، علاقه یا نیاز مشترک می‌تواند عنصری پیوند دهنده باشد که باعث می‌شود تا عوامل مرتبط حتی بدون حضور فیزیکی احساس کنند که در یک اجتماع و جمع حقیقی قرار گرفته‌اند.» (هایدمان، ۲۰۱۰: ۲). شبکه‌های اجتماعی مجازی رسانه‌ای هستند که امور تولید، توزیع و ویدئو، صدا، متن در آن توسط کاربران انجام می‌شود و در محیط اجتماعی منتشر و بین کاربران به اشتراک گذاشته می‌شود.

فضای مجازی و هویت

اینترنت دارای قابلیت است که به واسطه آن افراد می‌توانند خودهای جدیدی را در دنیاهای جدید بسازند. این امور ممکن است در دنیای مادی اصلا وجود خارجی نداشته باشند یا فرد به زعم خودش قادر به دستیابی به آن نباشد. این‌ها استفاده از فضای مجازی را برای کاربران جذاب‌تر می‌کند. بدین ترتیب، فضای مجازی به مکانی برای معرفی و نمایش شخصیت فرد تبدیل می‌شود. البته قضیه به همین جا ختم نمی‌شود؛ زیرا امکان دارد که تصویر ارائه شده از سوی یک فرد در فضای مجازی، توسط دیگران به صورت‌هایی غیر از شکل مورد نظر وی تفسیر شود. (اسلوین، ۱۸۱: ۱۸۸۲) حتی امکان معرفی خود در سایت‌های مختلف به صورتهای گوناگون وجود دارد. به طوری که افراد بتوانند در جریان ارتباط‌گیری، «هویت الکترونیک چندگانه‌ای» را برای خود بسازند و هر بار خود را به یک صورت نشان دهند. تلویزیون و سایر رسانه‌ها فاقد این ویژگی خاص فضای مجازی‌اند. در مجموع، هویت اینترنتی یا هویت مجازی با دیدگاه‌های متعارف درباره هویت جور نیست. دیدگاه‌های متعارف درباره هویت به دنبال کلیشه‌سازی درباره مفهوم هویت و یکپارچه نشان دادن آن هستند و تأثیر کلی آن را بر فرد در نظر می‌گیرند (بل، ۲۰۰۱: ۱۹۱). اما با این اوصاف در فضای مجازی استفاده از چنین تعاریفی برای هویت دشوار می‌شود

مرد یا زن بپرسند چه چیزی سبب تمایز زن از مرد می‌شود به مجموعه‌ای از ویژگی‌ها اشاره می‌کند. (گولومبرگ و فی وش، ۱۳۷۸: ۱۲).

در تعریف دیگر هویت جنسیتی آن بخش از رفتارها و نگرش‌های فرد نسبت به جنسیت خویش است که تحت تأثیر شرایط فرهنگی و اجتماعی شکل می‌گیرد. هویت جنسیتی از طریق تعامل اجتماعی شکل گرفته و از کانال کارگزاران جامعه‌پذیری به افراد منتقل می‌شود و افراد از طریق این هویت به بازتولید ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی می‌پردازند که محیط اجتماعی برای یک دختر و یک پسر تصویب کرده است. بخش مهمی از شناخت‌های مربوط به ویژگی‌ها و هویت جنسیتی ناشی از عقاید قالبی و کلیشه‌هاست. (رحمتی، ۱۳۷۱: ۱۱).

فضای مجازی^۶

فضای مجازی (Cyberspace) در حقیقت نوعی فرا فضا و فضای ذهن است، فضایی است که همه جا 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 گسترده‌تر می‌بخشد اما در همان حال او را وابسته‌تر، بی‌قدرت‌تر و مضطرب‌تر از پیش می‌کند. فضای مجازی، فضای سیال و بی‌حدودی است که به سادگی همیشه در دسترس همگان است اما به همان سادگی که ایجاد می‌شود، از بین رفته و محو می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۴: ۱۵۷). ترکل^۷ معتقد است فضای مجازی باعث حذف جسمیت فرد شده و این آزادی موجب تجربیات متعددی می‌شود به طوری که فرد می‌تواند هویت‌ها و موقعیت‌های متفاوتی را تجربه کند که هیچ‌گاه در جهان واقعی قادر به تجربه آنها نبوده است (ترکل، ۱۹۹۶). فضای مجازی، جهان ذهنی اطلاعات و شبکه‌های الکترونیکی است که به واسطه اینترنت قابل دسترسی است و مرزهای نامحدودی دارد. این فضای مجازی با هدف ایجاد یک جهان کامل در اطراف انسان که به نوعی امکان ورود به حریم خصوصی افراد را فراهم می‌کند، ایجاد شده است.

شبکه‌های اجتماعی مجازی

شبکه‌های اجتماعی مجازی یکی از بسترهای زندگی در عصر اطلاعات است که تعامل در آن آسان‌تر و فارغ‌تر از

رسانه‌های مجازی قرار دارند و متأثر از جریان‌های فکری از سراسر دنیا می‌باشند، بیشتر به سمت هویت جنسیتی مدرن و تغییر نگرش‌ها و نقش‌های جنسیتی خود می‌باشند.

