

فصلنامه جامعه‌شناسی سبک زندگی، سال سوم، شماره نهم، بهار و تابستان ۹۶، صفحات ۲۵۱-۲۸۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۲/۱۶ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۰۹/۲۵

ابزارهای جهانی شدن و هویت جنسیتی (مورد مطالعه: شهروندان ۱۵ تا ۴۵ سال شهر کاشان)

نرگس نیکخواه قمصری^۱

فاطمه منصوریان راوندی^۲

چکیده

جهانی شدن، فرایندی پیچیده است که متأثر از توسعه تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات الکترونیکی بوده و با ابزارهای بارز خود (اینترنت و ماهواره) موجب فشردگی، تراکم جهان و تقویت خودآگاهی جمعی در میان ابناء بشر شده و می‌تواند تأثیری ژرف بر شیوه و سبک زندگی به خصوص هویت افراد برجای نهد. لذا این نوشتار با هدف بررسی میزان تأثیر ابزارهای جهانی شدن بر هویت جنسیتی، ۳۸۴ نفر از زنان و مردان ۱۵ تا ۴۵ ساله شهر کاشان را مبتنی بر روش پیمایش و با شیوه نمونه‌گیری سهمیه‌ای مورد بررسی قرار داده است. نتایج حاصل از بررسی‌ها حاکی از تأیید رابطه بین میزان و سابقه استفاده از اینترنت و هویت جنسیتی در بین زنان و مردان است. این در حالی است که میزان و سابقه استفاده از ماهواره، رابطه منفی با هویت جنسیتی زنان داشته است. همچنین، میانگین هویت جنسیتی زنان بر حسب تماشای نوع برنامه‌های آموزشی ماهواره متفاوت نبوده در صورتی که این تفاوت برای مردان معنادار شده و مردانی که میانگین بالاتری در هویت جنسیتی داشته‌اند، زمان بیشتری را صرف تماشای برنامه‌های آموزشی کرده‌اند. بر مبنای این یافته‌ها می‌توان گفت فرایندهای جهانی شدن، زنان و مردان را فارغ از هویت‌های خاص جنسیتی خود، لزوماً به سوی الگوهای عام و یکپارچه‌ی هویتی در عرصه جهانی پیش نبرده، بلکه در برخی از موارد زمینه تقویت هویت جنسیتی به ویژه برای مردان را فراهم کرده است.

کلیدواژه‌ها: هویت جنسیتی - جهانی شدن - تکنولوژی‌های نوین ارتباطی.

۱. n_nikkhah_gh@kashanu.ac.ir

۲. fmanzoriyani@yahoo.com

۱. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه کاشان

۲. دانشجوی دکتری بررسی مسائل اجتماعی ایران دانشگاه کاشان (نیسنده مسئول)

مقدمه

پرداختن به مسأله هویت امری همیشگی میان انسان‌ها و دغدغه اصلی آنان در شکل فردی یا جمعی آن بوده است. بسیاری از منازعات در تاریخ، بر سر نحوه آشکارسازی هویت بوده که به نوعی «ابرازوجود» مربوط می‌شود.

هر چند هویت از آغاز تمدن، ذهن آدمی را به خود مشغول داشته؛ اما هرگز رنگ کهنگی به خود نگرفته و در دوران‌های مختلف به شکل‌های گوناگونی ظاهر شده است؛ به گونه‌ای که هنوز هم مهم‌ترین دغدغه انسان به حساب می‌آید (رهبری، ۱۳۸۸: ۱۵). در عصر حاضر، شرایط موجود در سطح فراملی، ملی و گسترش ایده‌ها و اندیشه‌های نو و همچنین سازمان‌های محلی، ملی و فراملی که در گسترش تعمیق آنها فعال هستند، ایدئولوژی‌های جدید را که بر سنت و عرف‌های معمول در جهان تکیه دارند، به چالش کشیده‌اند.

