

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۲/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۲/۱۳

نگرشی خلاقانه در کارکرد اینترنت در زنان ایرانی

فاطمه اسماعیلی^۱

رزیتا سپهرنیا^{۲*}

چکیده

زمینه: اینترنت بانک اطلاعاتی جهانی است. کاربران اینترنت با ورود به فضای مجازی، با دنیای وسیع و حیرت‌انگیزی مواجه می‌شوند پس برای درک صحیح آن ناگزیر باید کارکردهای مثبت و منفی آن را بشناسند و فراگیرند.

هدف: هدف این مقاله شناخت نگرش متخصصین و صاحب نظران در شناسایی کارکردهای مثبت و منفی اینترنت در زنان ایرانی است.

روش پژوهش، روش تحقیق در این مقاله بصورت ترکیبی و از طریق روش کیو است، تعداد ۴۲ نفر از متخصصین بصورت هدفمند انتخاب شدند، سپس از طریق مصاحبه و پرسشنامه محقق ساخت، نگرش سنجی انجام و روایی پرسشنامه به صورت صوری و محتوایی بررسی و پایایی آن مورد تایید صاحب نظران قرار گرفت. داده‌های جمع‌آوری شده از طریق تحلیل عاملی کیو مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌ها: یافته‌های تحقیق نشان داد کارکرد اینترنت در حوزه زنان بصورت مثبت و منفی، در پنج مؤلفه با اولویت شاخص‌هایی در نوع استفاده از اینترنت به صورت "جستجوگری"، در پیامدهای شبکه‌های اجتماعی شاخص "خبر سازی و دروازه بانی خبر"، در بازی‌های رایانه‌ای "فردگرایی در خانواده"، در مؤلفه وبلاگ‌ها "دسترسی آسان" و در تالار گفتگو "تعاملات اجتماعی" مطرح است.

نتیجه‌گیری: با توجه به اهمیت فزاینده فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در بازار جهانی و حضور بیش از پیش زنان در اجتماع بعنوان کاربران اینترنتی باید کارکردهای مثبت و منفی آن را نیز مورد

۱ - دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مطالعات زنان، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رودهن، رودهن، ایران fa.esmaeli@gmail.com

۲ - گروه علوم اجتماعی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران (نویسنده مسئول) sepehrnia@riau.ac.ir

توجه قرار داد تا بتوان برای استفاده بهینه و کاهش اثرات منفی آن برنامه ریزی و سیاست گذاری های متناسب نمود.

کلید واژه ها: کارکرد اینترنت، زنان ایرانی، روش کیو.

مقدمه

تأثیرات و پیامدهای مثبت و منفی اینترنت بعنوان یک پدیده نوین در اجتماعات انسانی در حال گسترش است و هر روز از سوی صاحب نظران و رسانه ها نقش مثبت اینترنت در توسعه اقتصادی و نقش منفی آن در توسعه فرهنگی برجسته سازی می شود. یکی از مواردی که نقشی تعیین کننده در فرآیند ارتباطات دارد، رسانه‌ها هستند. رسانه‌ها بر شناخت عمومی افراد از جهان تأثیر می‌گذارند. اینترنت یکی از رسانه‌های دنیای مدرن است که گوی سبقت را از دیگر رسانه‌ها ربوده است. از دیدگاه کارکرد گرایان می‌توان برای ورود رسانه‌ها به جوامع دو نوع کارکرد قائل شد کارکرد مثبت که موجب گسترش غیر قابل کنترل، آموزش علوم و انتقال فرهنگ و تسریع در ارتباطات و ... می‌شود و کارکرد منفی که موجب کمتر شدن روابط اجتماعی و خانوادگی افراد از نظر عاطفی و کاهش ارتباط تعاملی بین افراد جامعه، رواج فرهنگ خشونت و... به تبع آن بحران‌ها و تعارضات بین جوانان و افراد خانواده می‌شود (شفاهی، ۲۰۱۲، ۱۳۸۳). اینترنت، دنیایی مجازی است که اگرچه آن‌طور که سولر معتقد است واقعی نیست، اما دنیایی است که شبیه به دنیای واقعی عمل می‌کند و در واقع نوعی شبیه‌سازی و جایگزینی برای دنیای واقعی است، چراکه هم صحت دارد و هم نزدیک به واقع است و هم با توجه به تأثیری که روی افراد دارد، عملاً واقعی محسوب می‌شود (سولر، ۲۰۰۶، ۷۷). از آن‌جا که هویت افراد از تجارب آنان در زندگی واقعی شکل می‌گیرد، بنابراین مطالعه تجربه انسانی در کنش‌های متقابل آنها با همدیگر، چه در دنیای واقعی و چه در دنیای مجازی، موضوعی است که ذهن پژوهشگران، دانشمندان و متخصصین

بسیاری را به خود جلب کرده است. زنان در فرآیند اجتماعی شدن، به موقعیت‌ها و نقش‌های متفاوت، احساس‌های متفاوت از محیط هنجاری و عملکرد ساختارهای اجتماعی، پنداشت‌های متفاوت از اعیان فرهنگی و اجتماعی، ارزش‌ها و گرایش‌ها، هویت‌های فردی و اجتماعی و نظام‌های شخصیتی متفاوت با درجات متفاوتی از رشد دست می‌یابند که به تبع آن میزان آمادگی زنان برای عمل و الگوهای کنش آنان، از جمله کم و کیف مشارکت مدنی ایشان نیز متفاوت خواهد بود (عبداللهی، ۱۳۸۷، ۱۴۴).

ظهور و گسترش هر رسانه جدید مانند اینترنت، موجی از واکنش‌های مثبت و خوش بینانه را در جوامع بر می‌انگیزد. هر رسانه ابزاری در جهت رشد و تکامل انسان و پیشرفت جامعه تلقی می‌شود که به تولید و انتقال علم و فرهنگ کمک می‌کند و کار آموزش، اطلاع رسانی و سرگرمی را راحت تر می‌کند و پس از مدتی که معایب و محدودیت‌های آن آشکار شد، اندیشه‌های انتقادی نسبت به آن رسانه در میان نخبگان علمی و فرهنگی جامعه رشد می‌کند. ولی دید واقع بینانه ای است که در عین توجه به نکات مثبت باید آثار سوء و منفی آن را نیز در نظر گرفت (حسینی، ۱۳۹۴). واقعیت این است که دنیای مدرن، زنان را نیز همچون سایر اقشار جامعه، درگیر شبکه‌های اجتماعی مختلف از جمله اینترنت و فضای مجازی نموده است و دنیای مجازی به طور کلی شکل جدیدی از حضور و تعامل برای زنان در این فضا را به ارمغان آورده است، نوع جدیدی از تجربه که با تمام تشابه‌ها و دغدغه‌های جنس مؤنث در دنیای واقعی، نوعی اختیار عمل، خودنمایی آزادانه و قابل کنترل را برای آنان به همراه می‌آورد. مفهوم هویت و به طور خاص هویت زنانه، در کنش‌های متقابل انسانی و تعاملات بین‌فردی، شکل می‌گیرد ولی تجربه زنان در فضای مجازی، می‌تواند هویت زنانه آنان را در شرایط عینی نیز تحت تأثیر قرار دهد.