بر اساس نظریه کنش متقابل نمادین، می‌توان بیان کرد که رسانه‌های مجازی چارچوب تعاملی جدیدی را در برقراری ارتباطات بین فردی به وجود آورده‌اند و سیر تحولات اخیر در عرصه‌های ساختاری و گسترش نوگرایی در سطح جهانی، سبب تعدد و تنوع و گاه تعارض در منابع شکل‌گیری هویت و در نتیجه تغییرات و یا بحران هویت شده است (ساروخانی و رفعت جاه، ۱۳۸۳). از جمله این تغییرات شکل‌گیری رسانه‌های اجتماعی مجازی است که شرایطی را فراهم ساخته که جوانان امروزی با فعالیت در این شبکه‌ها، هویت خود را بیشتر مورد بازنگری قرار می‌دهند. پیتر (۲۰۰۱) معتقد است هویت جنسیتی افراد تحت تأثیر عواملی همچون جهانی شدن و شکل‌گیری فناوری‌های نوین ارتباطی شکل و جهت می‌گیرد (رضادوست و همکاران، ۱۳۹۹: ۴۷). بنابراین فعالیت، میزان و نوع ارتباط در این رسانه‌ها و این شبکه‌های مجازی می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای نمایش هویت‌های جدید و بازنگری آنها در اختیار کاربران خود قرار دهد.

گیدنز هم در نظریات خود در زمینه مدرنیته و بازنمایشی؛ بر این نظر اعتقاد دارد که جهانی شدن موجباتی را فراهم ساخته است که بر اساس آن انسان‌ها خودمختاری نسبی بیشتری را در زندگی اجتماعی خود تجربه می‌کنند که گیدنز از آن با عنوان بازنمایشی یاد می‌کند و وسایل ارتباط جمعی مدرن را ابزارهایی می‌داند که به گسترش هر چه بیشتر مدرنیته و افزایش سطح تعاملات میان فردی و گروهی منتج شده است و گستره این ارتباطات بدون حد و مرز زمانی و مکانی، هویت‌ها را به چالش کشیده است (همان: ۴۵-۴۶).

بر اساس نظریه کلیشه‌سازی که به بازنمایی و تأثیر رسانه‌ها بر شکل‌گیری و شناخت عمومی می‌انجامد می‌توان به بررسی این موضوع پرداخت که بازنمایی از جنسیت و نقش‌های جنسیتی در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی تا چه میزان بر هویت جنسیتی کاربران آنها می‌تواند تأثیرگذار باشد. در مناسبات جنسیتی در رسانه‌ها معمولاً مردان به صورت انسان‌هایی مسلط، فعال، مهاجم و مقتدر و زنان به صورت انسان‌هایی تابع، منفعل، تسلیم، احساساتی

و با گسترده‌تر شدن مرزهای هویتی، مرزبندی هویت واقعی و تخیلی در اینترنت مخدوش می‌شود.

به هر حال، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی محصول درهم شکستگی هستی شناختی و پیچیده‌تر شدن فزاینده تفاوت‌های فردی هستند و با آن سنخیت تام دارند. امروزه حتی اعضای خانواده‌ها و همسایگان نیز به ندرت معنای واحدی از هویت در ذهن دارند. این امر تشخیص اصالت‌ها را روز به روز دشوارتر می‌سازد. آلن تورن به خوبی این شرایط به ظاهر تناقض آمیز انسانی را توصیف کرده است: «ما در سکوت زندگی می‌کنیم، در شلوغی به سر می‌بریم، منزوی هستیم، در دریای خلق گم شده‌ایم» (تورن، ۱۳۸۰: ۲۰۱). از این حیث، هویت مجازی را می‌توان با فرایند اساساً مدرن تشکیل هویت به وسیله خویشتن و رسیدن به فهمی از خود و هویت‌یابی مربوط دانست. فرد در دوره مدرنیته از جا کنده می‌شود و اضطراب‌های وی افزایش پیدا می‌کند. اینترنت نه تنها این وضع را متحول کرد؛ بلکه به آن شدت بخشید. در اینجا ساختار و فردیت به هم می‌رسند و توأم‌اً مهم‌ترین جنبه پست مدرنیستی اینترنت را می‌سازند. امکانات موجود برای انتخاب انواع متفاوت خروجی‌های اینترنت نه تنها فردیت کاربران را تقویت می‌کند؛ بلکه موجب تکثر بیشتر می‌شود. در عین حال، همزمان با افزایش میزان تفاوتها در اثر رشد استفاده عمومی از اینترنت، جهان بینی‌های افراد و اگر اثر میشود (گیبینز و ریمر، ۱۳۸۸: ۷۸) اینترنت شبیه یک بازار ارتباطی است و همین به تکثر هویتی و رشد فردیت کمک می‌کند و اشکال ابراز وجود شخصی را متنوع‌تر می‌کند، اما در عین حال نمی‌توان از این ایراد چشم پوشی کرد که وسایل ارتباطی به تدریج نقش فزاینده‌ای در سست کردن انسجام اجتماعات واقعی و ذره‌ای کردن جوامع انسانی دارد. همچنین اینترنت باعث رشد یک فرهنگ شخصی شده و حاصل تخیلات، تصورات و پندارهای فردی است. (معمار و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۶۲)

ادبیات نظری تحقیق

با توجه مباحث نظری و پژوهش‌های تجربی که تاکنون صورت گرفته و بر اساس این نکته که تحولات جامعه و فناوری‌های نوین باعث گذر جامعه از سنتی به مدرن شده‌اند، هویت جنسیتی قابل ارزیابی و تحلیل است. می‌توان انتظار داشت افرادی که بیشتر در معرض فناوری‌های نوین همانند