فرایند جهانی شدن، از یک‌سو، ثبات و یکپارچگی را بر هم زده و جامعه را به فضایی نفوذپذیر و پاره پاره تبدیل کرده و از سوی دیگر، در برگیرنده‌ی ارتباط، نزدیکی، وابستگی متقابل میان انسان‌ها، گروه‌ها و جوامع مختلف و افزایش آگاهی جهانی انسان‌ها و زمینه فراگیرتر شدن هویت‌هاست اما با توجه به اینکه در هر دوره‌ای شیوه‌ی خاصی برای ساختن هویت رایج می‌شود، با در هم شدن و فشرده و یگانه شدن جهان، مبانی ساخته شدن هویت و جوه مشترکی می‌یابد و در عرصه‌ی جهانی هویت مشابهی شکل می‌گیرد (امیری، ۱۳۸۷: ۵۳). چنانچه هویت به معنی خاص بودن، متمایز بودن و پایدار ماندن باشد، به مرزهای نفوذ ناپذیر نیازمند است، حال آنکه با جهانی شدن این مرزها فرو می‌پاشد و بحران هویت شکل می‌گیرد. به کارگیری ابزارهای

مدرن همچون ماهواره و اینترنت باعث شده است جهانی شدن نیز با سرعت و شیوه‌های متنوعی تر بر جوامع انسانی اثر بگذارد و فرصت آشنایی و شناخت ویژگی‌های جوامع دیگر را می‌دهد. از طرفی این امکان فراهم شده تا جنسیت به عنوان سازه‌ای اجتماعی از مرزهای محدود خود رها شده و ارزشهای مشترکی بر مبنای آن شکل بگیرد. لذا بر اثر تحولات ساختاری ناشی از جهانی شدن، ذهنیت و هویت جنسیتی سیال و ناپایداری شکل می‌گیرد، هویت سنتی به تدریج مورد پرسش قرار گرفته و هویت‌های جدیدی سر برآورده‌اند که نه یکپارچگی و نه ثبات پیشین را دارند.

با توجه به مطالب فوق این سوال به ذهن متواتر می‌شود که آیا رشد فزاینده ابزارهای جهانی شدن در عصر حاضر، هویت‌های جنسیتی را همسو با هویت‌های جهانی تضعیف نموده یا آنها را در جهتی مخالف تقویت می‌کند. پژوهش حاضر به منظور یافتن پاسخی مناسب به پرسش مذکور، پس از تاملی نظری در مفهوم و ابعاد جهانی شدن و همچنین هویت جنسیتی، درصدد برآمده تا میزان همگرایی یا واگرایی هویت جنسیتی زنان و مردان کاشان را با استفاده از روش پیمایش مورد مطالعه قرار دهد.

مبانی نظری: جهانی شدن و هویت جنسیتی

جهانی شدن^۱ در چند دهه‌ی اخیر بحث‌ها و مجادلات بسیاری را برانگیخته است. در این میان اثر مارشال مک لوهان (۱۹۶۲) در یاری رسانی به عمومی شدن این مفهوم نقش مهمی ایفا نموده؛ وی به عنوان یکی از اولین اندیشمندان جهانی شدن، مفهوم

^۱ Globalization

«دهکده جهانی» را با تجزیه و تحلیل تماس‌های اجتماعی حاصل از تکنولوژی رسانه‌ای مطرح و در این مفهوم از به هم فشردگی زمان - مکان سخن به میان آورد. بعد ها به وسیله آلون تافلر این به هم فشردگی‌ها، به طور واضح تر در کتاب‌های «شوک آینده» و «موج سوم» مورد بررسی قرار گرفت (محمد بخش و همکاران، ۱۳۹۰: ۹).