از نظر کاستلز "ارتباطات مبتنی بر کامپیوتر" به راستی انقلابی در فرایند ارتباطات و به واسطه آن فرهنگ ایجاد خواهد کرد و ارتباطات کامپیوتری به دلیل تازگی تاریخی این رسانه و بهبود نسبی جایگاه قدرت برای گروه‌هایی از قبیل زنان که از نظر سنتی زیر دست

بوده اند ممکن است فرصتی برای معکوس کردن بازی های سنتی قدرت در فرایند ارتباطات فراهم کند (کاستلز، ۱۳۸۰، ۴۱۷). با توجه به گفته مانوئل کاستلز شاید بتوان تا حدودی علل رشد حضور گروه های مختلف جوامع از جمله زنان را در این گونه ارتباطات، تشریح و توجیه کرد که چگونه این وسیله ارتباطی جدید فرصت حضوری نو برای زنان فراهم آورده، فرصتی که افراد خود را آن گونه که مایل هستند به دیگران بشناسانند نه آن گونه که هستند و این جنبه از موضوع حداقل در مطالعات اجتماعی بسیار حائز اهمیت است. ظهور تکنولوژی های نوین ارتباطی در عصر حاضر به همراه تحولاتی که در فضای مجازی بوجود آمده است، بسیاری از کارکردهای خانواده را دچار اختلال و تحول کرده است. تحولاتی که خود منشأ بروز دگرگونی هایی عمیق و اساسی در نوع روابط و ارزش های خانوادگی می باشند. امروزه نقش مؤثر زنان در مقابله با تهاجم فرهنگی و پیشگیری از انحرافات اجتماعی بر کسی پوشیده نیست زیرا زنان در فرهنگ سازی بیشترین نقش را دارند و همین نقش مؤثر و کلیدی، موجب شده که نوک تیز حمله دشمن در جهانی شدن و استحاله فرهنگی متوجه زنان جامعه شود. آنان به خوبی دریافته اند که اگر موفق به تغییر فرهنگ زنان یک قوم شوند، می توانند تمامیت فرهنگ آن جامعه را متأثر کرده و تغییر دهند. از این رو دشمن، تمامی تلاش خود را مصروف تغییر فرهنگ زنان جامعه ما نموده است. همان طور که زنان قادر به سازندگی فرهنگ خانواده و جامعه می باشند به همان نسبت توان تخریب فرهنگ جامعه را نیز دارند و طبیعی است که زنان جامعه از عمده ترین و تأثیرگذارترین عناصر مقابله با تهاجمات فرهنگی محسوب می شوند. از زمانی که اینترنت وارد فضای زندگی انسان شده تا به امروز، علی رغم تمام محاسن و مزایای آن، یکسری دغدغه ها و نگرانی هایی را بر خانواده ها تحمیل نموده است. موضوعی که در تمام جوامع موضوعیت داشته و محدود به جامعه و یا اقلیتی خاص نمی شود و دلیل آن ویژگی های خاص فضای مجازی (اینترنت) و نو بودن این پدیده و عدم توجه به عوارض و پیامدهای آن در جامعه

است. گسترش اینترنت خود به خلق محیط های جدیدی منجر شده که نیازمند ایجاد نظریات روان شناسی شناختی و ارتباطی جدید است.

اینترنت پدیده ای فرهنگی است که در دو دهه اخیر رشد سریعی داشته است و راهی برای ارتباط بین المللی و دسترسی به دانش محسوب می شود. در سراسر کره زمین، اینترنت در حال تبدیل شدن به جزئی از زندگی روزمره مردم شده است. تحقیقات نشان می دهد امروزه تعداد زیادی از زنان، کودکان و نوجوانان از اینترنت استفاده می کنند. اختلاف عقیده مردم درباره اینترنت و پیامدهای آن در زندگی متفاوت است. برخی می اندیشند که اینترنت پدیده ای کم مایه و حاشیه ای است و آنهایی که عقیده دارند، ابزارهای اینترنتی تاثیر بدی دارند، مانند بنیگر^۱ که می گوید، "ابزارهای اینترنتی باعث بالا بردن رشد کاذب و نه واقعی جوامع می شود"، برخی هم آن را به عنوان پیشرفتی هیجان انگیز همراه با موقعیت های تقریباً اغوا کننده در نظر می گیرند در حالی که دیگران آن را شیطانی مخوف و حتی خطرناک می پندارند (اسلوبین، ۱۳۸۰، ۲۳).

با عمومی شدن این فرصت، زنان نیز با وارد شدن به دنیای اینترنت شکل دیگری از حضور در اجتماع مدرن و امروزی را تجربه کردند. شتاب اعجاب آور و رشد تصاعدی و همه گیر و همه جایی شبکه های کامپیوتری لزوم تحقیق در آثار و پیامدهای اجتماعی آن را نشان می دهد و همچنین در مورد زنان نیز قدری مسأله پیچیده تر و قابل توجه تر است. زنان که به طور معمول و به دلیل نگاه سنتی حاکم بر نقش زن در جامعه، همواره محدودیت هایی در تعامل اجتماعی داشتند، در شبکه جهانی اینترنت شکل جدیدی از حضور و تعامل را تجربه می کنند. علت اصلی انتخاب این فضا به عنوان یک محیط جدید شکل گیری ارتباطات در درجه اول شناخت فضای مجازی اینترنت به عنوان یک پدیده نو و فراگیر اجتماعی است و از طرفی توجه به این نکته که هیچ پدیده دیگری در طول سالهای اخیر در ایران به اندازه اینترنت رشد نداشته است. افزایش تصاعدی ضریب نفوذ اینترنت در ایران و

در کنار آن افزایش تعداد سایت ها و وبلاگ‌ها ی زنان و پایگاه های اطلاع رسانی بر روی این شبکه جهانی و توجه ویژه کاربران زن ایرانی پا به پای دیگر کاربران آن، شاید یکی از مهم ترین دلایل احساس نیاز برای بررسی این موضوع باشد. با توجه به آمار و گزارشات به دست آمده و به نقل از خبرگزاری تسنیم، ضریب نفوذ اینترنت ایران با حدود ۷۵ میلیون نفر جمعیت و حدود ۴۰ میلیون کاربر اینترنت، برای سه ماهه اول امسال ۵۳/۲۹ درصد گزارش شده است. با توجه به این که ۳۴/۸۷ درصد جامعه کاربری اینترنت ایران در اختیار مردان و ۲۷/۶ درصد در اختیار زنان است که از این میان ۵۸/۳ درصد از این جوامع را جوانان ۱۵ تا ۲۴ سال تشکیل داده اند (دانش و فناوری، ۱۵ آذر ۱۳۹۳).

پایگاه اینترنتی «داده‌ها و آمار اینترنت» که در آمریکا مستقر است اخیراً لیستی از تعداد کاربران اینترنتی دنیا منتشر کرده است که ایرانیان در لیست فوق در رده سیزدهم تعداد کاربران جهان قرار دارند. در آمار این سازمان آمده که ایران با داشتن ۳۳ میلیون و ۲۰۰ هزار کاربر که معادل ۴۳ درصد جمعیت ۷۷ میلیونی ایران هستند، مقام سیزدهم تعداد کاربران اینترنتی جهان را به خود اختصاص داده اند و جزء بیست کشوری هستند که کاربران اینترنتی زیادی دارند (پایگاه داده ها و آمار اینترنت، ۱۳۹۴). یکی از دغدغه‌های ما عدم برنامه‌ریزی در حوزه اینترنت در کشور در حوزه زنان است و علی رغم وجود شورای عالی فضای مجازی و دستگاه های ذی ربط، سیاست گذاری مدون و راهبردی در این حوزه وجود ندارد و نیاز سنجی، امکان سنجی و یا نقشه راهی در زمینه کارکرد اینترنت به خصوص در حوزه زنان وجود ندارد. از این رو این مقاله در صدد پاسخگویی به سوال زیر است که:

نگرش متخصصین و صاحب نظران به کارکردهای مثبت و منفی مصرف اینترنت در حوزه زنان ایرانی چیست؟

