

بررسی نقش اینترنت در ارتقای جایگاه زنان

* نسیم مجیدی قهرودی

** فاطمه آذری

چکیده

ویژگی‌های منحصربه‌فرد فناوری‌های نوین ارتباطی از جمله اینترنت باعث ایجاد کارکردهای متفاوتی در حوزه‌های مختلف زندگی شده است. هدف از مطالعه حاضر، بررسی نقش اینترنت به‌عنوان یک رسانه نوین ارتباطی در ارتقای جایگاه زنان است که به روش پیمایشی انجام شده است. اطلاعات لازم از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده و در این پژوهش، اینترنت به‌عنوان متغیر مستقل و مؤلفه‌های «حس استقلال و اعتمادبه‌نفس زنان»، «انعکاس رویدادهای زندگی»، «تعاملات زنان»، «کاهش انزوای اجتماعی»، «مشارکت اجتماعی»، «تغییر باورها و اندیشه‌های سنتی زنان»، «آگاهی زنان از حقوق اجتماعی خود»، «افزایش سطح آگاهی»، «ایجاد فضای عمومی»، «تحرک اجتماعی» و «عضویت زنان در جامعه اطلاعاتی» جهت سنجش ارتقای جایگاه زنان، به‌عنوان متغیرهای وابسته بررسی شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها با نرم‌افزار SPSS انجام شده است. نتیجه کلی تحقیق نشان می‌دهد که اینترنت امکان حضور زنان را بدون محدودیت زمانی و مکانی فراهم می‌کند و باعث می‌شود حس استقلال و اعتمادبه‌نفس آنان بالا برود. زنان با حضور در فضای مجازی، جنبه‌های شخصی و رویدادهای زندگی خود را منعکس می‌کنند و این باعث کاهش انزوای اجتماعی و تعاملات زنان با عقاید مشابه هم می‌شود. زنان با حضور در اینترنت، سطح دانش و آگاهی خود را بالا می‌برند و خود را عضوی از جامعه اطلاعاتی می‌دانند. آنان با استفاده از فرصت‌هایی که

* استادیار ارتباطات دانشگاه آزاد تهران مرکز nassim_majidi2002@yahoo.com

** کارشناسی ارشد تحقیق در ارتباطات (نویسنده مسئول) matin_491@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۸۹/۶/۱۶، تاریخ پذیرش: ۸۹/۹/۱۵

اینترنت برایشان فراهم می‌کند و با ایجاد تحرک اجتماعی، و تغییر عقاید و اندیشه‌های سنتی می‌توانند حضور و مشارکت خود را در جامعه افزایش دهند و در نتیجه نقش و جایگاه واقعی خود را در جامعه تثبیت کنند.

کلیدواژه‌ها: اینترنت، فضای مجازی، جایگاه زنان، مشارکت اجتماعی، تعامل زنان.

مقدمه

عصر حاضر را عصر ارتباطات نامیده‌اند. گسترش چشمگیر ارتباطات و توسعه بی‌سابقه فناوری‌های نوین ارتباطی و تغییر شیوه‌های ارتباطی در بین افراد جامعه، همگی از مشخصات جامعه‌ای است که در آن زندگی می‌کنند. استفاده از این رسانه‌های نوین شرط لازم برای تغییر ساختار و ارتقای جایگاه در جوامع است. فناوری‌های نوین ارتباطی از جمله اینترنت با رشد گسترده خود، تغییر بسیاری را در ساختار جوامع فراهم آورده است.

ویژگی‌های خاص این فناوری، امکان ارتباط بدون در نظر گرفتن زمان و مکان، تغییر در شیوه زندگی و همچنین تغییرات اجتماعی و فرهنگی را به دنبال دارد. اینترنت به‌مانند شمشیری دولبه است که می‌تواند هم اطلاعات مفید و هم مضر را رد و بدل کند و ضرر و فایده آن مستقیماً به استفاده‌کنندگان و نحوه کاربرد آنها بستگی دارد.

اینترنت با اختصاص فضای مجازی امکان حضور زنان را بدون محدودیت زمانی و مکانی در جوامع کنونی فراهم آورده است تا حوزه عمومی مربوط به خود را در این فضا شکل دهند و به این طریق حضور و مشارکت خود را در جامعه به‌اثبات برسانند. زنانی که به‌لحاظ قانونی و عرفی از حضور در جامعه و معرفی خود به جامعه، آن‌طور که خودشان درک کرده‌اند دور نگه داشته شده‌اند، از این راه و با شرکت در فضای مجازی، با بیان دیدگاه‌ها و دریافت و تبادل آرا، خویش را ابراز می‌کنند.

در این پژوهش سعی شده است به این مسئله پاسخ داده شود که آیا اینترنت به‌عنوان یک رسانه نوین ارتباطی در ارتقای جایگاه زنان نقش مؤثری داشته است یا نه؟

اهمیت و ضرورت پژوهش

در عصر جدید، ظهور و گسترش اینترنت تأثیر به‌سزایی در پیدایش و دوام عصر اطلاعات داشته است. این رسانه جدید، ویژگی‌های منحصر به فردی دارد که رسانه‌های قبلی از قبیل مطبوعات، رادیو و تلویزیون فاقد آن بوده‌اند. این ویژگی‌ها عبارت‌اند از: تبادل حجم بالای

اطلاعات، قدرت انتخاب اطلاعات، انتخاب نحوه ارتباط توسط مخاطب، و ایجاد رابطه تعاملی بین فرستنده و گیرنده پیام و بالاخص ایجاد ارتباط بین مخاطبان. این ویژگیهای منحصر بفرد اینترنت باعث ایجاد کارکردهای متفاوتی در حوزه های مختلف شده است.

در چنین جامعه‌ای که آن را جامعه اطلاعاتی می‌گویند، فرصت‌های اقتصادی و اجتماعی زیادی برای شهروندان، به‌ویژه برای زنان، به‌وجود می‌آید. بنابراین، برای آشنایی و استفاده مناسب زنان از امتیازات موجود در یک جامعه اطلاعاتی باید اقدامات فرهنگی و آموزشی انجام داد و با توجه به محدودیت‌هایی که براساس سنت‌های تاریخی در بعضی از جوامع برای زنان وجود دارد، باید همواره با دقت عمل کرد تا جامعه زنان بتواند فضای جدید را بپذیرد و به آن اعتماد کند. زنان باید بپذیرند که جهان به فضایی متفاوت از شرایط سنتی گذشته که به آن عادت کرده بودند، وارد شده است، باید یاد بگیرند که در طول عمر پیوسته آموزش ببینند و خود را برای تغییر بیشتر آماده کنند؛ و بنابراین به آموزش‌ها و مهارت‌های مختلفی نیاز دارند.

یکی از مهم‌ترین اثرات استفاده از اینترنت، نقش آن در ارتقای جایگاه زنان است. از آنجا که در جامعه ما زنان نیمی از منابع انسانی را تشکیل می‌دهند و مشارکت زنان برای موفقیت در هر فعالیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مهم است، اهمیت و ضرورت بررسی این مسئله بیشتر می‌شود.

درک این واقعیت، ضرورت یک بررسی کلی درمورد ویژگی‌ها و تأثیرات اینترنت و فضای مجازی در جمع‌آوری و گسترش اطلاعات نشان می‌دهد. در این مقاله ضمن بررسی جنبه‌های مختلف اینترنت و فضای مجازی، سعی شده است تا آنجا که امکان دارد، ویژگی‌ها و پیامدهای ناشی از آن بر جایگاه و موقعیت زنان بررسی شود.