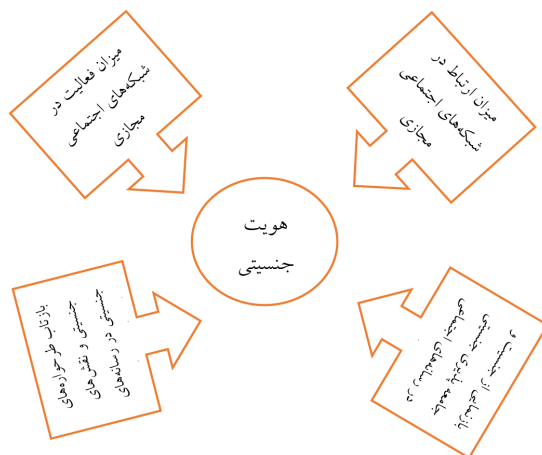
جدول ۱. ادبیات نظری تحقیق (تدوین: نگارنده)

متغیر مستقل	گزاره اصلی	نظریه
فعالیت و ارتباط در شبکه‌های اجتماعی مجازی	جنسیت پدیده‌ای است که به صورت مداوم و پیوسته آموخته و در جریان تعامل و کنش با دیگران ساخته و پرداخته و مورد بازاندیشی می‌شود.	کنش متقابل نمادین / نظریه بازاندیشی گیدنز
بازنمایی از جنسیت و جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه‌های اجتماعی مجازی	بازنمایی و جامعه‌پذیری توسط رسانه‌ها به شکل‌گیری باورهای عمومی می‌انجامد.	کلیشه سازی
بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی و نقش‌های جنسیتی در رسانه‌های اجتماعی مجازی	نقش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی شکل گرفته از طریق فرهنگ و رسانه‌ها بخشی از فرایند تحول هویت جنسیتی است.	طرح‌واره جنسیتی

مورد بررسی قرار می‌دهیم. چارچوب نظری این پژوهش در «جدول ۱» درج شده است. این رویکردهای نظری به عنوان راهنمایی برای تدوین مدل مفهومی و طرح فرضیات پژوهش به کار گرفته شده‌اند.

فرضیات پژوهش

فرضیه اول: به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران و بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.



نمودار ۱. مدل تحلیلی تحقیق (تدوین: نگارنده).

تصویر کشیده می‌شوند.

درواقع رسانه‌ها به عنوان یکی از عوامل جامعه‌پذیری جنسیتی با نشان دادن تصویر متفاوتی از زنان و مردان با ماهیت دلخواه خود بر نقش‌ها و نگرش‌های مرتبط با هویت جنسیتی کاربران خود صحنه می‌گذارند. در چنین وضعیتی رسانه‌ها، وظیفه بازنمایی از نقش‌های جنسیتی یا تصورات قالبی جنسیتی را به عهده دارند که در نتیجه بر رفتار و هویت جنسیتی کاربران خود تأثیر می‌گذارند.

مطابق با نظریه طرح‌واره جنسیتی افراد کلیشه‌ها و عقاید قالبی مربوط به صفات مردانه یا زنانه را بر اساس هویت جنسیتی‌شان می‌آموزند. بزم (۱۹۸۱) معتقد است که هر یک از ما به عنوان بخشی از ساختار دانش خود طرح‌واره‌های جنسیتی یا مجموعه‌ای از تداعی‌های مرتبط با جنسیت داریم. بنابراین طرح‌واره جنسیتی آمادگی یا زمینه اصلی را برای پردازش اطلاعات بر مبنای جنسیت عرضه می‌کند (حجازی و رضا دوست، ۱۳۹۱: ۶۱؛ به نقل از مقدم، ۱۳۹۷: ۹۴). فرهنگ و رسانه‌ها در رشد جنسیت فرد نقش مهمی بر عهده دارند و این نقش از طریق ایجاد و شکل‌گیری طرح‌واره‌های جنسیتی آشکار می‌شود و زن و مرد به گونه‌های مختلفی در رسانه‌ها بازنمایی می‌شوند و زمینه‌ساز کسب هویت جنسیتی در افراد می‌شود (همان: ۹۸). رسانه‌ها و فرهنگ شکل گرفته در آن طرح‌واره‌ها و هنجارهای اجتماعی مورد نظر خویش را در فضای مجازی گسترش داده که باعث شکل‌گیری و تغییر در هویت جنسیتی و نگرش نسبت به نقش‌های جنسیتی می‌شود و ساختار هویت جنسیتی فرد را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد.

با توجه به مطالب ارائه شده در بالا، به صورت کلی میتوان بیان کرد پذیرش هویت جنسیتی توسط افراد و شکل‌گیری نگرش جنسیتی در آنها موجب می‌شود تا آنها با اتخاذ نگرش و موضع خاص، احساس، ادراک و ارزیابی متفاوتی از پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی داشته باشند و بالطبع رفتارهای متفاوت و متمایزی در قبال آن انجام دهند. در پذیرش و شکل‌گیری این نگرش جنسیتی، فرهنگ و رسانه‌ها نقش بسزایی بر عهده دارند. امروزه گسترش فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی مانند رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی در جامعه‌پذیری جوانان نقش مهمی را بر عهده دارد که در این پژوهش، جامعه‌پذیری جنسیتی و بازنمایی از جنسیت توسط این رسانه‌ها را

جدول ۲. حجم نمونه پژوهش.

حجم نمونه	گروه آموزشی
۱۱۲ نفر	علوم انسانی
۶۱ نفر	فنی
۴۵ نفر	پزشکی
۳۰ نفر	سایر

جدول ۳. محاسبه پایایی پژوهش.

نام متغیر	ضریب آلفای کرونباخ	نتیجه
بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی	۰/۷۶	تأیید پایایی
جامعه‌پذیری جنسیتی	۰/۶۲	تأیید پایایی
هویت جنسیتی زنانه	۰/۶۶	تأیید پایایی
هویت جنسیتی مردانه	۰/۶۵	تأیید پایایی

یافته‌های تحقیق

ویژگی‌های جمعیتی این مطالعه به شرح «جدول ۴» می‌باشند.