در باره تاثیرات اینترنت سخن گفتن دشوار است زیرا سخن گفتن بر اساس معیارها است و با توجه به این که از چه نظام ارزشی و ایدئولوژیک و فرهنگی به این فناوری نگاه کنید

نتایج و ارزیابی‌های متفاوتی را به دست می‌آورید. در ایران دست یافتن به یک قضاوت و ارزیابی منسجم و سنجیده در باره تأثیرات اینترنت علاوه بر چالشی که ناشی از فقدان معیارها و بینش است با یک چالش دیگر هم مواجه است و آن فقدان آمار مستند و مستدل است، یعنی زمانی می‌توان از تأثیرات اینترنت صحبت کرد که بررسی‌های تجربی و اطلاعات دقیق در مورد میزان و شیوه استفاده از آن در گروه‌ها، موقعیت‌ها و بافت‌های مختلف وجود داشته باشد. در مورد کشورهای غربی اطلاعات گوناگونی در اختیار است و بسیاری از بحث‌هایی که در علوم اجتماعی در این باره مطرح است مبتنی بر همین اطلاعات است. اما در مورد کشورهای غیر غربی و به خصوص در مورد جامعه ایران، داده‌های تجربی لازم در اختیار نیست چون نظریات ما یا بر اطلاعات سایر کشورها مبتنی است و یا بر تجربه‌های زیسته و تأملات محققان ایرانی است که همین موضوع چالش مهمی ایجاد می‌کند به همین خاطر در مورد تأثیرات اجتماعی اینترنت در ایران باید با احتیاط سخن گفت (فاضلی، دیماه ۱۳۸۸).

در عصر جدید دسترسی به اطلاعات، توانایی استفاده از اطلاعات و تبدیل آن به دانش و فناوری نقش اساسی در تولید ثروت و کسب قدرت ایفا می‌کند. در این شرایط سرعت انتقال اطلاعات از جایی به جای دیگر نیز بالا می‌رود. حالا دیگر جهان مثل دهکده کوچکی شده که ساکنانش یکدیگر را می‌شناسند و از ریز و درشت خبرهای یکدیگر با خبر هستند و در این دهکده جهانی اینترنت و رسانه‌ها نقش اساسی در انتقال اطلاعات و اخبار و یکپارچه کردن فرهنگ و ارزش‌های جهانی را دارند (حسینی، ۱۳۹۴).

کلمن برای رسانه‌های همگانی، نقش ویژه‌ای به عنوان منابع اطلاعاتی و نیز واسطه‌های اعتماد تعریف می‌کند و معتقد است که رسانه‌ها می‌توانند با ارایه گزارش‌های انتقادی از جامعه، اعتماد به نهادهای رسمی و غیر رسمی را کاهش دهند (کلمن، ۱۳۷۷، ۲۹۱-۲۹۴). از نظر پاتنام، یکی از عوامل مؤثر بر کاهش اعتماد اجتماعی، استفاده از رسانه‌ها است. پاتنام ادعا می‌کند که رسانه‌های ارتباطی یک تصویر خشن و زشتی از دنیای اطراف ما ارایه

می‌دهند در نتیجه موجب وحشت و هراس مخاطبان می‌شوند و نوعی احساس ناامنی به وجود می‌آورند که نتیجه آن بی‌اعتمادی است (اوسلنر، ۱۹۹۸، ۴۴۱). اوسلنر در ادعایی کاملاً مخالف پانام استدلال می‌کند که رسانه‌های ارتباط جمعی در این بین، نقش چندانی ایفا نمی‌کنند و اگر ما دنیا را زشت می‌بینیم به این خاطر است که واقعاً زشت است و ربطی به این رسانه‌ها ندارد (اوسلنر، ۱۹۹۸، ۴۴۴). گیدنز معتقد است ارتباط مستقیم وسایل ارتباط جمعی با اعتماد، به مفهوم «نقاط اتصال یا دسترسی» برمی‌گردد. نقاطی که زمینه رویارویی افراد و سازمان‌ها را فراهم می‌کنند به طوری که می‌توانند موجب تقویت اعتماد و یا سست شدن آن و باعث افزایش مشارکت اجتماعی و یا کاهش آن شوند و رسانه‌ها به عنوان یکی از تأمین‌کنندگان نقاط اتصال به شمار می‌روند. از این رو با میزان اعتماد اجتماعی افراد و میزان مشارکت اجتماعی آنان رابطه دارند. رویکرد اعتماد و مشارکت و یا عدم اعتماد و عدم مشارکت، به نظام‌های انتزاعی خاص در معرض تأثیر شدید از تجارب ما در نقاط دسترس و همچنین دانش قرار دارند و از طریق رسانه‌های ارتباطی و منابع دیگر، می‌توانند در دسترس آدم‌های عادی و متخصصان فنی قرار گیرند. گسترش برنامه‌های اینترنتی، ماهواره‌ای و تلویزیون‌های کابلی، نیز به این معنا است که نظریه پردازان ارتباط جمعی باید نحوه تفکر خود را درباره مخاطب، مخصوصاً شبکه‌های مجازی تغییر دهند (گیدنز، ۱۳۸۷، ۱۰۸). با امکانات و گزینه‌های فراوانی که رسانه‌های عمومی از جمله اینترنت در اختیار جوانان می‌گذارند، آنان دائماً با محرک‌های جدید و انواع مختلف رفتار آشنا می‌شوند. چنین فضایی هویت نامشخص و پیوسته متحولی را می‌آفریند، یعنی "اینترنت یک صحنه اجتماعی است که فرد را در موقعیت‌های متنوع نقش‌ها و سبک‌های زندگی، قرار می‌دهد و از آن تأثیر می‌پذیرد" (اکبری، ۱۶۲، ۱۳۹۰).

یاسمین نژاد و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که فضای مجازی می تواند امنیت اجتماعی را مورد تهدید قرار دهد، زیرا اینترنت با وجود این که می تواند به عنوان ابزاری قدرتمند در عرصه اطلاع رسانی به کار گرفته شود تا آن جا که گاهی از آن به عنوان انفجار اطلاعات هم نام برده می شود، ولی این فناوری مدرن با تمام فوایدی که دارد، تهدیدها و خطرهایی نیز برای جامعه و بشر داشته است. به طوری که امروزه، بخش عمده ای از جرایم مربوط به حوزه ی کامپیوتر، اینترنت و فضای مجازی است که امنیت اجتماعی را هدف قرار داده اند (یاسمین نژاد و همکاران، ۱۳۹۱، ۷۷).

ابری (۱۳۸۷) نقش مثبت فضای مجازی را در عرصه ی ظهور خلاقیت مورد تأکید قرار داده است، زیرا فناوری دیجیتالی و جامعه ی شبکه ای، افراد را به سوی زندگی ای سوق داده است که در آن می توانند با اتخاذ نقشی فعال و خلاق، به صورت فردی یا جمعی در ساختن چیزی جدید سهیم باشند، در فرایند هم آفرینی شرکت کنند و به خودیابی خویشتن کمک کنند. کیفیت آزادی بخشی اینترنت، کاربران اینترنتی را دعوت می کند تا به تفکر، تجربه، بازی، فعالیت های گروهی و ارتباط پردازند. اینترنت همواره محیطی را خلق کرده است که همگان می توانند با تکیه بر توانایی ها و استعداد های خود دست به ابداع و خلاقیت بزنند. از میان رفتن محدودیت مکان، زمان، نبود کنترل و انتقاد، ناشناس ماندن، امکان خیال پردازی و تنوع گوناگون محیط های اینترنتی فرصت مناسبی را برای بروز خلاقیت فراهم می کند (ابری، ۱۳۸۷، ۱۰۲).