مبانی نظری پژوهش

اینترنت رسانه نوین ارتباطی

پیشرفت فناوری‌های نوین ارتباطی و تحولات حاصل از آن، پیامدهای مثبت و منفی اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در جوامع داشته است. رسانه‌های نوین، رسانه‌های همگانی نیستند که پیام‌های محدودی برای انبوهی از مخاطبان متجانس پخش کنند. به‌دلیل تعدد پیام‌ها و منابع مختلف، مخاطبان قدرت انتخاب بیشتری پیدا کرده‌اند؛ در نتیجه، نگرش انسان‌ها و نیز افق دید آنها نسبت به مسائل، گسترده‌تر از قبل شده، به‌گونه‌ای که در نحوه

زندگی و تصمیم‌گیری آنها تأثیرگذار بوده است. (ارکان، ۱۳۸۶: ۱۱) با توجه به تغییرات ایجادشده در وسایل نوین ارتباطی و نقش آن در زندگی بشر، امروز شاهد تحول در الگوهای ارتباطی هستیم. (تافلر، ۱۳۷۲: ۲۲۸)

اینترنت یکی از با نفوذترین فناوری‌های جدید ارتباطی است که همه ابعاد زندگی بشر را تحت تأثیر عظمت و نفوذ خود قرار داده و همه ابعاد حیات فردی و جمعی ما به‌نوعی متأثر از این فناوری ارتباطی و سایر تکنولوژی‌ها است. (مسعودی، ۱۳۸۱: ۱۵)

ظهور شبکه جهانی اینترنت به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین فناوری‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی، نمایانگر پیشرفت فناوریانه انسان امروزی است که نقش آن در ایجاد و تغییرات اجتماعی و به‌ویژه تغییرات ارزشی غیرقابل چشم‌پوشی است. (Gromala, 2001: 559)

اینترنت جهان را به جامعه‌ای شبکه‌ای تبدیل کرده و با از بین بردن فاصله‌های زمانی و مکانی، به افراد و گروه‌ها این توانایی را داده است که از اطلاعات استفاده کنند و با انسان‌های سراسر کره زمین ارتباط برقرار کنند. (ارکان، ۱۳۸۶: ۱۱) اینترنت موجب می‌شود فاصله طبقاتی کم شود و در فضای مجازی پایگاه اجتماعی جدید به کاربران اعطا می‌کند. (شفیعی، ۱۳۸۴)

همچنین، به‌دلیل تمرکززدایی و برقراری نوع خاصی از ارتباطات با حذف و سانسور بسیار کم، اسباب گمنامی فرد در فضای مجازی را فراهم کرده و از این طریق باعث شده است شکل جدیدی از حوزه عمومی شود. به اعتقاد بسیاری از پژوهشگران حوزه رسانه، اینترنت فضایی مناسب برای تحول هویت است و این تحول در چهارچوب کنش‌های متقابل افراد در فضاهای مجازی، مباحث آنلاین (Online) در اتاق‌های گفت‌وگو، گروه‌ها یا سرویس‌های خبری و وبلاگ‌ها شکل می‌گیرد و ارتباطات جمعی یک‌طرفه پایان می‌یابد. اینترنت، تأثیر مستقیمی بر سرمایه اجتماعی دارد و می‌تواند از راه برقراری و افزایش ارتباطات دوسویه، به‌نوعی باعث ایجاد سرمایه اجتماعی شود و اسباب افزایش تعهد مدنی، اعتماد و مشارکت اجتماعی را فراهم سازد و موجب ایجاد جامعه‌ای مبتنی بر شبکه شود.

همچنین زمینه را برای شکل‌گیری و پیدایش انواع اجتماعات مجازی و به پیروی از آن، پیدایش هویت‌های مختلف، حول محورهای گوناگون را فراهم می‌سازد. (فایضی، ۱۳۸۵: ۶)

اینترنت و آسیب‌های آن

رسانه‌های جمعی از جمله اینترنت، به‌سبب قدرت فراوان، گستره پوشش و کارکردهای

متنوع‌شان، در حوزه‌های اخلاق فردی و اجتماعی، اثری عمیق و انکارناپذیر برجا می‌گذارند. دانشمندان علوم اجتماعی، این رسانه‌ها را در ردیف عوامل اجتماعی‌کردن و شکل‌دادن شخصیت افراد جامعه می‌خوانند و بر این عقیده‌اند که رسانه‌های جمعی می‌توانند هنجارهای اجتماعی را تقویت یا تضعیف کنند. (کروئن، ۱۳۸۵: ۱۱۲)

فضای مجازی و ویژگی‌های آن

اساساً مهم‌ترین تغییر جهان، ظهور جهان جدیدی است که می‌توان آن را جهان مجازی نامید. این جهان در واقع به موازات و گاه مسلط بر جهان واقعی ترسیم می‌شود و عینیت پیدا می‌کند. گسترش فناوری‌های جدید با شکل‌گیری فضاهایی مجازی همراه شده است، فضاهایی با هویت و کارکردی متفاوت از فضاهای ملموس گذشته که ارزش‌ها، مفاهیم و باورهای گذشته را به‌نحوی مورد بازنویسی خود قرار می‌دهند. بشر جدید در مواجهه با چنین فضای جدیدی، در پی افزایش ارتباط خود، جست‌وجوی اطلاعات و دستیابی بیشتر به دانش است. (بودریار، ۱۳۸۳: ۱۶)

درواقع شبکه اینترنت همانند یک محل مجازی ملاقات عمومی شهروندان جهان و یک نقطه تلاقی عمومی است؛ که در آن میلیون‌ها نفر از بیش از ۱۵۵ کشور جهان با هم در رابطه قرار می‌گیرند و سازمان عظیمی را تشکیل می‌دهند. (نصیری، ۱۳۸۴)

در جهان واقعی، قدرت انتخاب افراد، همواره تحت‌تأثیر عواملی چون جبر مکان، زمان، فرهنگ، حکومت و ... محدود بوده است؛ اما در جهان مجازی، مرزهای محدودکننده از میان برداشته می‌شود و فرد در مقیاس جهانی با گزینه‌های فراوانی برای انتخاب روبه‌رو است (سروی زرگر، www.hccmr.com).

کارکردهای فضای مجازی

اینترنت همواره محیطی خلق می‌کند که همه می‌توانند با تکیه بر توانایی‌ها و استعدادهای خود، به ابداع و خلاقیت دست بزنند. (ابری، ۱۳۸۷)

وبلاگ، فضایی مجازی است که میل به گفت‌وگو و ارتباط با دیگران دارد. وجود قسمت تفسیر در نوشته‌های وبلاگی موجب می‌شود که خوانندگان یک مطلب بتوانند به آن پاسخ دهند و آن مطلب نقد و بررسی شود. (شاکری، ۱۳۸۷: جامعه)

همچنین، در فضای اینترنت صحبت و گفت‌وگو بین دو یا چند نفر از طریق چت

(chat) ممکن است. دو یا چند نفر که به اینترنت متصل‌اند با استفاده از برنامه مخصوص این کار می‌توانند با هم گپ بزنند. (میردامادی، ۱۳۸۰) پست الکترونیک (Email) نیز یکی از خدمات مهم اینترنت است که شباهت زیادی به خدمات پست معمولی دارد و در واقع ارتباط غیرهمزمان را برای افراد به‌وجود می‌آورد. (صمیعی، ۱۳۸۱)

انتشار دانش از طریق فضای مجازی نیز یکی از راه‌های ترویج و نشر دانش است. این پدیده در ابعاد مختلف در جهان امروز قابل توجه است. انتشار دانش از طریق فضای مجازی امکان دسترسی ارزان و آسان همگان را در مقیاس انبوه فراهم می‌سازد. ویژگی دیگر، دموکراتیک بودن آن است که امکان شکل‌دادن به یک فضای گفت‌وگو و ایجاد حوزه عمومی از طریق فضای مجازی را می‌دهد.

امروز شاهد هزاران وبلاگ هستیم که افراد عادی و زنان خانه‌دار تا محققان و استادان دانشگاه و نخبگان علمی کشور منتشر می‌کنند. همچنین، وبسایت‌های زیادی را شاهدیم که مراکز پژوهشی و دانشگاهی به‌وجود آورده‌اند. این امر، پیامدهای گوناگونی برای توسعه فرهنگی دربرداشته که یکی از آنها امکان انتشار دانش از طریق این وبلاگ‌ها و وبسایت‌ها و به‌طور کلی فضای مجازی است. در این فضا، هم دانش تخصصی و هم دانش فرهنگی عمومی در رشته‌ها و حوزه‌های گوناگون منتشر می‌شوند. (فاضلی، ۱۳۸۷)

علاوه‌بر دانش همگانی و آموزش از راه دور، یکی از کارکردهای مثبت اینترنت، بالا رفتن سطح دانسته‌های کاربران در زمینه‌های گوناگون علمی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی است. کاربران با دوره‌های آموزش الکترونیکی از طریق دور می‌توانند از راه اینترنت، با صرف کم‌ترین هزینه و زمان، به حجم زیادی از اطلاعات علمی دست یابند. (محسنی، ۱۳۸۰: ۱۳۸ - ۱۳۷)

گسترش فناوری اطلاعات در فضای اینترنت و تجارت الکترونیکی، فرصت‌های اقتصادی جدیدی را پیش‌روی کاربران و مردم جامعه قرار داده است. فضای اینترنت، روش‌های خرید و فروش، تولید محصول و مدیریت امور عرضه کالا، واسطه‌ها و مشتریان را دگرگون ساخته است. وقتی سفارش‌های اقتصادی از راه اینترنت انجام می‌شود، این فرصت در عمل، برخی از مشاغل را حذف و مشاغل جدیدی به‌وجود می‌آورد. (محسنی، ۱۳۸۰: ۱۶۰، ۱۶۵) بنابراین، اینترنت یکی از عوامل اشتغال‌زایی به‌شمار می‌آید و فرصت‌های شغلی خوبی را فراروی کاربران قرار می‌دهد. با فعالیت‌های اقتصادی جدید و سالم در اینترنت می‌توان فضای نوینی از کارآفرینی را در سطح جامعه ایجاد کرد.