از طرف دیگر آنتونی گیدنز مقوله جهانی شدن را در جایی به معنای تشدید روابط اجتماعی جهانی، یکپارچگی جهانی و جای دیگر تحت عنوان «جهان رها شده» با «رهایی جهانی» آورده است، که بیانگر واقعیت جهان امروز است، در جهانی که در آن زندگی می‌کنیم، امواج تحرک بشری به هر سویی گرایش دارد، بدون آنکه کسی بتواند خود را مسلط بر آن بداند (توسلی و یارمحمدی، ۱۳۸۳: ۲۰). در نظر او جهانی شدن به معنای زیرو رو شدن همه‌ی نهادها می‌باشد که تنها در عرصه اقتصاد، بلکه در زمینه ارتباطات دگرگونی‌های عمده‌ای ایجاد نموده است و دولت‌ها، ملت‌ها، زندگی شخصی انسان‌ها و نقش زمان و مکان را متحول ساخته است. در واقع فاصله به سادگی از بین نمی‌رود؛ اما گرفتن اطلاعات به طور مستمر از آنتن‌های ماهواره‌ها یا شبکه‌های متعدد اینترنت، زمینه سازی بزرگترین انقلاب اطلاعاتی را در تاریخ بشر فراهم ساخته است (پیشگاهی فرد، ۱۳۸۰، به نقل از هاگت، ۱۹۰۴). از سوی دیگر، رابرتسون با دیدگاهی فرهنگی و منسجم بر این باور است که جهانی شدن هم به فشردگی جهان؛ و هم به افزایش آگاهی از جهان به عنوان کلی یگانه اشاره دارد (رابرتسون، ۱۳۸۲: ۳۵). بخش نخست دیدگاه وی درباره فشردگی جهان، با دیدگاه‌های وبستگی و نظام‌های جهانی همانند است. به نظر رابرتسون، جهانی شدن

درب‌گیرنده چند فرایند نسبی شدن است. منظور وی از این اصطلاح تشریح آن است که چگونه پیشرفت جهانی شدن، دیدگاه‌های ویژه پاربرجایی خود را از دست می‌دهند و شیوه مشارکت فرد و جمع در این فرآیند دستخوش تنش می‌شود (همان، ۷۴). به باور وی، این تصویر از جهانی شدن، نخست، به جهان بوده‌گی و جهانی شدن معاصر مربوط می‌شود و بنابراین جهانی شدن، تبدیل مرجع‌های فردی به مرجع‌های عام و فراملی است. بر این اساس است که او طرح خود را بر پایه پیوند این چهار عنصر فرهنگی، اجتماعی و پدیدارشناختی می‌داند: فرد (خود)؛ جوامع ملی؛ نظام جهانی جوامع و بشریت. برآیند این پیوندها، نسبی شدن هویت‌ها و نسبی شدن جوامع است (مقدس و خواجه نوری، ۱۳۸۴: ۹).

بر این مبنای جهانی شدن را می‌توان از لحاظ فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و یا نهادی مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. در هر مورد تفاوت مهم این است که آیا ما شاهد همگنی روز افزون می‌باشیم یا ناهمگنی فزاینده. نظریه پردازانی که بر عوامل اقتصادی تأکید می‌کنند، تمایل دارند تا بر اهمیت روز افزون و اثر همگن‌سازشان روی جهان تأکید کنند. آنها معمولاً جهانی شدن را به عنوان گسترش اقتصاد بازار در بسیاری از مناطق مختلف جهان قلمداد می‌کنند (ریترز، ۱۳۹۰: ۳۹۳). جهت‌گیری‌های سیاسی / نهادی نیز تمایل به تأکید بر همگنی یا ناهمگنی دارند. برخی از کسانی که با دیدگاه همگن‌سازی در این حوزه کار می‌کنند بر انتشار جهانی الگوهای دولت - ملت و پدید آمدن شکل‌های مشابه تدبیر عمومی در سراسر جهان تأکید دارند. یکی از افراطی‌ترین دیدگاه‌های همگن‌سازی در قلمرو سیاسی به نظریه بنیامین باربر در

خصوص «مک دونالدی شدن جهان» یا رشد یک جهت گیری سیاسی واحد که به طور روز افزون در سراسر جهان فراگیر می‌شود، مربوط می‌باشد. از سوی دیگر باربر دیدگاه دیگری موسوم به ایده «جهاد»، یعنی نیروهای سیاسیارتجاعی، قومی و متمرکز محلی، را مطرح می‌کند که با تشدید ملی گرایی سرو کار داشته و به ناهمگنی سیاسی بیشتر در سراسر جهان منتهی می‌شود (همان، ۳۹۵).