ابراهیم پور (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان " آسیب های نو پدید؛ شبکه های اجتماعی مجازی در کمین خانواده ی ایرانی " نشان داد که شبکه اینترنت در کنار مزایای بسیار، معایبی نیز دارد که عدم آشنایی کامل با فضای مجازی می تواند آسیب هایی را برای خانواده ها به بار آورد. این مقاله درصدد آن است تا برخی از معایب و تهدیدات موجود در اینترنت و شبکه های اجتماعی مجازی را معرفی و راهکارهایی جهت پیشگیری و کاهش این

گونه آسیب‌های نوپدید ارایه نماید. ارتباط از طریق فضای مجازی در سال‌های اخیر جایگاه قابل توجهی در بین نسل جوان جامعه ما پیدا کرده است. شبکه‌های اجتماعی در ابعاد مختلف زندگی افراد (فردی و اجتماعی) تأثیرگذار بوده‌اند. این فضای مجازی در شکل دهی به هویت نقش داشته و حتی روی ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جوامع هم تأثیرگذار بوده است (ابراهیم پور، ۱۳۹۱).

بنظر عبداللهی (۱۳۸۷) قرن بیست و یکم با مجازی سازی ارتباطات شروع شد و ابر رسانه‌ها بیش از آن چه که مخاطب انتظار و ظرفیت دارد اطلاعات زیادی به او ارائه می‌کنند. از این رو، بین جهانی شدن و فضای مجازی، ارتباطی دو سویه برقرار است، چرا که از یک سو می‌توان جهانی شدن را عامل پدید آمدن فضای مجازی دانسته و فروپاشی مرزهای انسانی را به آن نسبت داد و از سوی دیگر، گسترده بودن ارتباطات مجازی و ماهیت بی‌مکانی و بی‌زمانی و فراگیر بودن آن و نیز بارش فکری نابهنگام آن را عامل شکستن مرزهای سنتی، قبیله‌ای و یکپارچه سازی ارزش‌های انسانی دانست. به این ترتیب، جهان، رفته رفته از وضعیت دیالوگ (گفت و گو) خارج شده و به سوی مونولوگ (تک صدایی) پیش رفته است، چرا که یکی، همه را معجب می‌کند تا گفتمان او را بپذیرند (عبداللهی، ۱۳۸۷، ۲).

سایبرفمینیسم (۱۸۸۳) شرکت داده‌های بین‌المللی، اعلام کرد که در چند سال آینده تعداد زنان کاربر اینترنت در ایالات متحده از مردان بیشتر خواهد شد در حالیکه زنان در ابتدا کمتر از سه درصد کاربران اینترنت در آمریکا را تشکیل می‌دادند. سایبر فمینیسم در ابتدا به انگیزه مخالفت با گفتمان‌های ضد فمینیستی ظاهر شد و گروهی از پیشروان حوزه سایبرفمینیسم مانند پلانت (۱۹۹۶-۱۹۹۷) و هاروی (۱۹۹۱) ادعا کردند ذهنیت زنانه می‌تواند منطق فناوری را دگرگون کرده و خسارات ناشی از آن را کم کند. آنها معتقد بودند باید از فضای مجازی برای همه‌گیر کردن گفتگو در مورد اموری مانند هویت، ارتباط و قدرت استفاده کرد. آنها این کار را نه تنها برای بررسی نظریه‌ها بلکه به عنوان روشی برای

باز تعیین نقش زنان در ابتدای قرن بیستم توصیه می کنند (ویتا کر، ۲۰۰۱). فضای مجازی نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی هستند که با اینکه عمر خیلی زیادی ندارند، توانسته اند به خوبی در زندگی مردم جا باز کنند. مردم بسیاری در سنین مختلف و از گروه های اجتماعی متفاوت در فضای مجازی کنار هم آمده اند و از فاصله های بسیار دور در دنیای واقعی، از این طریق با هم ارتباط برقرار می کنند. امروزه روش های ارتباطی با دیگران از طریق اینترنت افزایش یافته است. پست الکترونیک، پیام های کوتاه، چت روم ها، وب پایگاه ها و بازی ها، روش هایی برای گسترش و حفظ روابط اجتماعی شده اند. روزانه نزدیک به میلیون ها نفر در سراسر دنیا از اینترنت استفاده می کنند و یکی از کاربردهای اصلی اینترنت، برقراری ارتباط اجتماعی با دیگران است.

زنان ایرانی که بخش قابل توجه از کاربران اینترنت را تشکیل می دهند به حضور در فضای مجازی علاقه نشان دادند، حضور بیش از ۳۰ هزار وبلاگ نویس فعال زن در وبلاگستان فارسی و نیز حضور زنان در شبکه های اجتماعی مجازی گواه این مدعاست. شتاب اعجاب آور و رشد تصاعدی و همه گیری و همه جایی شبکه های کامپیوتری لزوم تحقیق در آثار و پیامدهای اجتماعی آن را نشان می دهد. در این مقاله کارکرد مثبت و منفی اینترنت در ۵ مؤلفه فضای مجازی، شبکه های اجتماعی، بازی های رایانه ای، وبلاگ ها و چت روم ها از دیدگاه صاحب نظران و کارشناسان فن مورد بررسی قرار گرفته است.

روش پژوهش

روش تحقیق در این مقاله بصورت روش ترکیبی کیو است. روش کیو از پنج فاز تشکیل شده است، در گام اول پس از انجام مطالعات کتابخانه ای و استخراج مؤلفه ها و شاخص های مرتبط ۶ مؤلفه و ۲۶۵ شاخص تهیه شد. سپس با انتخاب هدفمند حجم نمونه، از

طریق مصاحبه های مکرر و بررسی اسناد و تحقیقات مرتبط و پرسشنامه محقق ساخت، تعداد مؤلفه ها به ۵ و شاخص ها به ۱۱۶ تقلیل یافت. بعد از انتخاب نهایی فضای گفتمان "کارکرد مثبت و منفی اینترنت در حوزه زنان" کارت های کیو برای توزیع در میان صاحب نظران و کارشناسان متخصص آماده شد و ایشان بر اساس نگرش و ذهنیت های خود کارت های دسته کیو را بر اساس اولویت های مطروحه خود و بر مبنای طیف مرتب سازی نمودند. در مرحله پایانی داده های گردآوری شده با روش تحلیل عاملی کیو و تفسیر عامل های استخراج شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. از این رو در گام اول با انتخاب غیر احتمالی و هدفمند حجم نمونه و اعمال مصاحبه، روش کیفی و در نهایت بر روی داده های نهایی کارت های کیو تحلیل کمی و عاملی انجام پذیرفته است.

در این تحقیق جامعه آماری شامل ۴۲ نفر از معاونین، مدیران کل، کارشناسان و اساتید در پلیس امنیت کل کشور، شورای عالی فضای مجازی، حوزه های علمیه خواهران و مدیران فرهنگی که در فضای گفتمان فعالیت و یا تسلط کاری داشتند و یا در این زمینه تحقیقاتی داشته اند انتخاب شدند. دوره زمانی تحقیق از مرداد ۱۳۹۳ تا دی ماه ۱۳۹۴ به طول انجامیده است. در این تحقیق طبق اصول مطرح شده در روش کیو، مصاحبه ها به روش تحلیل تم انجام شد، به طور ایده آل در مصاحبه با استفاده از تحلیل تم، به جمع آوری اطلاعات تا زمانی ادامه داده شد که به نقطه اشباع رسیده شود بنحوی که داده های جدید جمع آوری شده با داده هایی که قبلاً جمع آوری شده بودند تفاوتی نداشته باشند.