اینترنت و کاربرد آن در معرفی جایگاه زنان

اینترنت، تبعیضی بین زن و مرد نیست؛ به همین دلیل، تقریباً نیمی از کاربران اینترنت را زنان تشکیل می‌دهند. (جلالی، www.ea.wenet.ir) زنان نیمی از اعضای این جامعه هستند که فرصت‌های برابری برای استفاده از این فضا دارند. استفاده از قابلیت‌های فضای مجازی برای گسترش تعاملات و در نتیجه آگاهی و پرهیز از آرمان‌گرایی یکی از این فرصت‌ها است. (زن ایده‌آل عصر جهانی شدن چه ویژگی‌هایی دارد؟، ۲۰۰۹)

بسیاری از زنانی که به دلایل مختلف در جامعه روابط اجتماعی کمتری داشتند، می‌توانند با استفاده از اینترنت ارتباط بیشتری با جامعه پیدا کنند. بعضی ممکن است نخواهند مشخصات واقعی خود (مانند اسم، سن و شغل) را با دیگران در میان بگذارند، اما می‌خواهند در موضوعی خاص اطلاعات خود را بالا ببرند و برای سؤالاتی که دارند پاسخ بگیرند. در این شرایط اینترنت فرصت مناسبی برای آنها فراهم می‌کند. (جلالی، www.ea.wenet.ir)

زنان و وبلاگ نویسی

زنان وبلاگ‌نویس، از پیشروان و سردمداران زنان دوره «اطلاعات و دانایی» به‌شمار می‌آیند. زنانی که در پی حضور در جامعه اطلاعاتی دست به تولید و انتشار محتوا در قالب وبلاگ زدند، اولین نجوهای زنانه و مادرانه را در عصر انسان مجازی منتشر ساختند. (زنان و جامعه مجازی، ۱۳۸۶)

زنان زیادی با انگیزه‌های متفاوت از هم، در گروه‌های سنی و با تحصیلات متفاوت و وابستگی‌های طبقاتی و اجتماعی گوناگون وارد دنیای اینترنت شدند؛ آنها رقم‌زادی از میان کاربران را به خود اختصاص دادند و بسیاری از وبلاگ‌ها را به نام خود ثبت کردند، فقط برای اینکه بگویند «ما هستیم» و اینکه حاضر نیستند سکوت کنند و در فضای مجازی غایب باشند تا باز هم دیگران به جای آنها حرف بزنند. وبلاگ‌نویسی زنان، راهی برای بیان دیدگاه‌ها، دریافت و تبادل آرا و ابراز خویشتن است.

وبلاگ‌نویسی، در افزایش اعتماد به نفس، احساس استقلال و تفرد زنان تأثیر بسزایی دارد؛ و این آثار مثبت می‌تواند در همه جنبه‌های زندگی زنان خود را نشان دهد. این کار، احساس غیرمفید بودن و کارایی کمتر زنان نسبت به مردان را کاهش می‌دهد. می‌توان جملات وبلاگ‌ها را به تعبیری، فریاد فردیت زنانه در محیط مجازی دانست. (نگاهی به جایگاه و حضور زنان در وب، ۱۳۸۶)

دانش زنان و فضای مجازی

فناوری اطلاعات و ارتباطات آنقدر قدرتمند است که در جهت توانمندسازی زنان مؤثر واقع شده است. این پدیده هزاره سوم می‌تواند فرصت‌های برابری را به نفع زنان افزایش دهد و زمینه‌های توانمندسازی آنها را فراهم کند.

ارتباطات اجتماعی در بین مردم جهان بر اثر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، هر روز بیشتر می‌شود و جهان در آستانه انقلاب دانش قرار گرفته است.

دانش و مشتقات آن، مانند نوآوری و خلاقیت از پارامترهای مهم کاهش فقر و توانمندسازی نیز عاملی است تا زمینه حضور زنان را در فعالیتهای اجتماعی و اقتصادی گسترش دهد. شبکه دانش می‌تواند به زنان کمک کند تجربیات خود را آزادانه در اختیار دیگران قرار دهند و از تجربه دیگران نیز در حوزه‌های مورد علاقه خود استفاده کنند. زنان برای حضور در شبکه دانش نیازمند آموزش‌هایی لازم برای ارتباط با دنیای خارج هستند که این کار باعث می‌شود به فکر کار و مشارکت در فعالیتهای اجتماعی و اقتصادی باشند. زنانی که در ارتباط با شبکه دانش قرار گیرند خواهند آموخت که چگونه می‌توان از راه دور کار کرد. (جلالی، www.ea.wenet.ir)

به نظر می‌رسد با توجه به محدودیتهای اجتماعی، اقتصادی و تجهیزات مکانی و زمانی، بهترین راه‌حل برای آموزش زنان، آموزش در دانشگاه‌های مجازی است. چنان‌که هاملینک می‌گوید:

با توجه به اهمیت آموزش و گسترش آگاهی زنان در زمینه توانمندی‌های خود در جهت تولید درآمد شخصی و بالارفتن سطح علمی، به نظر می‌رسد که اهمیت دانشگاه‌های مجازی روز به روز بیشتر می‌شود و می‌تواند به‌عنوان سریع‌ترین و ارزان‌ترین وسیله تبادل اطلاعات، پتانسیل بزرگی را برای کمک به زنان در حل مشکلات آموزشی و اصلاح فرهنگ سنتی فراهم سازد.

زنان امروزی، با کمک اینترنت، در مراکز تحقیقاتی، سازمان‌ها، داده‌ها را به هم ربط می‌دهند و به شکل اطلاعات قابل استفاده در می‌آورند. آنها اطلاعات را به صورت مدل‌ها و طرح‌های متنوع با اندازه‌های متفاوت به شکل دانش و آگاهی جدید در می‌آورند. (حکیمی، ۱۳۸۶)

اینترنت و اشتغال زنان

اشتغال زنان با پیشرفت جوامع، تغییر و تحول پیدا کرده است. ورود ماشین و صنعت، بر

اشتغال زنان اثر گذاشته و آنان را از مشاغل سنتی به سوی بخش‌های صنعتی سوق داده است. آنچه در تحولات اخیر اشتغال زنان، بیش از هر نکته دیگر چشمگیر و درخور توجه است، استقبال زنان از افزایش سطح تحصیلی و دسترسی به مشاغل جدید حرفه‌ای و فنی است. (مدنی‌پور، ۱۳۸۵: ۵۲)

مایکل پاستور (Micheal Pastor) در مقاله‌اش با عنوان «شکاف دیجیتالی در سطح جهانی هنوز وجود دارد»، به گزارش اشتغال جهانی نتیجه می‌گیرد که فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، «پتانسیل تواناسازی» را برای بهبود شرایط زندگی زنان فراهم می‌سازد. توانایی فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در توانمندسازی زنان از طریق آموزش بهتر و ارتباطات گسترده و در جهت تولید درآمد شخصی برای ایشان نباید دست‌کم گرفته شود.