جدول ۴. ویژگی‌های جمعیتی پژوهش.

متغیرهای اسمی	درصد
جنسیت	زن: ۲۰.۵۵ مرد: ۸۰.۴۴ کل: ۱۰۰
سن پاسخگویان	کمتر از ۲۰ سال: ۸.۵۲ ۲۱-۲۳ سال: ۲۰.۲۶ ۲۴-۲۶ سال: ۳۰.۹ ۲۷-۲۹ سال: ۸.۴ بدون پاسخ: ۹.۶
وضعیت تأهل	مجرد: ۸۰.۸۵ متاهل: ۱۹.۱۴
میزان تحصیلات	فوق دیپلم: ۹.۳۹ لیسانس: ۹.۳۳ فوق لیسانس و بالاتر: ۷.۹ بدون پاسخ: ۵.۱۶
رشته تحصیلی	فنی: ۶.۲۴ انسانی: ۲۰.۴۵ پزشکی: ۱۰.۱۸ سایر: ۱۰.۱۲

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران با جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه سوم: به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران با میزان استفاده و فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه چهارم: به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران با میزان ارتباط کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

روش تحقیق

این مطالعه با رویکرد کمی و از نوع پیمایشی است. تحقیق پیمایشی فرایندی پژوهشی است که به منظور جمع‌آوری اطلاعات درباره این موضوعات که گروهی از مردم چه می‌دانند، چه فکر می‌کنند و یا چه کاری انجام می‌دهند صورت می‌پذیرد. این گونه تحقیقات عمدتاً به عنوان نظرخواهی و نظرسنجی‌ها اشتهار دارند. جامعه آماری این مطالعه عبارت از کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد در سال تحصیلی ۱۳۹۳ می‌باشند. حجم جامعه آماری در این پژوهش برابر ۵۵۰۰ نفر است. که با توجه به حجم بالای جامعه آماری اقدام به نمونه‌گیری شده است. در این تحقیق از شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی استفاده کرده‌ایم. که طبقات نمونه‌گیری همان رشته تحصیلی دانشجویان است. برای تعیین حجم نمونه، ابتدا با انتخاب یک نمونه اولیه به حجم دلخواه ۲۰ نفر، اقدام به برآورد واریانس نموده‌ایم. سپس با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه را برآورد کرده ایم که حجم نمونه برآورد شده برابر با ۲۴۶ نفر است. حال با توجه به حجم دانشجویان در هر رشته با تخصیص متناسب این تعداد به طبقات اختصاص داده می‌شود که در «جدول ۲» حجم نمونه نشان داده شده است.

ابزار گردآوری اطلاعات در این مطالعه پرسشنامه محقق ساخته است. جهت محاسبه قابلیت اعتماد (پایایی) از فرمول کرونباخ استفاده شده است. این روش برای محاسبه همبستگی درونی ابزار اندازه‌گیری از جمله پرسشنامه‌ها یا آزمون‌هایی که خصیصه‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کند بکار می‌رود. «جدول ۳» ضریب آلفا کرونباخ را نشان می‌دهد:

جدول ۵. تحلیل آماری متغیرهای تحقیق.

نام متغیر	میانگین	انحراف معیار	واریانس	کمینه	بیشینه
بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی	۳۳.۳	۵۲۲.۰	۲۷۳.۰	۱	۶۹.۴
جامعه‌پذیری جنسیتی	۵.۳	۵۸۴.۰	۳۴۲.۰	۲	۵
هویت جنسیتی زنانه	۴۹.۳	۵۸.۰	۳۳۷.۰	۳.۱	۴۲.۴
هویت جنسیتی مردانه	۳۹.۳	۵.۰	۲۴۹.۰	۸.۱	۸.۴
میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی مجازی	۲۸.۲	۸۶۶.۰	۷۵۱.۰	۰	۴.۴
نگرش جنسیتی زنانه	۵۲.۳	۶۹۴.۰	۴۸۲.۰	۳۳.۱	۴۲.۴
نگرش جنسیتی مردانه	۵۶.۳	۴۹.۰	۲۴.۰	۵.۲	۶.۴
میزان ارتباط کاربران	۸۱.۲	۷۳.۰	۵۳۳.۰	۱	۵

روش به‌کارگرفته شده روش اینتر است و متغیرهای وارد شده عبارتند از: میزان ارتباط در شبکه‌های اجتماعی مجازی، جامعه‌پذیری جنسیتی، بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی، میزان فعالیت و استفاده از رسانه‌های اجتماعی مجازی. بر اساس نتایج بدست آمده؛ مقدار ضریب تعیین برابر ۰/۲۱ است که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل ۲۱ درصد تغییرات مربوط به متغیر وابسته را تبیین می‌کنند.

مدل	درجه آزادی	مقدار آماره آزمون فیشر	مقدار احتمال آزمون
رگرسیون	۵	۱۹.۳	۱۳.۰
مانده‌ها	۶۰		
کل	۶۵		

مقدار احتمال مربوط به آنالیز واریانس یک طرفه برابر ۰/۰۱۳ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است و نشان می‌دهد مدل رگرسیونی معنی‌دار است.

نام متغیرها	ضریب تأثیر	مقدار آماره آزمون تی	مقدار احتمال آزمون
مقدار ثابت	۶۶۴.۱	۶۸۳.۲	۰۰۹.۰
بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی	۱۲۹.۰	۰۸.۱	۲۸۴.۰
جامعه‌پذیری جنسیتی	۴۴۸.۰	۳۴۵.۳	۰۰۱.۰
میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی	-۱۳۳.۰	-۶۳۴.۱	۱۰۷.۰
میزان ارتباط در رسانه‌های اجتماعی	-۰۸۲.۰	-۷۵۴.۰	۴۵۴.۰

تحلیل آماری متغیرهای تحقیق مطابق «جدول ۵»

است.