در این پژوهش ابزار گرد آوری اطلاعات تهیه پرسش نامه محقق ساختی بوده است، که بر اساس مطالعه کتابخانه ای و مصاحبه های صورت گرفته این پرسش نامه با ۱۳ سوال و ۱۲۳ گویه تنظیم شده است. روایی صوری و محتوایی آن با نظر متخصصان تایید شد، برای مرتب سازی کیو، پایایی^۱ نیز قابل طرح است یعنی می توان پرسید که آیا یک مشارکت

کننده یک دسته کارت را با دستورالعمل یکسان در تکرارهای مختلف به یک شکل مرتب می‌کند. روش های رایج برای بررسی پایایی، مانند آزمون - آزمون مجدد^۳، برای محاسبه ضریب پایایی مرتب سازی کیو قابل اجراست. در اینجا نیز مجددا پرسش نامه بین ۱۰ نفر از متخصصین و صاحب نظران ارائه شد، نتایج به دست آمده از پاسخ نامه جدید مطابق با پاسخ نامه قبلی مصاحبه شوندگان بوده است که نشانگر پایایی پرسش نامه و پاسخ ها است.

یافته های تحقیق

در این پژوهش برای تحلیل داده ها از روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. با تحلیل توصیفی متغیر های زمینه ای (جنسیت، وضعیت تأهل، سابقه کاری و سن) و هر یک از مؤلفه ها و شاخص ها از نظر فراوانی و با تحلیل عاملی کیو مؤلفه های (اینترنت، فضای مجازی، شبکه های اجتماعی، بازی های رایانه ای، وبلاگ ها و چت روم) و شاخص های آن تحلیل و توصیف شده اند.

جدول ۱. فراوانی و میانگین متغیرهای جنسیت، وضعیت تأهل، سابقه کاری و سن

سن	وضعیت تأهل		جنسیت		درصد
	سابقه کاری	متاهل	مجرد	زن	
		۶۱/۰	۳۹/۰	۱۹/۰	۸۱/۰
۳۶/۳۳	۲۱	میانگین			

میانگین سن پاسخگویان ۳۶،۳۳ سال (حداقل ۱۸ و حداکثر ۵۶ سال)، میانگین سابقه کاری پاسخگویان ۲۱ سال، ۸۱ درصد پاسخگویان مرد و ۱۹ درصد زن، ۶۱ درصد متاهل و ۳۹ درصد مجرد بودند.

براساس پاسخ های اعلام شده پاسخ گویان در مقاطع کاردانی ۱ نفر، کارشناسی ۱۷ نفر، کارشناسی ارشد ۱۶ نفر و دکتری ۷ نفر بوده اند.

جدول ۲. فراوانی متغیر رشته تحصیلی

رشته تحصیلی	فراوانی		درصد	
	درصد	درصد تجمعی	معتبر	درصد تجمعی
علوم اجتماعی	۱۹	۴۵/۲	۴۸/۷	۴۸/۷
فنی و مهندسی	۱۰	۲۳/۸	۲۵/۶	۷۴/۴
هنر	۱	۲/۴	۲/۶	۷۶/۹
علوم انتظامی	۹	۲۱/۴	۲۳/۱	۱۰۰
کل	۳۹	۹۲/۹	۱۰۰	
داده های مفقوده	۳	۷/۱		

براساس پاسخ های اعلام شده بیشتر تعداد پاسخگویان در حوزه رشته های علوم اجتماعی ۱۹ نفر، فنی و مهندسی ۱۰ نفر، علوم انتظامی ۹ نفر و هنر ۱ نفر بوده اند.

بررسی آمار استنباطی متغیرهای پژوهش (تحلیل عاملی کیو)

روش تحلیل عاملی، اصلی ترین روش آماری برای تحلیل ماتریس داده های کیو است. مبنای این روش نیز همبستگی بین «افراد» است. از این رو، از عبارت "تحلیل عاملی کیو" استفاده می شود تا تأکید شود در فرایند تحلیل عاملی، افراد به جای متغیرها دسته بندی می شوند. با وجود این، به لحاظ آماری هیچ اختلافی بین تحلیل عاملی کیو و تحلیل عاملی عادی وجود ندارد.

تحلیل عاملی متغیر نوع استفاده از اینترنت بر اساس سوال ۹ پرسش نامه در قالب ۷ گویه در جدولهای زیر نشان داده شده است.



جدول ۳. دسته‌گزاره‌های نوع استفاده از اینترنت بر اساس یافته‌های پژوهش

شناسه گزاره	گزاره
۱	خبرخوانی
۲	بازی آنلاین
۳	چت و گفتگوی آنلاین
۴	وب نویسی
۵	ایمیل
۶	خرید و فروش و پرداخت‌های اینترنتی
۷	جستجو

جدول ۴. آزمون KMO و بارتلت

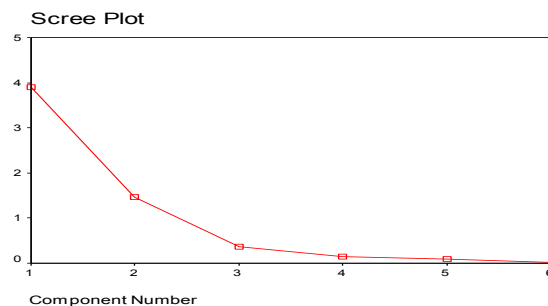
آزمون کفایت نمونه	۰/۶۶۴
آزمون خی دو تقریبی	۲۵/۲۲۵
آزمون بارتلت درجه آزادی	۱۵
معنی دار	۰/۰۴۷

در گام نخست برای تشخیص مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی از شاخص KMO استفاده شد. مقدار این شاخص همواره بین صفر و یک بوده و حداقل مقدار قابل اطمینان آن برای تحلیل عاملی عدد ۰/۵ است. با توجه به اینکه این شاخص برابر با ۰/۶۶۴ بدست آمد، داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی کیو مناسب تشخیص داده شده است.

جدول ۵. مقدار کل واریانس تبیینی نوع استفاده از اینترنت

عامل	مقادیر ویژه اولیه	
	درصد از واریانس	درصد تجمعی
۱	۶۵/۰۷۵	۳/۹۰۴
۲	۲۴/۵۱۲	۱/۴۷۱

برای شناسایی الگوهای ذهنی مشارکت کنندگان، تحلیل عاملی به شیوه اکتشافی با استفاده از ماتریس همبستگی انجام شد. سپس روش مؤلفه های اصلی، که رایج ترین شیوه استخراج عاملها در تحلیل عاملی کیو است، به کار رفت. از روش واریماکس نیز برای چرخش عامل استفاده شد. سرانجام ۲ عامل با مجموع واریانس ۸۹/۵۸۶ درصد شناسایی شد.



نمودار ۱. تعداد عوامل متغیر نوع استفاده از اینترنت

جدول ۶. ماتریس عاملی چرخش یافته

عامل		افراد
۲	۱	
۰/۱۴۶	۰/۹۷۶	۱۴
۰/۱۴۴	۰/۹۶	۲
۰/۰۹۷	۰/۸۵۵	۵
۰/۴۰۲	۰/۸۲۲	۴
۰/۹۶۱	۰/۱۱۳	۳
۰/۹۴۳	۰/۲۳۱	۱۹

همانطور که ماتریس عاملی چرخش یافته فوق نشان می دهد، براساس بارهای عاملی محاسبه شده ۲ دیدگاه یا عامل مشاهده می شود. دیدگاه اول شامل ۴ نفر (۷۵) درصد با ترکیب (۱۴، ۲، ۵، ۴) و دیدگاه دوم شامل ۲ نفر (۲۵) درصد با ترکیب (۳ و ۱۹) از مشارکت کنندگان می شود.