هاملینک (Hamelink) معتقد است فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات اشکال جدیدی از ارتباطات را به وجود می‌آورد که می‌تواند زنان را قادر به فروپاشیدن موقعیت اجتماعی بسته‌ای سازد که غالباً در آن محصورند؛ همچنین، فرصت‌های نوینی را برای اشتغال زنان در مشاغل فراهم می‌آورد که مستلزم مهارت‌های جدید است. (Hamelink, 1999: 23-45)

فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات می‌تواند همچنین برای زنانی که مسئولیت مراقبت از کودکان را دارند یا آنان که دور از مراکز شهری سکونت دارند، مزایای زیادی به همراه داشته باشد و برای مثال برای آنان فرصت کار از منزل یا به عبارت دیگر دورکاری (Teleworking) را فراهم آورد. (احمدنیا، ۱۳۸۳: ۱۱)

حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی

ارتباطات اجتماعی برای زنان با استفاده از روابط عمومی عالی و اینترنت، سریع‌تر امکان‌پذیر می‌شود و آنها می‌توانند به ایجاد شبکه‌های بزرگ اجتماعی کمک کنند. تسهیم تجارب و انتشار و اشتراک یافته‌ها و دانسته‌ها در فضای سایبر، موتور محرکه و ذات شبکه‌های اجتماعی است. هویت نیز به عنوان ویژگی اصلی تحول شبکه‌های اجتماعی است. در ساخت ایمیل و وبلاگ می‌توان از هویتی غیرواقعی و مجازی استفاده کرد؛ ولی در محیط شبکه‌های اجتماعی، هویت‌ها دوباره واقعی می‌شود. جامعه شبکه‌ای، افراد را به سمت نوعی زندگی سوق می‌دهد که در آن می‌توانند با ایفای نقشی فعال و خلاق، به صورت فردی یا جمعی در ساختن چیزی جدید سهیم باشند و در فرایند «هم‌آفرینی» شرکت و به خودیابی خود کمک کنند. (نشست مرکز مطالعات استراتژیک، ۱۳۸۸)

براساس تحقیقات جدید، اکثر کاربران فعال در تمامی شبکه‌های اجتماعی شناخته‌شده را زنان تشکیل می‌دهند؛ و در صورتی که شبکه‌های اجتماعی در آینده انسان نقشی کلیدی داشته باشند، زنان آینده را در دست خواهند داشت، زیرا تعداد آنها در این شبکه‌ها به سرعت رو به افزایش است.

یکی از دلایل گرایش بیشتر زنان به شبکه‌های اجتماعی، تفاوت‌های روان‌شناسانه میان جنس زن و مرد است. از آنجا که زنان بیشتر به برقراری ارتباط اجتماعی با افراد علاقه‌مندند، می‌توانند حضور پررنگ‌تری از مردانی داشته باشند که علاقه چندانی به حضور در جمع ندارند. (زنان شبکه‌های اجتماعی را فتح کرده‌اند، ۱۳۸۸)

تغییر نگرش نسبت به نقش زنان

در حال حاضر، نقش زنان در جامعه در حال تغییر است. از زنان توانمند و اینترنت می‌توان به عنوان دو عنصر مهم در دنیای امروز برای ساختن جوامعی موفق و پیشرفته نام برد. توانمندی‌های زنان، سطح فکری و فرهنگی جامعه را به‌طور فرآیندهای بالا می‌برد؛ و زنان به‌عنوان پرورش‌دهندگان نسل‌های آتی هر چه توانمندتر و آگاه‌تر باشند، در عرصه دانش و فناوری مفیدتر خواهند بود و نسل آتی از آن بیشتر بهره‌مند می‌شود. (گفت‌وگو با مهشید بکایی، ۱۳۸۷)

ارتقای سطح آگاهی و توانمندی زنان سبب می‌شود سطح آگاهی جامعه در زمینه‌های مختلف از جمله امر مشارکت یعنی دخالت داوطلبانه، آگاهانه و همه‌جانبه در همه امور اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی که با زندگی آنان سروکار دارد، افزایش یابد و بر فرآیندهای تصمیم‌گیری در امور تأثیر بگذارد. از آنجا که زنان نیمی از نیروی فعال جامعه را تشکیل می‌دهند، کشورهایی که توانسته‌اند بسترهایی فراهم کنند تا زنان در عرصه‌های مختلف حضور پررنگ‌تری داشته باشند، از توسعه بیشتری نیز برخوردار خواهند بود. (طهماسبی، ۱۳۸۷)

نظریه‌های مطرح‌شده در پژوهش

پژوهش در اینترنت و فضای مجازی با استفاده از نظریه‌های ارتباطی موجود نشان می‌دهد که این نظریه‌ها برای فضای مجازی هم تبیین‌های قابل‌قبولی ارائه می‌دهند. نظریه اشاعه، فرآیند اجتماعی نوآوری‌ها اعم از ایده‌ها و شیوه‌های جدید استفاده از

وسایل و چگونگی دستیابی به آنها و نحوه گسترش آنها را در یک نظام اجتماعی بررسی می‌کند. نوآوری به‌عنوان ایده، عمل، هدف، وسیله و یا انطباق با وضعیت متغیری که شخص آن را نو فرض می‌کند، تعریف شده است.

اشاعه، نوع خاصی از ارتباط است که به گسترش نوآوری‌ها معطوف است. فرایند اشاعه نوآوری‌ها از ۵ مرحله تشکیل می‌شود: ۱. آگاهی: مواجهه با نوآوری و شناخت کارکرد آن، ۲. ترغیب: نگرش مثبت یا منفی به پدیده جدید در ذهن فرد، ۳. تصمیم: فرد در ذهن خود ارزیابی می‌کند و در پذیرش یا رد نوآوری تصمیم نهایی اتخاذ می‌کند، ۴. اجرا: در این مرحله از نوآوری استفاده می‌شود، ۵. مرحله تثبیت: فرد پس از اتخاذ تصمیم، به دنبال اطلاعاتی می‌گردد که تصمیم او را تأیید کند و در واقع تصمیم خود را تقویت می‌کند. اطلاعات منفی درباره تصمیم او ممکن است روند کسب نوآوری را متوقف کند. اینترنت سریع‌ترین رسانه تاریخ در جذب مخاطب بوده است. این رشد سریع اینترنت باعث شده است به ظرفیت‌های این رسانه برای اشاعه نوآوری‌ها توجه بیشتری کنند. (سورین و تانکار، ۱۳۸۲: ۳۱۲ - ۳۱۴)

از نظر هابرماس (Habermas)، رسانه‌ها مهم‌ترین نقش را در فضای عمومی برعهده 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 ابراز عقیده کنند و هیچ‌کس بر دیگری برتری ندارد. نظر هابرماس درباره اینترنت را می‌توان چنین تحلیل کرد که در این رسانه، مردم می‌توانند به بهترین شکل در تمامی زمینه‌ها اطلاعات را با یکدیگر تبادل کنند و این، مصداق کامل نظریه «کنش ارتباطی» وی است. (ساروخانی، ۱۳۸۵: ۳۵ - ۳۳) حوزه یا حوزه‌های عمومی در فضایی تشکیل می‌شود که در آن تعقل و گفت‌وگو درباره مسائل عمومی صورت گیرد.

از نگاه هابرماس وضعیت کلامی ایده‌آل، تنها در حوزه عمومی می‌تواند پیدا شود. نکته مهم و اساسی در این فرایند آن است که رفتار افراد در جریان مفاهیم و گفت‌وگو در حوزه عمومی باید عاری از فشار و سلطه و در شرایطی عادلانه، آزادانه، آگاهانه و برابر صورت گیرد. مجموعه این شرایط و تعاملات در وضعیت مذکور، بستری فراهم می‌سازد که مطلوب‌ترین و آرمانی‌ترین وجه آن یعنی کنش ارتباطی، خود را نمایان می‌سازد. هابرماس با خلق و بسط نظریه کنش ارتباطی در صدد احیای حوزه‌های عمومی است. به نظر. هابرماس نظریه کنش ارتباطی می‌تواند به‌عنوان مبنای اصول کلی بیان به‌کار برده شود.