بررسی توصیفی انجام شده بر روی داده‌ها حاکی از آن است که میزان تعلق به هویت جنسیتی در بین دو جنس، به طور میانگین «متوسط رو به بالا» ارزیابی شده است؛ به طوریکه در طیف نمره ۱ تا ۵، در هویت جنسیتی زنانه با (شاخص تعلق به هویت زنانه) نمره ۳/۴۹ و در هویت جنسیتی مردانه (با شاخص تعلق به هویت مردانه) نمره ۳/۳۹ کسب شده است. بنابراین می‌توان به این نتیجه رسید که افراد مورد مطالعه اعم از زن و مرد تا حد زیادی تعلق به هویت جنسیتی خود را پذیرفته‌اند.

متغیر بعدی بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی است که در این پژوهش طرح‌واره جنسیتی زنانگی با شاخص‌هایی هم چون عاطفی بودن، ملایم بودن، دلبستگی، خجالتی، وفادار، زودباور، تابع و طرح‌واره جنسیتی مردانگی با شاخص‌هایی همچون جاه‌طلبی، استقلال، منطقی بودن، رقابت جویی، سلطه‌گری مورد بررسی قرار گرفته است. توصیف این متغیر نشان می‌دهد که به طور میانگین نمره پاسخگویان به طرح‌واره‌های جنسیتی «متوسط رو به بالا» است؛ به طوریکه در طیف نمره ۱ تا ۵ میانگین رقم ۳/۳۳ است. جامعه‌پذیری جنسیتی از طریق بازنمایی از نقش‌های جنسیتی به عنوان متغیر بعدی در بین جوانانی که پاسخگوی پرسشنامه بوده‌اند، با ۳/۵۰ نمره «متوسط رو به بالا» را کسب کرده است. متغیر میزان ارتباط در شبکه‌های اجتماعی مجازی که به دو صورت مستقیم و غیرمستقیم کلامی و غیر کلامی مورد بررسی قرار گرفته است، با نمره ۲/۸۱ نشان می‌دهد که پاسخگویان به طور متوسط نمره «متوسط رو به پایین» به این طیف داده‌اند. در نهایت میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی در بین پاسخگویان با نمره ۲/۲۸ نشان می‌دهد که پاسخگویان به طور میانگین میزان فعالیت «پایین» در شبکه‌های اجتماعی داشته‌اند. (منظور از میزان استفاده همان میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی است که در فرضیه اول بدان پرداخته شده است).

در ادامه به بررسی فرضیات تحقیق در دو گروه زنان و مردان به صورت مجزا پرداخته شده است. (جدول ۶)
در ادامه نتایج تحلیل رگرسیون به شرح «جدول ۷» آمده است.

جدول ۶. فرضیات تحقیق به تفکیک دو گروه زنان و مردان.

فرضیات پژوهش	نتایج گروه زنان	نتایج گروه مردان
به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران و بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۰۳۱۹)، مقدار احتمال آزمون (۰.۰۰۱) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۰۰۱ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون رد می‌شود که نشان می‌دهد بین هویت جنسیتی زنانه و بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی رابطه معناداری وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۳۱۹ است که نشان می‌دهد این رابطه مستقیم است. هر چقدر میزان بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر باشد، تعلق به هویت جنسیتی بیشتر.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۰۴۹)، مقدار احتمال آزمون (۰.۰۰۰) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۰۰۰ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون رد می‌شود که نشان می‌دهد بین هویت جنسیتی مردانه و بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی رابطه معناداری وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۴۹ است که نشان می‌دهد این رابطه مستقیم است.
به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران با جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۰۳۳۱)، مقدار احتمال آزمون (۰.۰۰۰) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۰۰۰ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون رد می‌شود که نشان می‌دهد بین هویت جنسیتی زنانه و جامعه‌پذیری جنسیتی رابطه معناداری وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۳۳۱ است که نشان می‌دهد این رابطه مستقیم است.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۰۲۲۴)، مقدار احتمال آزمون (۰.۰۰۰) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۰۰۰ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون پذیرفته می‌شود که نشان می‌دهد بین هویت جنسیتی مردانه و جامعه‌پذیری جنسیتی رابطه معناداری وجود ندارد.
به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران با میزان استفاده و فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۰۲۴۶)، مقدار احتمال آزمون (۰.۰۱۳) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۰۱۳ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون رد می‌شود که نشان می‌دهد بین هویت جنسیتی زنانه و میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۲۴۶ است که نشان می‌دهد این رابطه معکوس است و بدین معناست که هر چه میزان فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر شود تعلق به هویت جنسیتی آنها کاهش می‌یابد و بالعکس.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۰۴۳۶)، مقدار احتمال آزمون (۰.۰۰۰) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۰۰۰ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون رد می‌شود که نشان می‌دهد بین نگرش جنسیتی مردانه و میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود ندارد.
به نظر می‌رسد بین هویت جنسیتی کاربران با میزان ارتباط کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۰۰۰۴)، مقدار احتمال آزمون (۰.۰۹۷۳) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۹۷۳ است که از ۰/۰۵ بزرگتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون پذیرفته می‌شود که نشان می‌دهد بین نگرش جنسیتی مردانه و میزان ارتباط کاربران رابطه معناداری وجود ندارد.	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (۰.۰۸۰۶)، مقدار احتمال آزمون (۰.۰۰۰) با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول بالا مشاهده می‌شود که مقدار احتمال مربوط به این آزمون برابر ۰/۴۴۶ است که از ۰/۰۵ بزرگتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون پذیرفته می‌شود که نشان می‌دهد بین نگرش جنسیتی مردانه و میزان ارتباط کاربران رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۷. تحلیل رگرسیون گروه زنان.