جدول ۷. گزاره های دارای امتیاز عاملی در دیدگاههای تنظیمی

بارهای عاملی دیدگاه ها			
دیدگاه اول		دیدگاه دوم	
شناسه گزاره	امتیاز عاملی	شناسه گزاره	امتیاز عاملی
۷	۱/۴۲۴۴۹	۴	۱/۱۸۴۴۴
۵	۰/۸۵۳۹۶	۵	۰/۸۵۲۱۵

جدول ۷ نشان دهنده شکل گیری ۲ دیدگاه از منظر پاسخگویان بوده است.

دیدگاه اول، در این دیدگاه امتیاز عاملی ۲ گزاره (۷ و ۵) بالاتر از ۰/۵ محاسبه شده است.

دیدگاه دوم، در این دیدگاه امتیاز عاملی ۲ گزاره (۴ و ۵) بالاتر از ۰/۵ محاسبه شده است.

جدول ۸. رتبه بندی فریدمن نوع استفاده از اینترنت در زنان ایرانی

رتبه میانگین	انواع استفاده از اینترنت در زنان
۶/۱۰	جستجو
۴/۷۱	ایمیل
۴/۴۶	خبرخوانی
۴/۲۵	خرید و فروش و پرداختهای اینترنتی
۳/۳۸	چت و گفتگوی آنلاین
۲/۹۳	وب نویسی
۲/۰۰	بازی آنلاین

تحلیل عاملی متغیر پیامدهای اینترنت، فضای مجازی و شبکه های اجتماعی بر اساس سوال ۱۰ پرسش نامه در قالب ۵۳ گویه انجام شد. بر همین منوال و برای جلوگیری از افزایش حجم مقاله برای تشخیص مناسب بودن داده ها برای انجام تحلیل عاملی از شاخص KMO استفاده شد که در تمامی مؤلفه ها داده ها برای انجام تحلیل عاملی کیو مناسب تشخیص داده شده اند. در گام بعدی با ماتریس عاملی چرخش یافته دیدگاه های مختلف

تعیین شدند و بر اساس آزمون فریدمن اولویت‌ها برجسته‌سازی شدند. بر همین منوال نتایج زیر بدست آمدند:

جدول ۹. رتبه بندی فریدمن کارکرد اینترنت، فضای مجازی و شبکه های اجتماعی در حوزه زنان ایرانی

رتبه میانگین	انواع پیامدها
۴۱/۶۵	تهدید حریم خصوصی کاربران
۳۹/۰۹	خبر سازی و دروازه بانی خبر
۳۸/۹۸	ابزار تهاجم فرهنگی
۳۸/۶۷	بسترو زیرساز مناسب برای تهاجم فرهنگی
۳۸/۰۵	ابزاری توانمند برای تبادلات فرهنگی غیرقابل کنترل
۳۸	روحي، رواني و جسمي (عدم تحرک، کم تحرکی و فرسودگی بدن) برای کاربر اینترنت
۳۷/۴۴	کاهش میانگین گفتگوی اعضای خانواده
۳۷/۳	مکانیسم های جدید شایعه سازی، آموزش های مخرب برای کاربر
۳۷/۲	ابزار جهانی سازی
۳۷/۱۱	کاهش تعاملات بین والدین و فرزندان و کوتاهی در انجام وظایف مربوطه
۳۶/۸۶	ایجاد اعتماد و وابستگی در استفاده از اینترنت
۳۶/۴۱	سطحی سازی روابط اجتماعی
۳۶/۱۱	تخلیه اطلاعاتی
۳۶/۰۲	اعتماد به اینترنت
۳۵/۲۱	کاهش اقتدار سیستم امنیتی و اطلاعاتی و سرقت اطلاعات
۳۴/۶۵	تغییر زاویه دید و نگرش کاربران
۳۴/۳۵	امکان بروز هرزه نگاری اینترنتی
۳۳/۲۱	موقتی بودن ارتباط ها و پیوندها در اینترنت
۳۳/۰۳	روح فرد گرایی خود آگاهانه و نادیده انگاشتن هویت جمعی
۳۲/۷۱	عدم آگاهی کاربران نسبت به حقوق خود در اینترنت
۳۲/۵۶	آزادی و امکان ورود به اجتماع بدون دغدغه و ترس
۳۲/۵	هتک حرمت و شکستن ارزش های عفاف و حیا
۳۲/۴۴	تولید سبک زندگی
۳۲/۲۷	ایجاد ایجاد بحران هویت و اختلال در شکل گیری شخصیت

۳۱/۴۷	ابزاري براي آزادي بيان و بروز هيچانات سياسي
۳۱/۱۵	برقراري ارتباط چند بعدي در فضاي مجازي
۳۱/۰۸	افزايش فاصله ميان دنياي مجازي و واقعي
۳۰/۸۲	ابزاري براي مقابله با دولت و حكومت
۲۶/۷	مصرف اينترنت با ميزان تحصيلات كاربران ارتباط مستقيم دارد
۲۶/۴۷	نياز سازي كاذب و نياز سوزي صحيح
۲۵/۷	واگرابي و عدم انسجام ملي
۲۳/۸۲	مسئوليت گريزي در عرصه هاي مختلف
۲۲/۱۸	پيدا كردن شريك جنسي
۲۱/۰۳	ايجاد هرج و مرج و بي نظمي
۲۰/۹۸	كاهش سرمايه هاي اجتماعي (مشاركت، تعاملات اجتماعي)
۱۹/۸۶	توليد عقلانيت مصرف
۱۷/۹۱	ابزاري مناسب براي توليد سلامت ملي (درمان و پيشگيري)
۱۷/۶۱	ابزاري براي گذراندن اوقات فراغت
۱۷/۱۸	ايجاد تفكرات جديد و الگوسازي
۱۶/۴۱	بازار يابي و بازار سازي
۱۵/۵۶	ايجاد گذار از فضا، زمان و مرزهاي جغرافيايي
۱۵/۴۸	ايجاد مطالبات اجتماعي هدفمند
۱۵/۱۱	ابزار توانمند ساز و مهارت آموز
۱۴/۸۳	اشتراك گذاري تجربيات خود را با ديگران
۱۴/۸	امكان دريافت خدمات در هر زمان و هر مكان
۱۴/۶۲	ابزاري براي ديپلماسي سياسي و توليد فرهنگ سياسي
۱۴/۵۵	اشتراك و تبادل تصاوير و ويديو در فضاي مجازي
۱۴/۵۵	امكان دوركاري و ايجاد زيست محيط سالم تر
۱۴/۳۲	ابزاري براي فعاليت هاي اقتصادي و تجارت و بازرگاني
۱۴/۲	ضرورت دستيابي به اطلاعات اساسي
۱۴/۰۸	امكان ارتباط با افراد و فرهنگ هاي متنوع
۱۳/۵۵	امكان ارتقاء دانش، آگاهي و ادامه تحصيل
۱۳/۱۸	ايجاد ديپلماسي فرهنگي

متغیر "بازی های رایانه ای" بر اساس سوال ۱۲ پرسش نامه در قالب ۱۴ گویه انجام شد و نتایج زیر بدست آمد:

جدول ۱۰. کارکردهای بازی های رایانه ای در زنان ایرانی

رتبه میانگین	کارکردهای بازی رایانه ای
۱۱/۶۱	فرد گرایی در خانواده
۱۱/۳۹	افت تحصیلی
۱۱/۰۷	هیجان های کاذب
۱۱/۰۴	آسیب های جسمی و روحی
۱۰/۲۶	پرخاشگری
۱۰//۱۸	تفکر های وسواسی و خیال پردازی
۹/۵۷	خشونت فیزیکی
۹/۵۰	اضطراب
۹/۴۹	کج خلقی
۹/۳۹	معرفی دین اسلام به عنوان منشاء تروریست
۹/۰۶	بی قراری
۸/۵۷	افسردگی
۸/۱۸	دین گریزی برای جوانان
۷/۴۹	مقاصد سیاسی
۶/۲۹	افزایش خلاقیت
۵/۰۱	تفریح و سرگرمی
۴/۹۰	کنجکاوی

متغیر "وبلاگ" بر اساس سوال ۱۲ پرسش نامه در قالب ۱۴ گویه در جدول فریدمن زیر نمایش داده می شود.