کنش ارتباطی دارای موقعیت اجتماعی است. در کنش ارتباطی، فرد عامل برای به دست آوردن تفاهم و توافق هیچ سلاحی جز استدلال منطقی و قانع کننده ندارد، انسان‌ها آزادتر و آسوده‌تر می‌توانند بدون دغدغه مستقیم و بلاواسطه مشکلات ضروری مادی، در یک فرایند تبادل نظر به توافق و همبستگی دست یابند. هدف این نوع کنش اجتماعی، شناخت همگانی و پذیرش حقایق واحد است. این حوزه در واقع یک آرمان اجتماعی است. جواب‌ها از پیش آماده نیست بلکه افراد با تبادل نظر و نقادی خود راه‌هایی را برمی‌گزینند. (حوزه عمومی در اندیشه هابرماس، ۱۳۸۶)

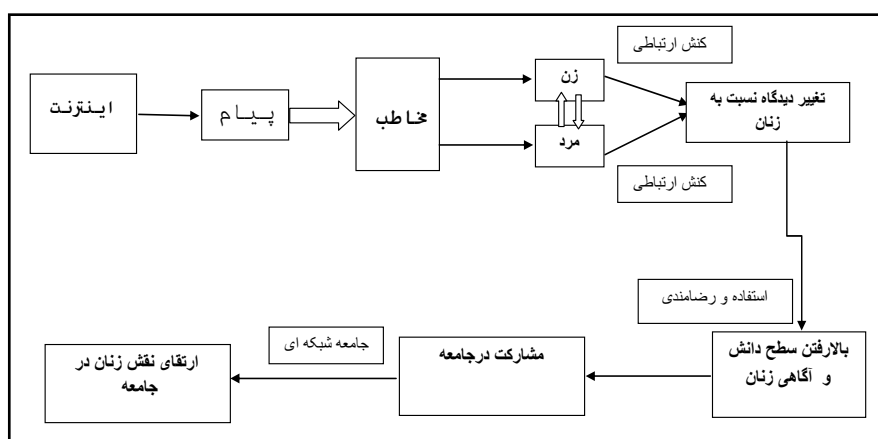
در جامعه شبکه‌ای، مخاطبان و مصرف‌کنندگان اطلاعات صرفاً گیرندگان منفعل پیام نیستند، بلکه کنشگرانی به حساب می‌آیند که ارتباط متقابل برقرار می‌کنند. از این رو شاید دیگر نتوان رسانه‌های نوین را به مفهوم سنتی کلمه، رسانه‌های همگانی دانست که پیام‌های محدودی را برای انبوهی از مخاطبان متجانس پخش کنند. در واقع به دلیل تعداد پیام‌ها و منابع انتشار آنها، مخاطبان از قدرت انتخاب بیشتری برخوردار شده‌اند. کاربران از محیط امن خانه با سراسر جهان ارتباط برقرار می‌کنند. ارتباط کامپیوتری با امکان پاسخگویی به نیازهای تک‌تک مخاطبان، تعامل با آنها و بالابردن حق انتخاب مهم‌ترین تحول را در عرصه فرهنگ، سرگرمی، اطلاعات و آموزش به وجود آورده و نوعی تحرک فردی و اجتماعی جدید را شکل داده است. در این شبکه ارتباطی روز به روز بر شمار مخاطبان فعال افزوده و از تعداد مخاطبان منفعل کاسته می‌شود. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۳۸۲-۳۹۲)

رویکرد نظریه استفاده و خشنودی متضمن تغییر کانون توجه از مقاصد ارتباط‌گر به مقاصد دریافت‌کننده است. در این رویکرد، برای طبقه‌بندی نیازها و خشنودی‌های مخاطب راه‌های متعددی به دست می‌آید. برخی از خشنودی‌های «فوری» و «تأخیری» سخن گفته‌اند. بعضی دیگر را اطلاعاتی - آموزشی و تخیلی - فراغتی «تفریحی» خوانده‌اند. (سورین و تانکار، ۱۳۸۲: ۴۲۰-۴۲۴)

در مورد این نظریه، برداشت‌های گوناگونی وجود دارد؛ مک‌کوایل (Mc Quail) در کتاب *نظریه ارتباطات جمعی* می‌گوید: «خاستگاه‌های اجتماعی و روان‌شناختی نیازها، که به وجود آورنده توقعات ما از رسانه‌ها هستند، به نوبه خود باعث ارضای نیازها و پیامدهای دیگری که عمدتاً ناخواسته هستند، می‌شود.» مک‌کوایل خاطر نشان می‌کند که علت استفاده از رسانه، تجربه کردن مسائلی است که از شرایط اجتماعی و روانی ناشی می‌شود، مسائلی از قبیل جست‌وجوی اطلاعات، تماس اجتماعی، انحراف توجه، فراگیری

اجتماعی و رشد که برای حل این امور و برآوردن این نیازها، مخاطب به رسانه‌ها متوسل می‌شود (مک کوایل، ۱۳۸۰: ۳۳۲).

مدل پژوهش



مدل تحلیل: تأثیر اینترنت بر ارتقای جایگاه زنان.

فرضیه‌های پژوهش

۱. به نظر می‌رسد اینترنت باعث ایجاد فضای عمومی به نفع زنان جامعه می‌شود.
۲. به نظر می‌رسد اینترنت باعث افزایش اعتماد به نفس و احساس استقلال بیشتر زنان در جامعه کنونی می‌شود.
۳. به نظر می‌رسد اینترنت باعث انعکاس جنبه‌های شخصی و حرفه‌ای زندگی زنان در جامعه می‌شود.
۴. به نظر می‌رسد بین اینترنت و کاهش انزوای اجتماعی زنان در جامعه رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۵. به نظر می‌رسد بین اینترنت و تغییر باورها و اندیشه‌های سنتی زنان جامعه رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۶. به نظر می‌رسد اینترنت باعث تعاملات زنان با عقاید مشابه هم در جامعه می‌شود.
۷. به نظر می‌رسد اینترنت باعث افزایش سطح آگاهی و دانش زنان در جامعه می‌شود.

۸. به نظر می‌رسد اینترنت منجر به تحرک اجتماعی بیشتر زنان در جامعه می‌شود.
۹. به نظر می‌رسد بین استفاده از اینترنت و عضویت زنان در جامعه اطلاعاتی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
۱۰. به نظر می‌رسد اینترنت باعث افزایش حضور زنان در مشارکت‌های اجتماعی می‌شود.

روش پژوهش

در این پژوهش، از روش پیمایشی جهت بررسی نگرش پاسخگویان استفاده شد. جامعه آماری، کلیه دانشجویان رشته ارتباطات (تمامی گرایش‌ها و مقاطع) است که در زمان تحقیق در حال تحصیل بودند. حجم نمونه از جامعه آماری براساس فرمول کوکران، ۳۰۵ نفر محاسبه شد و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به کار رفت.

ابزار پژوهش

تکنیک مورد نیاز در این پژوهش، ابزار پرسشنامه با ۲۴ سؤال بسته است. در این سوالات از مقیاس اسمی و ترتیبی و طیف لیکرت استفاده شد. پرسشنامه‌ها پس از تنظیم در میان دانشجویان مورد نظر توزیع شد.

یافته‌های پژوهش

از بررسی مشخصات فردی جامعه آماری مشخص شد که از نظر جنسیت، ۷۳/۸ درصد از پاسخگویان زن و ۲۶/۲ درصد مرد بوده‌اند و از نظر مقطع تحصیلی، سطح تحصیلی ۷۰/۵ درصد از پاسخگویان کارشناسی و ۲۹/۵ درصد کارشناسی ارشد بوده است.

همچنین در بررسی سن پاسخگویان مشخص شد که ۴۹/۵ درصد پاسخگویان ۱۸ تا ۲۲ سال و ۲۵/۶ درصد پاسخگویان ۲۳ تا ۲۷، ۱۲/۸ درصد ۲۸ تا ۳۲، ۹/۲ درصد بین ۳۳ تا ۳۷، و ۲/۶ درصد بالاتر از ۳۸ بودند.

در مجموع، ۹۶/۷ درصد پاسخگویان از اینترنت به عنوان یک ابزار بهره می‌گیرند و تنها ۳/۳ درصد از اینترنت استفاده نمی‌کنند و در پاسخ به پرسش‌ها از معلومات و دانسته‌های خود بهره می‌گیرند.

در خصوص نقش اینترنت در جبران کمبودهای اطلاعاتی، برای ۸۲/۹ درصد از

پاسخگویان در حد زیاد و خیلی زیاد حائز اهمیت است. آنها اینترنت را رسانه‌ای مهم در امر اطلاع‌رسانی دانسته‌اند.

از پاسخگویان ۸/۵ درصد کاملاً موافق، ۵۱/۸ درصد موافق، ۳۵/۷ درصد مخالف و تنها ۳/۹ درصد پاسخگویان مخالف این عبارت می‌باشند که اینترنت منجر به ایجاد فضایی عمومی به نفع زنان در جامعه می‌شود.

همین‌طور ۲۲ درصد کاملاً موافق، ۶۴/۳ درصد موافق، ۱۲/۱ درصد مخالف و ۱/۶ درصد کاملاً مخالف این هستند که اینترنت باعث افزایش سطح آگاهی و دانش زنان در جامعه می‌شود.