در بعد فرهنگی، برخی جهانی شدن را به معنای عام گرایی در تمامی روایت‌های آن از لحاظ فرهنگی در چارچوب نظریه انتشار به فرآیند یکسان سازی و تعمیم فرهنگ نگاه می‌کند. برخی دیگر آن را به مثابه عرصه‌ای برای نمایش تفاوت‌ها یا همان هویت‌های خاص تلقی می‌کنند (کیت نش، ۱۳۸۲). برداشت نخست چنین فرض می‌کند که روند انتشار فرهنگی، روندی یک سویه از مرکز تولید الگوهای فرهنگی به سمت سایر نقاط جهان است (کچوییان، ۱۳۸۲: ۱۵۰). و در نتیجه فرهنگ جهانی به گونه‌ای یکپارچه و هماهنگ، هویت‌های جهانی واحدی را خلق می‌کند. در حالی که برداشت دوم، فرهنگ جهانی را امری متنوع، متکثر، سیال و در حال تغییر شناخته و هویت‌ها را متأثر از تعامل درون‌دادهای فرهنگی محلی خاص در عرصه جهانی می‌داند (ریترز، ۱۳۹۰). باربر (۱۹۹۵) صرف نظر از چنین اختلافی، جهانی شدن یک واقعیت است که متأثر از رشد تکنولوژی‌های نوین، در عرصه‌های مختلف زندگی اجتماعی تأثیرات عمده‌ای برجای گذاشته است. در واقع در عصر جهانی شدن به سمت همگون شدن فرهنگ‌ها پیش می‌رویم. این رویکرد عمدتاً از دیدگاه مارشال مک لوهان درباره دهکده جهانی الهام می‌گیرد و جهانی شدن فرهنگ را پدیده‌ای یکسره جهان

شمول دانسته که تمام مرزهای ملی و محلی و قومی را از میان برمی دارد و بدین سان فرهنگی جهانی و یکپارچه را که در واقع همان فرهنگ غرب است، در سراسر جهان برقرار می‌سازد (شاهنوشی، ۱۳۸۹: ۱۶۲).

بر این اساس بزرگترین نیروی وسایل ارتباطی در این بوده است که افکار و ادراک ما در هر عصر و دوره را تحت نفوذ اصول مربوط به کار خود قرار می‌دهد. وسایل ارتباطی جدید در هر عصر و دوره‌ای به مجرد اینکه جای وسایل ارتباطی متداول می‌گیرند و در حقیقت خود را بر محیط تحمیل می‌کنند، به صورت منابع مفروضات و اصول فکری جدید در می‌آیند که از همین راه می‌توانند موجب تغییراتی در اهداف و آرمانها و هویت‌ها شوند (طاهری، ۱۳۸۲).

به منظور مطالعه تغییرات هویت جنسیتی در بعد شخصی و اجتماعی، تاملی گذرا در مفهوم و دگرگونی‌های هویتی و همچنین هویت جنسیتی، راهگشاست. هرگونه تلاشی برای ارائه تعریف هویت یک چیز، پاسخ به معنای آن است. هر وجودی قبل از موجود شدن، فاقد معناست؛ اما با شکل‌گیری آن، معنایی را به خود اختصاص می‌دهد که بر حسب آن، هویت می‌یابد. بنابراین هویت یافتن چیزی یعنی آن چیز معنادار شود.