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
۱	۰/۴۵۸	۰/۲۱۰	۰/۱۴۴

جدول ۸. تحلیل رگرسیون گروه مردان.

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
۱	۰/۵۰۵	۰/۲۵۵	۰/۲۲۲

شده عبارتند از: میزان ارتباط در شبکه‌های اجتماعی مجازی، جامعه‌پذیری جنسیتی، بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی، میزان فعالیت و میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی مجازی. بر اساس نتایج بدست آمده؛ مقدار ضریب تعیین برابر ۰/۲۵ است که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل ۲۵ درصد تغییرات مربوط به متغیر وابسته را تبیین می‌کنند.

با توجه به جدول ضرایب مشاهده می‌شود که فقط مقدار ثابت و جامعه‌پذیری جنسیتی تأثیر معنی داری بر روی متغیر وابسته هویت جنسیتی دارند و مدل رگرسیون به صورت زیر است:

$$(جامعه‌پذیری جنسیتی) = ۱/۶۶۴ + ۰/۴۴۸ = \text{هویت جنسیتی زنانه}$$

روش به کار گرفته شده روش اینتر است و متغیرهای وارد

مدل	درجه آزادی	مقدار آماره آزمون فیشر	مقدار احتمال آزمون
رگرسیون	۵	۷۴۲.۷	۰.۰۰۰
مانده‌ها	۱۱۳		
کل	۱۱۸		

مقدار احتمال مربوط به آنالیز واریانس یک طرفه برابر ۰/۰۰۰ است که از ۰/۰۵ کوچکتر است و نشان می‌دهد مدل رگرسیونی معنی‌دار است.

نام متغیرها	ضریب تأثیر	مقدار آماره آزمون تی	مقدار احتمال آزمون
مقدار ثابت	۷۲۵.۰	۲۳۵.۱	۲۱۹.۰
بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی	۵۳۹.۰	۷۳۰.۵	۰.۰۰۰
جامعه‌پذیری جنسیتی	۰۷۴.۰	۰۰۷.۱	۳۱۶.۰
میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی	۱۷۶.۰	۳۸۶.۳	۰.۰۱۰
میزان ارتباط در رسانه‌های اجتماعی	۰ -۰۷۷	-۴۹۳.۱	۱۳۸.۰

با توجه به جدول ضرایب مشاهده می‌شود که فقط متغیرهای بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی و میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معنی‌داری بر روی متغیر وابسته هویت جنسیتی دارند و مدل رگرسیون به صورت زیر است:

$$\text{میزان فعالیت شبکه اجتماعی مجازی} = ۰/۱۷۶ + (\text{بازتاب طرح‌واره جنسیتی}) - ۰/۵۳۹ = \text{هویت جنسیتی مردانه}$$

بحث و نتیجه‌گیری

اینترنت به عنوان یک فناوری نوین ارتباطی باعث تحولات پیچیده و سریع در روابط انسانی و الگوهای ارتباطی شده است و تأثیر شگرفی بر ساختارهای اجتماعی و فرهنگی جوامع کنونی دارد. با توجه به گسترش کاربرد اینترنت در بین جوانان و خصوصاً رونق شبکه‌های اجتماعی مجازی از جمله فیس‌بوک، این تحقیق بر آن شده است تا به بررسی هویت جنسیتی جوانان با اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان یکی از عوامل جامعه‌پذیری افراد بپردازد. نتیجه این تحقیق به طور مختصر در پایین عنوان می‌شود.

همانگونه که نظریه پردازان در خصوص تأثیر فضای مجازی بر هویت به طور کلی و هویت جنسیتی به طور جزئی دیدگاه‌های متفاوت و گاه متناقضی دارند (احمدی، ۱۳۹۱،

امیرمظاهری، ۱۳۹۰)، نتایج تحقیقات در مورد تأثیر فضای مجازی بر هویت جنسیتی نیز مؤید آشفتگی در این زمینه است. به طور مثال تحقیق احمدی و دیگران (۱۳۸۹) نشان می‌دهد که استفاده از اینترنت بر هویت جنسیتی پسران، تأثیر افزایشی گذاشته است، اما کاربرد اینترنت در میان دختران با هویت جنسیتی آنان رابطه معناداری نداشته است. نتایج پژوهش نوابخش و مختارپور (۱۳۹۱) هم مؤید آن است که میزان و مدت استفاده از اینترنت و کاربری الگوی اطلاعاتی و ارتباطی در بین جوانان (هر دو جنس) با هویت جنسیتی آنها رابطه معنادار و مثبت دارد. نتایج پژوهش حاضر هم نشان می‌دهد که استفاده از اینترنت تنها در کاهش تعلق به هویت جنسیتی زنان مؤثر بوده است.

میزان ارتباط (ارتباط قوی و یا ضعیف) کاربران، گرچه در این تحقیق شاید به دلایلی مانند حجم نمونه پایین رابطه معناداری با هویت جنسیتی در زنان و مردان ندارد، اما حکایت از یک رابطه معکوس دارد. یعنی هرچه نوع ارتباط زنان و مردان در شبکه‌های اجتماعی قوی‌تر باشد، احساس تعلق کمتری به هویت جنسیتی خود دارند، که البته به لحاظ آماری در این تحقیق معنادار نیست.