جدول ۱۱. کارکرد وبلاگ در زنان ایرانی

رتبه	کارکرد وبلاگ
۱۰/۳۸	شخصی
۱۰/۳۶	رایگان
۹/۶۸	آسان و ساده
۷/۸۹	آزادی بیان
۷/۲۵	گفتمان غیر رسمی
۷/۲۵	امکان تفکر انتقادی
۷/۲۵	ارتباط دو سویه
۷/۲۵	پوشش دادن وقایع زندگی
۷/۰۰	امکان تفکر خلاق
۶/۷۴	تولید اندیشه و تفکر
۶/۵۵	تولید محتوا
۶/۵۱	امکان رهبری و ساختن پیرو
۵/۶۶	امکان تولید الگو و برند
۵/۴۳	تولید هویت مطلوب نه موجود

جدول ۱۲. کارکرد چت روم (تالار گفتگو) در زنان ایرانی

رتبه میانگین	کارکرد چت روم
۲۴/۲۸	راحت تر بیان کردن احساسات و نظرات در شرایط مجازی
۲۱/۵۳	پر شدن خلاء عاطفی و روانی
۲۱/۳۷	امکان تعاملات اجتماعی بدون هزینه تماس صورت به صورت
۲۱/۱	امکان دوست یابی برای آنان که در این حوزه مشکلاتی دارند (شخصیتی و اجتماعی)
۲۰/۷۵	اجتماعی شدن
۲۰/۷۴	تفریح و لذت بردن از مصاحبت با دیگران
۲۰/۲۸	پیدا کردن دوستان در هر شهر یا کشور
۱۹/۹۹	شناخت مردم و آشنایی با روحیات و احساسات جنس مخالف
۱۹/۸۸	اعتماد به روابط با دیگران
۱۹/۰۶	یادگیری و تبادل نظر در زمینه های مختلف
۱۸/۸۸	بالا رفتن اطلاعات اینترنتی
۱۸/۸۷	همدردی با دیگران
۱۸/۷۹	پیوستن به جمع
۱۸/۵۶	تولید هویت جدید
۱۸/۳۴	وابستگی عاطفی
۱۸/۲۸	ارائه سبک زندگی جدید در خانواده ها
۱۷/۵۱	تحقق آرزوهای دست نیافتنی گذشته
۱۷/۳۴	بالا رفتن اطلاعات اجتماعی و سیاسی
۱۶/۷۶	یافتن دوستان بسیار خوب برای درد دل کردن
۱۵/۳۴	کسب اطلاع از مکان های دیدنی توسط دوست یابی
۱۳/۷۱	اعتماد به نفس
۱۳/۱۸	از بین رفتن اعتماد بین همسران
۱۱/۸۸	احتمال هک شدن
۱۱/۸۲	هوس تجدید فراش
۱۱/۸۲	مشغولیت ذهنی و تشویش افکار

۱۱/۷۴	سست شدن کانون خانوادگی
۱۱/۶۵	سرد شدن نسبت به مسائل و وظایف خانوادگی
۱۱/۵۰	بالا رفتن هزینه های ارتباطی
۱۱/۳۴	کشیده شدن به انزوا
۱۱/۱۰	ایجاد علاقه شدید و رفع نیاز غریزی
۱۰/۶۳	ضربات روحی حاصل از برخی ارتباطات شخصی
۹/۹۹	تلف شدن وقت

بحث و نتیجه گیری

این مقاله در راستای تعیین کارکردهای مثبت و منفی استفاده اینترنت در حوزه زنان ایرانی با نگرش سنجی از صاحب نظران و کارشناسان متخصص انجام پذیرفته است. از این رو در این مجال قصد تایید یا تکذیب نتایج را نداشته و فقط اولویت های مصرف را از دیدگاه نخبگان متخصص در این حوزه مطرح می نمایم. نتایج را می توان در ابعاد زیر بصورت خلاصه چنین مطرح نمود:

از نظر متخصصان و در نگرش ایشان زنان ایرانی در جایگاه اول بعنوان "جستجو" از اینترنت سود می برند و در رتبه های بعدی بدلیل "خبر خوانی" و "ایمیل" از آن بهره می برند، در عین این که کمترین نوع استفاده زنان از اینترنت در "بازی های آنلاین" گزارش شده است.

در پیامدهای اینترنت، فضای مجازی و شبکه های اجتماعی بیشترین پیامد منفی برای زنان در گویه های "تهدید حریم خصوصی"، "خبر سازی و دروازه بانی خبر"، "ابزار تهاجم فرهنگی" و ۵ دیدگاه برتر اعلام شده است که در دیدگاه اول در پیامدهای مثبت به اطلاع رسانی و خبر رسانی اشاره داشتند که یاسمی نژاد (۱۳۹۰) و ابری (۱۳۸۷) نیز در تحقیقات قبلی خود به این امر اشاره داشتند. بنظر می رسد در میان زنان ایرانی، تبادل اطلاعاتی بیش از پیش در حوزه اثرات مثبت استفاده از اینترنت مورد توجه قرار گرفته است عاملی که

می‌تواند در تولید سرمایه اجتماعی و تولید مشارکت مدنی و سیاسی ایشان نقش آفرین عمل نماید. چنانچه در حال حاضر حضور فعال اجتماعی زنان مؤید این اثرات مثبت می‌تواند تلقی شود. همچنین در پیامدهای اثرات منفی اینترنت در درجه اول صاحب نظران و متخصصین به «نیاز سازی کاذب و نیاز سوزی صحیح» اشاره داشتند چنانچه در حال حاضر کاربران در این فضای مجازی برای خود هویت های کاذب ترسیم نموده و رو به سوی نیازهای کاذب آورده اند. آنها معتقد هستند که یکی از مهمترین پیامدهای اینترنت، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی «تهدید حریم خصوصی» کاربران آن است. کمترین پیامدهای اینترنت، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی «ابزاری توانمند برای تبادل فرهنگی غیرقابل کنترل، عدم آگاهی کاربران نسبت به حقوق خود در اینترنت، برقراری ارتباط چند بعدی در فضای مجازی، سطحی سازی روابط اجتماعی، تغییر زاویه دید و نگرش کاربران و تولید سبک زندگی» است. در مجموع با توجه به تحلیل عاملی، گرایش متخصصان تا حدودی منفی به اثرات و پیامدهای اینترنت، فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی در حوزه زنان اعلام شده است.

با بررسی آمار توصیفی در خصوص مؤلفه اثرات "بازی های رایانه ای" با توجه به گویه های مطرح شده در پرسش نامه و سنجش آنها، بیشتر پاسخگویان دارای گرایش منفی به اثرات بازی های رایانه ای بوده اند. بیشترین پیامد منفی را در این بعد "بروز فرد گرایی در خانواده، افت تحصیلی، هیجان های کاذب، آسیب های جسمی و روحی و ..." مطرح نمودند و این بازی ها را در تولید خلاقیت در زنان کم تأثیر اعلام داشته اند. متخصصان در این بعد نیز به اثرات منفی بیش از اثرات مثبت اشاره داشته اند.