مانوئل کاستلز، هویت را «چونان فرایند ساخته شدن معنا برپایه یک ویژگی فرهنگی یا دسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر دیگرمنابع برتری دارند» تعریف می‌کند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۲). از این دیدگاه، هویت مفهومی است که دنیای درونی یا شخصی را با فضای جمعی اشکال فرهنگی و روابط اجتماعی ترکیب می‌کند. از سوی دیگر، تاجفل و همکارانش بر جدایی دو بعد فردی و اجتماعی هویت تأکید داشته‌اند. هویت فردی که خاص فرد بوده و سبب تمایز فرد از دیگران می‌شود و هویت جمعی

که بیانگر تشابهات فردی است (جوکار و لطیفیان، ۱۳۸۵: ۳۱-۳۰). بنابراین هویت به معنای آگاهی فرد از کیستی خود و «تعلقات» اجتماعی‌اش می‌باشد و طبعاً این آگاهی نیز معطوف به آن دسته از ارزش‌ها و معانی است که برای فرد از اولویت بیشتری برخوردارند.

ریچارد جنکینز بر این عقیده است که هویت شخصی، هویتی اولیه و بنیادی و الگویی برای فهم همه هویت‌های بعدی است. اما جنسیت مهم‌ترین عاملی است که به تجربه‌ی فردسامان می‌دهد و آن را در خویشتن ادغام می‌کند (جنکینز، ۱۳۸۱: ۸۴). بنابراین خویشتنی که مهم‌ترین وجه هویت فردی است، در برگرفته‌ی خود و تجربه‌های زندگی است از طرف دیگر، جنسیت از مؤلفه‌های مهم خویشتنی است. بسیاری از رده بندی‌ها و گروه بندی‌های نهادی براساس جنسیت صورت می‌گیرد. فرصت‌ها و تجربیات زندگی نیز از جنسیت تأثیر می‌گیرند (همان، ۱۰۲). بنابراین می‌توان پذیرفت که جنسیت یا هویت جنسیتی، هم پدیده‌ای فردی و هم پدیده‌ای جمعی است، و جوامع انسانی به گونه‌ای گسترده بر پایه اصلاحات جنسیتی ساخت یافته‌اند.

مایکل کیمل^۱ در تکمیل نظر جنکینز، هویت را چنین تعریف کرده است: هویت برابر است با همان هویت جنسیتی. او معتقد است هویت مجموعه است از ذهنیت‌ها، تجربه‌ها و سلیقه‌هایی که ما را شکل می‌دهند. هویت تصویری است که ما از خودمان و روابطمان با جهان بیرون داریم. گرچه ممکن است که این تصور از خود با تصور دیگران از ما کاملاً تفاوت داشته باشد. اما اینکه ما چه تصویری از خودمان داشته باشیم،

^۱ Mycell Kimell

به تصور ما از جنسیت خودمان بستگی دارد. به عبارت دیگر هویت ما را هویت جنسیتی ما تشکیل می‌دهد. با توجه به تعریف فوق، تعریف او از هویت جنسیتی به طور خلاصه چنین است: تصور هرکس از معنای مردانگی، زنانگی و وظایف و اختیارات و ویژگی‌هایی که به زن و مرد اطلاق می‌شود (توکلی، ۱۳۸۲: ۳۶). همچنین ناسی چادور و در تعریف هویت جنسیتی بر معنایابی شخصی زنان و مردان از آنچه که به معنای زن بودن یا مرد بودن می‌باشد، معطوف شده است (سفیری، ۱۳۸۸: ۵۳-۵۵). اما به نظر می‌رسد تعریف کارلسون و هچ از هویت جنسیتی جنبه‌های متفاوتی را مدنظر داشته است. آنان معتقدند که هویت جنسیتی اشاره به احساس شخصی یک شخص و تجربه ذهنی‌اش از جنسیتش و همچنین شامل پذیرش عضویت یک فرد به عنوان مرد یا زن در یک گروهی از مردم (کارلسون و هچ، ۲۰۱۰: ۱۴۰).