بر طبق داده‌های آماری ۱۳/۸ درصد کاملاً موافق، ۵۹/۷ درصد موافق، ۲۴/۹ درصد مخالف و ۱/۶ درصد با این عبارت کاملاً مخالف هستند که استفاده از اینترنت باعث می‌شود زنان خود را عضوی از جامعه اطلاعاتی بدانند.

همچنین ۱۴/۴ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق، ۶۰/۷ درصد موافق، ۲۳/۳ درصد مخالف و تنها ۱/۶ درصد پاسخگویان با این عبارت کاملاً مخالف هستند که اینترنت باعث انعکاس جنبه‌های شخصی و حرفه‌ای زندگی زنان در جامعه می‌شود.

نیز یافته‌ها حاکی از آن است که ۱۷ درصد از پاسخگویان کاملاً موافق، ۵۸/۷ درصد موافق، ۲۲ درصد مخالف و ۲/۳ درصد کاملاً مخالف این عبارت هستند که اینترنت باعث کاهش انزوای اجتماعی زنان در جامعه می‌شود.

۱۹ درصد از پاسخگویان با این عبارت که اینترنت باعث افزایش حضور زنان در مشارکت‌های اجتماعی می‌شود کاملاً موافق هستند؛ ۶۰/۳ درصد موافق، ۱۸/۷ درصد مخالف و تنها ۲ درصد با آن کاملاً مخالف‌اند.

از پاسخگویان ۱۷ درصد با عبارت «استفاده از اینترنت باعث افزایش تعامل زنان با عقاید مشابه هم در جامعه می‌شود» کاملاً موافق، ۶۵/۲ درصد موافق، ۱۵/۴ درصد مخالف و تنها ۲/۳ درصد کاملاً مخالف هستند.

همچنین ۹/۸ درصد از پاسخگویان معتقدند که اینترنت در حد خیلی زیاد باعث افزایش اعتماد به نفس و حس استقلال بیشتر زنان در جامعه می‌شود، ۴۴/۹ درصد در حد زیاد، ۳۹ درصد در حد کم و ۶/۲ درصد نیز در حد خیلی کم پاسخ دادند. ۱۲/۱ درصد از پاسخگویان در حد خیلی زیاد، ۵۶/۴ درصد در حد زیاد، ۲۸/۲ درصد در حد کم و تنها ۳/۳ درصد در حد خیلی کم معتقدند که اینترنت به تحریک اجتماعی بیشتر زنان در جامعه منجر می‌شود.

یافته‌های دیگر نشان می‌دهد ۱۶/۷ درصد در حد خیلی زیاد، ۵۱/۱ درصد در حد زیاد، ۲۹/۲ درصد در حد کم و ۳ درصد نیز در حد خیلی کم معتقدند که اینترنت باعث تغییر باورها و اندیشه‌های سستی زنان در جامعه می‌شود.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

تأثیر اینترنت بر اعتماد به نفس و حس استقلال زنان

بر اساس نتایج به دست آمده در جدول (۱)، با اطمینان ۹۹٪ می‌توان گفت با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده کوچک‌تر از ۰/۰۱ است، پاسخ‌های ارائه شده توزیع یکنواختی ندارند و با توجه به جدول (۲)، گزینه زیاد بیشترین فراوانی را دارد، می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه پژوهشی مبنی اینکه اینترنت باعث افزایش اعتماد به نفس و حس استقلال بیشتر زنان در جامعه کنونی می‌شود، مورد تأیید قرار گرفته است.

جدول ۱. نتایج آزمون خی دو جهت بررسی یک فرضیه

مقدار خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری
۱۴۳/۴۰۷	۳	0.000

جدول ۲. فراوانی (ف) مشاهده شده (م.ش) و فراوانی مورد انتظار (ا.م) در بررسی فرضیه‌ها

فرضیه‌ها	خیلی زیاد			زیاد			کم			خیلی کم		
	ف.م	ف.ا	تفاوت	ف.م	ف.ا	تفاوت	ف.م	ف.ا	تفاوت	ف.م	ف.ا	تفاوت
اینترنت و افزایش اعتماد به نفس و احساس استقلال بیشتر زنان	۳۰	۷۶۳	-۴۶۳	۱۳۷	۷۶۳	۶۰۸	۱۱۹	۷۶۳	۴۲/۸	۱۹	۷۶۳	-۵۷/۳
اینترنت و تغییر باورها و اندیشه‌های سستی زنان جامعه	۵۱	۷۶۳	-۲۵۳	۱۵۶	۷۶۳	۷۹/۸	۸۹	۷۶۳	۱۲/۸	۹	۷۶۳	-۶۷/۳
اینترنت و تحرک اجتماعی بیشتر زنان در جامعه	۳۷	۷۶۳	-۳۹۳	۱۷۲	۷۶۳	۹۵/۸	۸۶	۷۶۳	۹/۸	۱۰	۷۶۳	-۶۶/۳

جدول ۳. نتایج آزمون خی دو جهت بررسی یک فرضیه

مقدار خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری
۲۱۰/۱۸۷	۳	۰۰۰/۰

تأثیر اینترنت بر کاهش انزوای اجتماعی

همان‌گونه که در جدول (۳) ملاحظه می‌شود از آنجا که سطح معناداری محاسبه‌شده کوچک‌تر از ۰/۰۱ است، با توجه به جدول (۴) با اطمینان ۹۹٪ می‌توان گفت که پاسخ‌های ارائه‌شده توزیع یکنواختی ندارد و در نظر گرفتن اینکه گزینه موافقم بیشترین فراوانی را دارد می‌توان گفت فرضیه پژوهشی تأیید شده است. پس بین اینترنت و کاهش انزوای اجتماعی زنان در جامعه رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۴. فراوانی (ف) مشاهده شده (م.ش) و فراوانی مورد انتظار (ا.م) در بررسی فرضیه‌ها

فرضیه	کاملاً موافقم			موافقم			مخالقم			کاملاً مخالفم		
	ف.م.ش.	ف.ا.م.	ف.ف.	ف.م.ش.	ف.ا.م.	ف.ف.	ف.م.ش.	ف.ا.م.	ف.ف.	ف.م.ش.	ف.ا.م.	ف.ف.
استفاده از اینترنت و عضویت زنان در جامعه اطلاعاتی	۴۲	۷۶٫۳	-۳۴٫۳	۱۸۲	۷۶٫۳	۱۰۵/۸	۷۶	۷۶٫۳	-۰٫۳	۵	۷۶٫۳	-۷۱٫۳
اینترنت و افزایش حضور زنان در مشارکت‌های اجتماعی	۵۸	۷۶٫۳	-۱۸٫۳	۱۸۴	۷۶٫۳	۱۰۷/۸	۵۷	۷۶٫۳	-۱۹٫۳	۶	۷۶٫۳	-۷۰٫۳
اینترنت و کاهش انزوای اجتماعی زنان در جامعه	۵۲	۷۶٫۳	-۲۴٫۳	۱۷۹	۷۶٫۳	۱۰۲/۸	۶۷	۷۶٫۳	-۹٫۳	۷	۷۶٫۳	-۶۹٫۳
اینترنت و انعکاس جنبه‌های شخصی و حرفه‌ای زندگی زنان	۴۴	۷۶٫۳	-۳۲٫۳	۱۸۵	۷۶٫۳	۱۰۸/۸	۷۱	۷۶٫۳	-۵٫۳	۵	۷۶٫۳	-۷۱٫۳

در بررسی سایر فرضیه‌های پژوهش، با توجه به آزمون آماری خی‌دو انجام شده و سطح معناداری کوچکتر از ۰/۰۱ با اطمینان ۹۹٪ و فراوانی‌های مشاهده‌شده و مورد انتظار منعکس شده در جدول‌های ۲ و ۴ و ۵ می‌توان نتیجه گرفت که تمامی فرضیه‌های مطرح شده در این پژوهش تأیید شده است. پس می‌توان گفت بین اینترنت به‌عنوان یک رسانه نوین ارتباطی و مؤلفه‌های بررسی جایگاه زنان (انعکاس زندگی زنان، افزایش سطح آگاهی زنان، افزایش تعامل زنان در جامعه، ایجاد فضای عمومی به‌نفع زنان، ایجاد تحرک اجتماعی، تغییر باورهای و اندیشه‌های سنتی، عضویت زنان در جامعه اطلاعاتی و افزایش مشارکت اجتماعی) رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۵. فراوانی مشاهده شده و فراوانی مورد انتظار در بررسی فرضیه‌ها