تمامی نظریه‌پردازان در این امر که تکنولوژی‌های مدرن و از جمله فضای مجازی به تغییر هویت افراد در ابعاد مختلف می‌انجامند، نظری واحد دارند، بنا به گفته کاستلز (۱۳۸۰) اینترنت و فضای وب یکی از مؤلفه‌های اصلی شکل‌گیری و بازنمایی هویت زنان در جوامع نوین است. فضای مجازی با کاربران ارتباطی دوسویه برقرار می‌کند (معمار و همکاران، ۱۳۹۱). از سویی نحوه تفکر و هویت او را تحت تأثیر قرار می‌دهد و از سویی دیگر فضای گسترده‌ایی را برای ابراز این هویت جدید فراهم می‌آورد.

شاید بتوان گفت این رسانه ارتباطی جدید توانسته است فرصت حضور برای زنان فراهم سازد که از آن طریق بتوانند استعدادها، مهارت‌ها و دیدگاه‌های خود را به جامعه انسانی عرضه نمایند و تصور جدیدی از هویت جنسیتی زنان را به عرصه ظهور برسانند. زنان در این بزرگراه ارتباطی می‌توانند به بازنمایشی و بازتعریف (گیدنز، ۱۳۷۹) هویت جنسیتی خود بپردازند.

اما چالش اصلی بازتعریف هویت به خصوص در مورد زنان آن است که با ورود زندگی مدرن و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی از جمله فضای مجازی شاهد چالش گسترش

فردگرایی خودآگاهانه (امیرمظاهری، ۱۳۹۰) هستیم، حال آنکه یکی از ویژگی‌های زنان، جمع‌گرایی و نقش آنان در حفظ و تکوین نهاد خانواده است.

اطلاعات بدست آمده از بررسی روابط متغیرها در این تحقیق نیز گویای آن است که افزایش میزان فعالیت زنان در فضای مجازی منجر به تعلق کمتر آنان به هویت جنسیتی آنها شده است. گرچه پذیرفتن و یا رد فناوری‌های جدید ارتباطی مانع از گسترش سریع این رسانه‌ها نخواهد شد، در نهایت اگر بخواهیم با توجه به تمام مزیت‌ها و معایبی که فضای مجازی برای افراد فراهم می‌کند، موضع مشخصی را اتخاذ کنیم، مانند احمدی (۱۳۹۱) شاید انتخاب موضع طرفداری از فضای مجازی به واقع‌بینی نزدیک‌تر باشد. البته این اتخاذ موضع طرفدارانه نیازمند تلاش سازمان یافته در سایر نهادهای جامعه‌پذیری است.

در بخش تحلیلی، نتایج نشان می‌دهند که بین میزان فعالیت‌ها در رسانه‌های اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی در زنان رابطه معنادار و معکوس وجود دارد، اما بین میزان فعالیت‌ها در رسانه‌های اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی در مردان رابطه معنادار وجود ندارد.

بنابراین می‌توان به این نتیجه رسید که در تحقیق حاضر هرچه میزان فعالیت در رسانه‌های اجتماعی مجازی افزایش بیاید، میزان پذیرش و تعلق به هویت جنسیتی زنانگی کاهش می‌یابد، اما این رابطه در مورد مردان وجود ندارد. نتیجه این بخش را می‌توان با تحقیق حداد رنجبر و احمدی پور (۱۳۹۱) مقایسه کرد. از جمله یافته‌های این پژوهش آن است که بین میزان استفاده از اینترنت و ابعاد هویت شخصی، اجتماعی و ارتباطی همبستگی منفی وجود دارد. این نتیجه با نتیجه احمدی، هاشمی و روحانی (۱۳۸۹) در مطالعه‌شان با عنوان بررسی وسایل ارتباطی نوین با هویت جنسیتی جوانان شهر شیراز منطبق نیست. طبق تحقیق آنها استفاده از اینترنت بر هویت جنسیتی پسران، تأثیر افزایشی گذاشته و تعریف و باز تعریف هویت جنسیتی آنان مشخص‌تر شده است. همچنین بر اساس این تحقیق بین کاربرد اینترنت با هویت جنسیتی در میان دختران رابطه معناداری وجود نداشته است.

این نتیجه همچنین با یافته‌های نوابخش و مختارپور (۱۳۹۱) متفاوت است. نتایج پژوهش این دو محقق نشان می‌دهد که میزان کاربری الگوی اطلاعاتی در بین جوانان

هر دو جنس) با هویت جنسیتی آنها رابطه معنادار و مثبت دارد.

یکی دیگر از یافته‌های این تحقیق رابطه مثبت بین بازتاب طرح‌واره‌های جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی در زنان و مردان است. این یافته با نتیجه بسیاری از تحقیقات از جمله تحقیق حسینی (۱۳۹۱) با عنوان «بررس نگرش زنان نسبت به کلیشه‌های جنسیتی» همسو است؛ چنانچه این تحقیق هم نشان می‌دهد که بین جامعه‌پذیری جنسیتی و نگرش زنان نسبت به کلیشه‌های جنسیتی رابطه مثبت وجود دارد.

در فرضیه بعدی رابطه بین جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه‌های اجتماعی مجازی از طریق بازنمایی از نقش‌های جنسیتی و نگرش نسبت به هویت جنسیتی کاربران بررسی شده است. این فرضیه در زنان یک رابطه مثبت و معنادار بین جامعه‌پذیری جنسیتی در رسانه‌های اجتماعی مجازی از طریق بازنمایی از نقش‌های جنسیتی و هویت جنسیتی را نشان می‌دهد در حالیکه در مورد گروه مردان رابطه معناداری حاصل نشده است.