رندل و جاسی (۲۰۰۸) در ترسیم مختصات مفهومی هویت جنسیتی معتقدند افراد دو نوع هویت جنسیتی دارند: هویت جنسیتی اجتماعی (شناسایی دیگرانی از همان جنس در گروه) و هویت جنسیتی شخصی (اهمیت به خصوصیات شخصی جنس به عنوان بخشی از مفهوم خود). آن‌ها این دو نوع را مطابق با نظر تاجفل و ترنر (۱۹۸۶)، تمایز بین مفهوم فردی خود (هویت شخصی) و گروه‌های عضو به عنوان بخشی از مفهوم خود (هویت اجتماعی) و همچنین برور و گاردنر^۴ (۱۹۹۶)، هویت را به عنوان تعریف خود به عنوان یک فرد (هویت شخصی) و در مقابل تعریف خود به عنوان

^۱Nanci Chadora

^۲Carlson and Heth

^۳Randel & Jaussi

^۴Brewer & Gardner

عضو یک گروه (هویت اجتماعی) طبقه بندی می‌کنند. هویت جنسیتی اجتماعی مستلزم حضور افراد دیگر (که تصور می‌شود بخشی از مفهوم خود) است. در حالی که هویت جنسیتی شخصی اشاره به بخشی از مفهوم خود که به حضور افراد دیگر بستگی ندارد. به عنوان مثال، فردی با هویت جنسیتی اجتماعی قوی نگران آن است که کار هم گروهی‌هایش خوب باشد، در حالی که یک فرد با هویت جنسیتی شخصی قوی به دنبال فعالیت‌هایی است که منعکس کننده اهمیت شخصی جنس است (کارلسون و هچ، ۲۰۱۰: ۱۴۰).

پیشینه تجربی

نفوذ فضای مجازی و ماهواره به عنوان ابزارهای جهانی شدن در روند هویت‌یابی فردی و اجتماعی، توجه محققان را به جوانب مختلف تأثیرگذاری جهانی شدن به واسطه این ابزارها، بر هویت جلب نموده است. در حالی که تحقیقات اولیه در این زمینه (پژوهش دوران ۱۳۸۲، خلیلی ۱۳۸۴، ساروخانی و بابایی فرد، ۱۳۸۷) بیانگر عدم تضعیف هویت است؛ پژوهش‌های اخیر نظیر تحقیقات (مقدس و خواجه نوری ۱۳۸۴، ذکایی و خطیبی ۱۳۸۵، عریضی و همکاران ۱۳۸۵، رفعت جاه و شکوری ۱۳۸۷، عنبرین ۱۳۸۷، احمدی و همکاران، ۱۳۸۹، موسوی و همکاران ۱۳۹۱، سفیری و نعمت‌اللهی ۱۳۹۱، ربیعی و همکاران ۱۳۹۴) مؤید این امر است که حضور در فضای مجازی و استفاده از ماهواره باعث شکل‌گیری و تقویت هویت مدرن و تضعیف هویت ملی، دینی، فرهنگی و جنسیتی شده است. پژوهش‌های متفاوت در زمینه رابطه اینترنت - ماهواره و هویت، بیانگر کاهش اهمیت مکان و زمان در روابط اجتماعی و فضا مند شدن مناسبات اجتماعی بوده که عملاً امکان کنش و برقراری ارتباط در

سطحی فراتر از مکان و جغرافیایی خاص را فراهم ساخته و منجر به پیدایش آگاهی از جهان به مثابه‌ی یک کل گردیده است؛ امری که نیاز به تعریف بسیاری از مفاهیم مختلف فردی و جمعی را براساس یک مقیاس جهانی ضروری می‌سازد. با وجود تحقیقات حاضر، تأثیر حضور در فضای مجازی بر هویت جنسیتی کمتر مغفول مانده و تنها در پژوهش‌های اندکی به بررسی رابطه ماهواره و هویت جنسیتی توجه شده است. لذا این پژوهش سعی نموده است با نگاهی جامع، ضمن بررسی موضوع مورد مطالعه، بررسی تأثیرات متفاوت و توأمان این ابزارها بر جنسیت را نیز مورد توجه قرار دهد.