	کاملاً موافقم			مخالقم			موافقم			کاملاً موافقم		
	ف.م.ش.	ف.ا.م.	ف.ش.	ف.م.ش.	ف.ا.م.	ف.ش.	ف.م.ش.	ف.ا.م.	ف.ش.	ف.م.ش.	ف.ا.م.	ف.ش.
اینترنت و تعاملات زنان با عقاید مشابه هم در جامعه	۵۲	۷۶۳	-۲۴/۳	۱۹۹	۷۶۳	۱۲۲/۸	۴۷	۷۶۳	-۲۹/۳	۷	۷۶۳	-۶۹/۳
اینترنت و افزایش سطح آگاهی و دانش زنان در جامعه	۶۷	۷۶۳	-۹/۳	۱۹۶	۷۶۳	۱۱۹/۸	۳۷	۷۶۳	-۳۹/۳	۵	۷۶۳	-۷۱/۳
اینترنت و ایجاد فضای عمومی به نفع زنان جامعه	۲۶	۷۶۳	-۲۰/۳	۱۵۸	۷۶۳	۸۱/۸	۱۰۹	۷۶۳	۳۲/۸	۱۲	۷۶۳	-۶۴/۳

نتیجه‌گیری

ظهور شبکه جهانی اینترنت به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، نمایانگر پیشرفت فناوری‌های انسان امروزی است و نقش آن در ایجاد و تغییرات اجتماعی و به‌ویژه تغییرات ارزشی، غیرقابل چشم‌پوشی است.

برطبق پژوهش، اینترنت در افزایش اعتمادبه‌نفس و حس استقلال زنان نقش مؤثری داشته است. زنان و دخترانی که به وبلاگ‌نویسی در اینترنت روی آورده‌اند، بدون نگرانی از طرز تلقی و نگاه دیگران راحت‌تر از گذشته از زندگی خصوصی و جنبه‌های شخصی زندگی خود حرف می‌زنند. وبلاگ به‌عنوان یک فضای مجازی در افزایش اعتمادبه‌نفس، احساس استقلال و تفرد زنان تاثیر بسزایی دارد این آثار مثبت می‌تواند در همه جنبه‌های زندگی زنان خود را نشان دهد.

همچنین با بررسی‌های بعمل آمده دیگر مشخص گردید که اینترنت باعث ایجاد تغییر در باورها و اندیشه‌های سنتی زنان می‌شود. رسانه‌ها در دگرگونی ارزش‌های فردی و اجتماعی نقش مؤثری دارند. این دگرگونی‌ها می‌تواند عامل مؤثری در نواندیشی و تجدید نظر جدی در اندیشه‌های سنتی مسایل زنان شود و در نتیجه به تحول در ساختار اجتماعی بیانجامد. امروزه که زنان از محدوده سنتی نقش‌های خود در جامعه خارج شده‌اند خواهان افزایش مشارکت اجتماعی و فرهنگی خود هستند. برطبق یافته‌های دیگر تحقیق، استفاده از اینترنت باعث افزایش حضور زنان در مشارکت اجتماعی می‌شود. هرچه ابعاد مشارکت زنان و جایگاه اجتماعی آنان گسترده‌تر باشد رشد و شکوفایی چشم‌گیرتر می‌شود.

بررسی به‌عمل آمده تحقیق نشان می‌دهد که اینترنت باعث تعاملات زنان با عقاید مشابه هم در جامعه می‌شود. این رسانه با مرتبط‌ساختن زنان در جوامع و افزایش تبادل فرهنگی و فراخواندن آنان به مشارکت‌های اجتماعی مجازی امکان دسترسی به منابع یک زندگی متعادل و برابر با مردان را فراهم می‌کند و حس همسانی را در آنها به‌اثبات می‌رساند. آنها با حضور در فضای مجازی، درباره همه موضوعات مورد علاقه خود صحبت می‌کنند و نظرهای خود را بدون هیچ دغدغه‌ای عنوان می‌کنند.

زنان بر اثر فشارهای اجتماعی و مشکلاتی که در جامعه تجربه می‌کنند و با استفاده از فرصتی که فضای مجازی جهت حضور و تولید محتوی در اختیارشان قرار می‌دهد، برای بیان احساسات و عقایدشان استفاده می‌نمایند. آنها با افرادی مشابه خود، به تعامل و بحث و گفتگو می‌نشینند و راه‌حلهایی جهت رفع مشکلاتشان ارائه می‌دهند.

اینترنت باعث افزایش سطح آگاهی و دانش زنان می‌شود. آموزش مجازی با سهولت دسترسی به منابع متعدد، اکثر موانع اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی آموزش واقعی زنان را برطرف می‌سازد و به‌عنوان سریع‌ترین و ارزان‌ترین وسیله تبادل اطلاعات، پتانسیل بزرگی را برای کمک به زنان در حل مشکلات آموزشی فراهم می‌کند.

همچنین اینترنت باعث عضویت زنان در جامعه اطلاعاتی می‌شود. جامعه اطلاعاتی فرصت‌های بسیار خوبی برای زنان فراهم کرده است. بنابراین، زنان از فرصت‌های پیش‌آمده استقبال می‌کنند و با ارتقای دانش عمومی خود و مشارکت بیشتر در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی در جامعه اطلاعاتی، جایگاه واقعی خود می‌یابند.

از یافته‌ها چنین برمی‌آید که اینترنت باعث کاهش انزوای اجتماعی زنان می‌شود. اینترنت به دنیای مجازی ایجاد ارتباط و ابراز عقاید زنان تبدیل شده است. فعالیت اجتماعی زنان با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سایت‌های دوست‌یابی و ایجاد وبلاگ و تجارت الکترونیکی افزایش می‌یابد. پس می‌توان گفت که اینترنت باعث شده است زنان از حاشیه‌نشینی و انزوا به سمت فعالیت‌های اجتماعی سوق داده شوند و پایگاه اجتماعی آنان تا حدودی تثبیت شود.

طبق نتایج به‌دست‌آمده از تحقیق بیشتر پاسخگویان معتقدند فضای عمومی در اینترنت به نفع زنان ایجاد می‌شود. براساس نظریه کنش ارتباطی، رسانه‌ها مهم‌ترین نقش را در فضای عمومی برعهده دارند. زنان می‌توانند از فرصتی که اینترنت به‌عنوان یک رسانه در اختیار آنها قرار می‌دهد به‌راحتی و به بهترین شکل استفاده نمایند. آنها می‌توانند در تمامی زمینه‌ها با یکدیگر به تبادل اطلاعات بپردازند و در مورد مسائل مربوط به خود اظهار نظر کنند.

همچنین طبق یافته‌های دیگر تحقیق، اینترنت منجر به تحرک اجتماعی زنان در جامعه و ارتقای پایگاه اجتماعی آنها می‌شود. با استفاده از اینترنت، آگاهی زنان از توانمندی‌های خود و کارکردهای اجتماعی در جامعه تغییر می‌یابد. زنان جرأت پیدا می‌کنند تا از حاشیه‌نشینی بیرون آیند و به عنوان تصمیم‌گیرنده، جای خود را در مرکزیت جامعه پیدا کنند. در نتیجه گیری کلی می‌توان گفت:

اینترنت با اختصاص فضای عمومی به نفع زنان امکان حضور زنان را بدون محدودیت زمانی و مکانی فراهم می‌کند و باعث بالارفتن حس استقلال و اعتمادبه‌نفس آنان می‌شود. زنان با حضور در فضای مجازی جنبه‌های شخصی و رویدادها زندگی خود را منعکس می‌کنند؛ و این باعث کاهش انزوای اجتماعی و تعاملات زنان با عقاید مشابه هم می‌شود. زنان با حضور در اینترنت سطح دانش و آگاهی خود را بالا می‌برند و خود را عضوی از جامعه اطلاعاتی می‌دانند و با استفاده از فرصت‌هایی که اینترنت برای آنان فراهم می‌کند و با ایجاد تحرک اجتماعی، تغییر باورها و اندیشه‌های سنتی می‌توانند حضور و مشارکت خود را در جامعه افزایش دهند و در نتیجه نقش و جایگاه واقعی خود را در جامعه تثبیت کنند.