در نوع مصرف "وبلاگ" در اینترنت، نتایج حاکی از آن است که بیشترین توافق صاحب نظران در مقوله شخصی بودن وبلاگ، رایگان بودن، دسترسی آسان و ساده، امکان آزادی بیان، اجازه برای گفتمان های غیر رسمی را در اولویت های استفاده زنان از این امکانات

معرفی کرده اند. آراء صاحب نظران در خصوص بهره مندی زنان از وبلاگ نشانگر گرایش مثبت نسبت به پیامدهای مثبت این بعد است.

در مؤلفه "چت روم" و استفاده زنان از این امکانات، "راحت تر بیان کردن احساسات و نظرات، تأمین خلاء عاطفی و روانی، امکان تعاملات اجتماعی بدون هزینه، امکان دوست یابی برای آنان که در این حوزه مشکلاتی دارند (شخصیتی و اجتماعی)، اجتماعی شدن، جزء اولویت های زنان در استفاده از چت روم ها توسط نگرش متخصصان می باشند که در مجموع نگرش مثبت ایشان را برای ایجاد پیامدهای مثبت در این حوزه مطرح می نماید.

با توجه به اعلام اولویت های مثبت و منفی در کارکرد اینترنت بر روی زنان ایرانی، می توان به ترسیم وضعیت موجود نیازهای زنان در این زمینه ها توجه نمود و برای ارتقاء و یا حل مشکلات موجود ایشان اقدام نمود، طبیعتاً با ترسیم وضعیت موجود می توان در راستای پیش بینی وضعیت مطلوب و بالطبع تعیین فاصله های موجود و ارائه راهکارهای عملیاتی کوشید.

پیشنهادهایی را می توان در راستای تحقق اهداف این تحقیق به شرح زیر در جامعه ایرانی ارائه داشت:

- نگرش سنجی از زنان کاربر ایرانی و تعیین فاصله بین نگرش متخصصان و شرایط موجود؛
- نگرش سنجی از مردان کاربر ایرانی و تعیین فاصله بین نگرش متخصصان و شرایط موجود جهت مقایسه با کاربران زن؛
- سیاست گذاری و مدیریت فرهنگی در راستای احیای پیامدهای مثبت و کاهش پیامدهای منفی مطروحه در تحقیق حاضر؛
- آموزش و ارتقاء سواد رسانه ای زنان در نوع استفاده کاربران زن ایرانی؛

- آشنایی زنان و مهارت آموزی ایشان در مقابله با پیامدهای منفی مطروحه در تحقیق؟

- توانمند سازی زنان در فناوری های پیشرفته؛

بنظر می رسد بسیار کودکانه خواهد بود اگر فناوری و تکنولوژی های امروز دنیا دشمن و یا مهاجم مفروض شوند، هر چند که می توانند بعنوان ابزار تهاجم و یا حتی جنگ نرم مورد استفاده قرار گیرند، از این رو مدیریت استراتژیک فرهنگی برای کاهش تبعات منفی و اثرات مخربی که اینترنت بر جای می گذارد می تواند از کاربران کارآمد و توانمند استفاده نماید و بصورت هدفمند به آموزش و توانمند سازی کاربران آگاه و مطلع اقدام نماید تا با تسلط بر دانش روز و تکیه بر ارزش های فرهنگی به بهره برداری از دانش روز مبتنی بر اکولوژی فرهنگی پردازند. عبارتی اینترنت، شبکه های مجازی نه تنها منفی نمی باشند و کارکردهای مثبت بسیاری بویژه در زنان ایرانی ایفا می نمایند بلکه می توانند بعنوان مزیت رقابتی در جوامع مورد استفاده قرار گیرند و قطعاً کلیشه های جنسیتی به تنهایی نمی توانند کارکرد منفی این ابزار را در کاربران مطرح نمایند.

سپاسگزاری

این پژوهش برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن با عنوان "نگرش متخصصین و صاحب نظران در خصوص کارکرد اینترنت در حوزه زنان" است. نویسندگان بر خود لازم می دانند از همکاری و مساعدت دکتر بقایی بعنوان مشاور، معاونین، مدیران کل، کارشناسان در پلیس امنیت کل کشور، شورای عالی فضای مجازی که در این پژوهش ما را یاری دادند سپاسگزاری نمایند.

منابع

- ابری، انسیه (۱۳۸۷). "فضای مجازی عرصه ظهور خلاقیت"، اولین کنفرانس ملی خلاقیت شناسی مهندسی و مدیریت نوآوری ایران.
- ابراهیم پور کومله، سمیرا؛ خزایی، کامیان (۱۳۹۱). "آسیب های نو پدید؛ شبکه های اجتماعی مجازی در کمین خانواده ایرانی"، نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب های اجتماعی نوپدید.
- اکبری، ابوالقاسم؛ اکبری، مینا (۱۳۹۰). آسیب شناسی اجتماعی، تهران: انتشارات رشد و توسعه. اسلوین، جیمز (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه، ترجمه عباس گیلوری و علی رادباوه، تهران، نشر کتابدار. حسینی، سید بشیر (۱۳۹۴). "۱۵۰ هشتک"، تهران: مسیر.
- سولر، جان (۲۰۰۶). "چهارراه واقعیت مجازی". برگرفته از سایت ایران دانش به آدرس: <http://irandanesh.febpco.com/DetEssay.aspx?codeEssay=5609>
- عبداللهی، محمد (۱۳۸۷). *زنان در عرصه عمومی، عوامل، موانع و راهبردهای مشارکت مدنی زنان ایرانی*، تهران: دفتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری.
- عبداللهیان، حمید و رضانیا، آوات (۱۳۸۸). مطالعه تجربه "خود" زنانه در ارتباطات اینترنتی، پژوهش زنان، دوره ۷، شماره ۳، پاییز ۱۳۸۸.
- شفاهی، فاطمه (۱۳۸۳)، تأثیر رسانه ها بر روابط خانوادگی، نشریه علمی پژوهشی زنان، آذربایجان شرقی، پژوهشکده تعلیم و تربیت.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). *عصر ارتباطات، ظهور جامعه شبکه ای*، ترجمه علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). *عصر ارتباطات و پایان هزاره*، جلد اول، ۱۳۸۰، ناصر موفقیان، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی
- کلمن، جیمز (۱۳۷۷). *بنیادهای نظریه اجتماعی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی، چاپ اول.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷). *تجدد و تشخص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی، چاپ پنجم.

یاسمی نژاد، عرفان؛ آزادی، اکرم؛ امویی، محمدرضا (۱۳۹۱). فضای مجازی، امنیت اجتماعی، راهبردها و استراتژی‌ها، همایش ملی صنایع فرهنگی و نقش آن در توسعه پایدار. ویتاگر، برایان؛ ویکری الینا (۲۰۰۲). اطلاع رسانی در نظر و عمل، ترجمه عبدالحسین فرج پهلوی، مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد.

پایگاه داده‌ها و آمار اینترنت، ۱۳۹۴ به آدرس: <http://www.internetlivestats.com/internet-users-by-country>

دانش و فناوری، (۱۳۹۳/۹/۱۵). ضریب نفوذ اینترنت در ایران به ۵۳ درصد رسید، خبرگزاری تسنیم، شناسه خبر، ۱۳۴۱۸، ۱۵ آذر.

فاضلی، نعمت‌الله (دیماه ۱۳۸۸). یادداشت‌های یک مردم‌نگار، روزنامه اعتماد، دیماه ۱۳۸۸.

Uslaner, Eric.M.(1998)، "Social Capital, Television, and the Mean World: Trust, Optimism, and Civic Participation" , *Political Psychology*, Vol 19, No 3, pp.441-467.