جانسون (۲۰۱۰) در مطالعه خود با عنوان زن و اینترنت: یک مطالعه خرد در هند، تعداد زنان آنلاین را در هند نزدیک به ۱۲ هزار نفر را برآورد کرده است که این روند سیر صعودی بسیار تندی را نیز دارا بوده و هر روزه بر کاربران آنلاین اضافه می‌شود. تنها ۸ درصد از زنان خانه دار از اینترنت استفاده می‌کنند که دلایل زیادی از جمله بی سواد، نبود دسترسی، فقر و... از آن جمله‌اند.

اروین و انگلیش (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای تحلیل‌های منظمی از ۱۰۰ وب سایت متعلق به سازمان‌های فمینیستی در کانادا ارائه کردند. وب سایت‌ها از منظر محتوا، محبوبیت و قدرت دوام مورد تحلیل فرار گرفتند تا چگونگی نقش این وب سایت‌ها در آموزش زنان برای جنبش‌های اجتماعی را مورد بازکاوی قرار دهند. نقش فناوری اطلاعات در یادگیری زنان بسیار مؤثر بوده و زنان از این راه بر موانع تشریک

۱ Johnson

۲ Irving & English

اطلاعات غلبه می‌کردند. البته برای زنان موانعی نیز در دسترسی و یادگیری رسمی از اینترنت وجود داشت (احمدی و همکاران، ۱۳۸۹). نتایج تحقیقات اپودویی (۲۰۰۳) نشان داده است زنان دیرتر از مردان و در مقیاسی محدودتر فناوری‌های ارتباطی را به کار گرفته‌اند. همچنین، نتایج تحقیق کائل (۲۰۰۳) در هند است وی در پژوهش خود نشان داد که زنان هندی تا حد بیشتری نسبت به مردان تحت تأثیر پیامدهای منفی جهانی شدن در ارتباط با هویت جنسیتی قرار دارند.

چارچوب نظری

هال (۱۹۹۶) در کتاب «مدرنیته و آینده‌های آن» با الهام از نظریات هاوری^۱، گیدنز^۲، لاکلائو^۳ و یژگی تغییرات جهانی شدن را فشردگی زمان-فضا^۴ از جاکنندگی^۵ و مرکز زدایی می‌داند. از آنجا که زمان و فضا دو مولفه هماهنگ کننده هر نوع نظام بازنمایی از جمله هویت هستند، بدین جهت می‌توان گفت جهانی شدن بیشترین تأثیر را بر روی هویت دارد. در عصر روشنگری هویت یکپارچه و منسجم بود و درون آن خودکفایی دیده می‌شد، اما نظام های اندیشه‌ای همچون مارکسیسم، فرویدیسم، زبان‌شناسی سوسور، نظریه گفتمانی فوکو، فمینیسم؛ نقش موثری در

^۱Epodoi

^۲Kaul

^۳Harvey

^۴Giddens

^۵Laclau

^۶time-space compression

^۷disembedding

مرکزیت زدایی هویت یکپارچه مدرن ایفا کردند. هویت، دیگر آن مقوله تمام و کمال و ذاتی نیست، هیچ مرکزیت ذاتی ندارد، به جای این که بیولوژیکی باشد، گفتمانی، ساخته شده در روابط، انعطاف پذیر، باز، چندپاره و ساختار آن همیشه دو سویه است (توسلی و قلی پور، ۱۳۸۷: ۸۵).

به اعتقاد گیدنز، «هویت امروزی دستاوردی بازتابی هست. روایتی که برای هویت خویش در نظر می گیریم، الزاماً باید در ارتباط با تغییرات سریع زندگی اجتماعی (به محلی و جهانی) شکل بگیرد، دگرگون شود، و به طور بازتابی، استحکام یابد. فرد باید اطلاعات حاصل از انواع تجربیات با واسطه را چنان با مسائل محلی در هم بیامیزد که در نهایت بتواند طرح های آینده را به طرز منسجم و معتدل با تجربیات گذشته مرتبط سازد» (گیدنز، ۱۳۸۷: ۳۰۱).