پیشنهادها و راهکارها

با توجه به نتایج کسب شده از این پژوهش و بررسی و تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها پیشنهادهای به شرح زیر ارائه می‌شود:

- تشکیل مراکز جهت دسترسی سریع و آسان زنان به اینترنت؛
- آموزش مهارت‌های لازم فناوری به زنان جهت دسترسی و استفاده بیشتر از اینترنت و فضای مجازی؛
- فرهنگ‌سازی جهت عضویت زنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی و گسترش آن؛
- افزایش توانمندی زنان جهت استفاده آگاهانه و فعالانه از محتوای فضای مجازی؛
- تغییر دیدگاه فرهنگی جامعه در خصوص اشتغال و مهارت فناوری زنان؛
- حمایت لازم از صاحب‌نظران و پژوهشگران جهت تولید محتوای مسائل مربوط به زنان در فضای مجازی؛
- اختصاص بخشی از بودجه جهت ایجاد دانشگاه مجازی در خصوص آموزش زنان؛
- ایجاد شبکه‌های اجتماعی مجازی جهت مواجهه با مشکلات و موانع موجود در ارتقای جایگاه زنان؛
- برنامه‌ریزی مناسب جهت ارتقای سطح سواد رسانه‌ای زنان؛
- ایجاد و گسترش سایت‌های آنلاین در خصوص پاسخگویی به مشکلات حقوقی و اجتماعی روزمره زنان.

پیشنهاد پژوهش

براساس نتایج بررسی حاضر پیشنهاد می‌شود مطالعاتی در خصوص تبادل افکار زنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی، نقش آموزش مجازی در میزان حضور زنان در فعالیت‌های توسعه‌ای و نیز سنجش میزان استعداد و خلاقیت زنان در فضای مجازی و بهره‌گیری منطقی از آن انجام گیرد.

منابع

ابری، انسبه (۱۳۸۷). «فضای مجازی عرصه ظهور خلاقیت» - سایت علمی مقالات کنفرانس‌های کشور، آدرس اینترنتی: http://www.civilica.com/Paper--ICIC01_081.html

احمدنیا، شیرین (تایستان ۱۳۸۳). «جایگاه زنان در جامعه اطلاعاتی»، فصلنامه زن فرزانه، شماره اول - صفحه ۱۱. ارکان، عاطفه (شهریور ۱۳۸۶). «سیر تحول وسایل ارتباطی بشر از جامعه ابتدایی تا جامعه اطلاعاتی»، هفته‌نامه پگاه حوزه، شماره ۲۱۳، ص ۱۱.

بی، اری (۱۳۸۶). روش تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه دکتر رضا فاضل، ج ۱ و ۲، تهران: دانشگاه تهران. بودریار، ژان، (آبان ۱۳۸۳). «گسترش تکنولوژی و تعمیق فضای مجازی» (گفت‌وگو)، ماهنامه سیاحت غرب، شماره ۱۶، ص ۱۶.

تافلر، آلوین (۱۳۷۲). موج سوم، ترجمه شهیندخت خوارزمی، تهران: نشر نو. جلالی، علی اکبر. «توانمندسازی زنان با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات» - سایت انجمن زنان مدیر کارآفرین:

http://www.ea.wenet.ir/index.php?option=com_content&task=view&id=64&Itemid=44 -

حکیمی، رویا (۱۳۸۰). بررسی موانع آموزش واقعی و فرصت‌های آموزش مجازی برای زنان، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

«حوزه عمومی در اندیشه هابرماس» (۱۳۸۶). سایت باشگاه اندیشه:

<http://www.bashgah.net/fa/content/show/5493>

«زنان و جامعه مجازی»، روزنامه ابتکار، شماره ۱۰۷۰، ۱۳۸۶/۹/۱:

<http://www.ebtekarnews.com/Ebtekar/Article.aspx?AID=4800>

«زن ایده‌آل عصر جهانی شدن چه ویژگی‌هایی دارد؟» (۲۰۰۹). سایت آینده‌نگر:

http://www.ayandeh.nu/page1.php?news_id=4959

ساروخانی، باقر (آبان ۱۳۸۵). «اینترنت و خانواده در ایران معاصر»، مجموعه مقالات همایش زنان و اینترنت در هزاره سوم، دفتر امور زنان سپاه، ص ۳۵-۳۳.

سروی زرگر، محمد. «درآمدی بر فضای مجازی»، سایت مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ای همشهری:

<http://www.hccmr.com/news-456.aspx>

سورین، ورنر؛ تانکارد، جیمز (۱۳۸۲). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: دانشگاه تهران.

شاکری، مهرداد (۱۳۸۷). «مقاله جهانی برای فتح»، روزنامه مردم‌سالاری، ۱۳۸۷/۱/۲۵، شماره ۱۷۷۲، صفحه جامعه

شفیعی، شفیع (۱۳۸۴). «اینترنت و نقش آن در زندگی اجتماعی»، سایت آفتاب، آدرس اینترنتی:

<http://www.aftabir.com/articles/view/>

صمیعی، میترا (۱۳۸۱). دایرة المعارف کتابداری و اطلاع‌رسانی، سایت سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری

اسلامی ایران: <http://portal.nlai.ir/daka>

طهماسبی، زهرا (بهمن ۱۳۸۷). «زنان از حضور تا مشارکت»، سایت آفتاب:

<http://www.aftabir.com/articles/view/social/directory/>

فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۸۷). «دانش در فضای مجازی»، سایت همشهری آنلاین:

<http://hamshahrionline.ir/news-70853.aspx>

نسیم مجیدی قهرودی و فاطمه آذری ۱۰۹

فایضی، م. علیرضا. (اسفند ۱۳۸۵). «تأثیر فناوری‌های نوین ارتباطی (به ویژه اینترنت) بر تحول هویت فردی و گروهی»، روزنامه کیهان، شماره ۱۸۷۵۰، صفحه ۶.
کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). *اقتصاد، جامعه و فرهنگ عصر اطلاعات*، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، ج سوم، تهران: طرح نو.

کروئن، بروس (۱۳۸۵). *مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه توسلی و فاضلی، تهران: سمت.*

گزارش «زنان، شبکه‌های اجتماعی را فتح کرده‌اند»، (مهر ۱۳۸۸). سایت تیپان:

<http://www.tebyan.net/index.aspx>

گفت‌وگو با مهشید بکایی (مرداد ۱۳۸۸). «توانمند سازی زنان سطح فکری جامعه را بالا می‌برد»، سایت هم‌پرواز: <http://www.hamparvaz.com>

محسنی، منوچهر (۱۳۸۰). *جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی*، تهران: نشر دیدار.

مدنی پور، نادیا (مرداد ۱۳۸۵). «نگاهی به اشتغال زنان»، ماهنامه پیام زن، شماره ۱۷۳، ص ۵۲.

مسعودی، علی (شهریور ۱۳۸۱). «پدیده اینترنت»، ماهنامه دیدار آشنا، شماره ۲۷، ص ۱۵.

مک کوایل، دنیس (۱۳۸۰). *مخاطب‌شناسی، ترجمه مهدی منتظر قائم، تهران: ناشر دفتر مطالعات و تحقیقات و توسعه رسانه‌ها.*

میردامادی، م. (۱۳۸۰). فضای سبیرنتیک به مثابه فضای شهری (مطالعه موردی کاربران اینترنت در شهر تهران)، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

نشست مرکز مطالعات استراتژیک، موضوع «شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌ها و تهدیدها»، دی ماه ۱۳۸۸، سایت پایگاه اطلاع‌رسانی حوزه رسانه و ارتباطات:

<http://www.medianews.ir/fa.2010/01/14-social-networks-csr.html>

نصیری، بهاره (۱۳۸۴). «اینترنت»، سایت روزنامه همشهری:

<http://www.hamshahri.org/hamnews/840602/1384/world/cinew.htm>

«نگاهی به جایگاه و حضور زنان در وب» (دی ماه ۱۳۸۶). سایت تحلیل وضعیت فناوری اطلاعات در ایران:

http://itanalyze.com/archives/analysis/۲۰۰۷/۱۱/post_586.php

Gromala, D. Kennedy. B. M. (eds) (2001). *Cyber Culture Streader*. London: Rout Ledge.

Hamelink S. J. (1999). Human Development in M.Tawfik (chief editir) *Word Communication and Information Report 1999-2000 Unesco* . pp23-45.