فرضیه چهارم مطرح شده در این تحقیق به بررسی میزان ارتباط کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی‌شان می‌پردازد. نتیجه این فرضیه که با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون بررسی شده است نشان می‌دهد که گرچه بین میزان ارتباط کاربران زن و مرد در شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت جنسیتی‌شان رابطه معکوس وجود دارد، اما این رابطه به لحاظ آماری معنادار نیست.

در این فرضیه میزان فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی و رابطه آن با نگرش نسبت به هویت جنسیتی تحقیق شده است. نتیجه آزمون پیرسون در این فرضیه هم نشان می‌دهد که بین میزان فعالیت کاربران زن و مرد در شبکه‌های اجتماعی و نگرش آنان به هویت جنسیتی‌شان، رابطه معنادار آماری حاصل نشده است. البته جهت رابطه مانند فرضیه قبل معکوس است. نتیجه حاصل از این دو فرضیه با بخشی از تحقیق نوابخش و مختارپور (۱۳۹۱) منطبق نیست.

نتایج نتایج تحقیق این دو پژوهشگر، بین میزان کاربری اینترنت در بخش ارتباطی و میزان و مدت استفاده از اینترنت و هویت جنسیتی افراد رابطه معنادار و مثبت وجود دارد. با توجه به مباحث مطرح شده، پیشنهادات ذیل ارائه می‌شود:

۱. بررسی تطبیقی هویت جنسیتی بین کاربران عضو

درک درست از امکانات و ابزارهای نهفته در آن می‌توان از این فناوری در جهت تقویت، شناسایی و معرفی فرهنگ خودی، نیز گام برداشت.

۳. آموزش سواد رسانه‌ای و بکارگیری صحیح رسانه‌های نوین به جوانان و نوجوانان در عصری که روز به روز وسایل ارتباطی جدید، با کارایی بیشتر در اختیار افراد قرار می‌گیرد، در اولویت نهادهای جامعه‌پذیری و خصوصاً خانواده‌ها قرار گیرد.

شبکه‌های اجتماعی و کسانی که عضو شبکه نیستند و همینطور بررسی تأثیرپذیری هویت جنسیتی از سایر شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند اینستاگرام.

۲. با توجه به نقش مهمی که امروزه بسترهای نوین ارتباطی و اطلاعاتی از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی در زندگی انسان‌ها ایفا می‌کنند، همانگونه که این فناوری می‌تواند در جهت «جهانی سازی» و «یکسان سازی» استفاده شود، با

پی‌نوشت‌ها

1. Identity
2. Gender Identity

3. Gender
4. Virtual Social Networks

5. Gender roles
6. Cyberspace

7. Sherrt Turkel
8. Haideman

منابع

دبیرستانی شهر تهران: پژوهش زنان، دوره ۵، شماره ۱، بهار و تابستان، ۸۲-۵۹.

کاستلز، امانوئل (۱۳۸۴)، عصر اطلاعات، قدرت، هویت، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: طرح نو.

کاستلز، امانوئل (۱۳۸۰)، عصر ارتباطات و پایان هزاره، ترجمه ناصر موفقیان، جلد اول، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

گرت، استفانی (۱۳۸۲)، جامعه‌شناسی جنسیت، چاپ اول، ترجمه ک، بقایی، تهران: نشر دیگر.

گولومبورگ، سوزان و فی وش (۱۳۷۸)، رشد جنسیت، چاپ سوم، ترجمه م، شهر آرای، تهران: انتشارات ققنوس.

گیننز، جان و ریمر، بو (۱۳۸۸)، سیاست پست مدرنیته، ترجمه منصور انصاری، تهران: نشر گام نو.

معمار، ثریا، عدلی پور، صمد و خاکسار، فایزه (۱۳۹۱)، شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت ایرانی، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات و تحقیقات در ایران، دوره اول، شماره ۴: ۱۷۶-۱۵۵.

مقدم، مریم (۱۳۹۷)، بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر شکل‌گیری کلیشه‌های جنسیتی، دو ماهنامه علمی تخصصی پژوهش در هنر و علوم انسانی، سال سوم، شماره پنج (پیاپی سیزدهم): ۹۱-۱۱۵.

احمدی، حسین (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر برخی عوامل اجتماعی بر نابرابری جنسیتی، مورد مطالعه: شهر کرمان و روستاهای اطراف آن، مطالعات زنان، سال دوم، سری ششم: ۳۰-۵.

اسلوین، جیمز (۱۳۸۲)، اینترنت و جامعه، ترجمه گلیوری، عباس و رادباوه، علی، تهران: نشر کتابدار.

تورن، آلن (۱۳۸۰)، نقد مدرنیته، ترجمه مرتضی مردی‌ها، تهران: گام نو.

حبی، اکرم؛ فتحی‌آذر، اسکندر؛ محمدبخش، بهمن (۱۳۸۹)، جهانی شدن و هویت‌های محلی و جهانی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه تبریز)، تحقیقات فرهنگی ایران، ۳ (پیاپی ۱۰): ۱۰۱-۱۲۱.

حجازی، الهه، رضادوست، زهرا (۱۳۹۱)، بررسی اثر جنس و طرح‌واره‌های جنسیتی بر الگوهای دوستی، فصلنامه علمی-پژوهشی زن جامعه، سال سوم، شماره ۳.

سفیری، خدیجه و محمدی، عقیده (۱۳۸۴)، هویت جنسیتی مادران و دختران، شکاف یا تفاوت؟، مجله علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، بهار، ۱۲۹-۱۷.

قاراخانی، معصومه و ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۶)، دختران جوان و تجربه زنانگی، مطالعه موردی در میان دختران