از سویی دیگر، دگرگونی فن آوری و پدید آمدن فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی نو که به باور گیدنز نقشی عمده در تکمیل روند ادغام زمان و مکان ایفا می کند، از مرزهای جغرافیای سیاسی در می گذارد، در خانه ها نفوذ می کند، با جابه جایی اطلاعات و دخل و تصرف در خویشتن خود به فرهنگ سازی کمک می کند و در مقام یکی از عناصر سازنده ی فرایند جهانی شدن فرهنگ، نقش بسیار مهمی بر همگون سازی رفتارهای اجتماعی انسان ها در جهان امروزه ایفا می کند (گیدنز، ۱۳۷۷). بنابراین فرایند جهانی شدن فن آوری اطلاعاتی و ارتباطی، این امکان را فراهم می سازد تا انسان ها از سلطه ی محدود کننده و دایره ی تنگ مکان و مرجع های ثابت رهایی یافته، در گستره بسیار پهناور فضا و زمان با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. لذا گسترش گزینش افراد به دلیل روایی و تجربه با میانجی است که در این میان رسانه ها

و ابزارهای اطلاعاتی جدید نقش مهمی در آن بازی می‌کنند.

در این باره جان فیسک نیز اعتقاد دارد برنامه‌های ماهواره‌ای و همچنین اینترنت در بطن خود حاوی تلقی جدیدی از انسان است، انسانی که می‌تواند تجربیات فردی و اجتماعی انسانهای دیگر را درک کند و در تعقل و تخیل آنها مشارکت ورزد. این تلقی جدید، نگاه تازه‌ای به انسان، هنر، ارزش و... دارد که به همراه ماهواره و اینترنت در سراسر جهان گسترده می‌شود. اخبار، ذهنیت‌ها و تحلیل‌های مردم را جهت داده، مدل جدیدتری از تفکر را در اذهان می‌پروراند (سلیمی، ۱۳۸۳).

اما باووک^۱ (۲۰۰۸) برخلاف آنچه تاکنون مطرح شد، معتقد است «با توجه به در خدمت گرفتن تکنولوژی‌های غربی در کشورهای آسیایی و... که حاصل فرایند جهانی شدن می‌باشد، تاکنون بر خلاف پیش‌بینی‌هایی که بعضی محققان نظیر لوبیتز، عملاً همگن سازی فرهنگی در آنجا نتوانسته صورت بگیرد». در این زمینه بری^۲ (۲۰۰۸) معتقد است که نتایج جهانی شدن نه تنها به همگرایی نمی‌انجامد بلکه طبق شواهد روانشناختی می‌تواند به واگرایی نیز بیانجامد (محمد بخش و همکاران، ۱۳۹۰).

بر مبنای چارچوب نظری، می‌توان چنین استنباط کرد که:

- بین میزان استفاده از اینترنت و ماهواره و هویت جنسیتی زنان و مردان شهر کاشان رابطه وجود دارد.
- بین سابقه استفاده از اینترنت و ماهواره و هویت جنسیتی زنان و مردان شهر کاشان

^۱Bhawuk

^۲Berry

رابطه وجود دارد.

- هویت جنسیتی زنان و مردان شهر کاشان بر حسب نوع کاربری اینترنت متفاوت است.
- هویت جنسیتی زنان و مردان شهر کاشان بر حسب نوع شبکه‌های ماهواره‌ای مورد استفاده متفاوت است.

روش پژوهش

در این پژوهش از روش پیمایش مقطعی بهره گرفته شد. بنابراین پرسشنامه ابزار جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز بوده است. جامعه آماری شامل زنان و مردان ۱۵ تا ۴۵ ساله ساکن شهر کاشان می باشد. شیوه‌ی نمونه‌گیری سهمیه‌ای انتخاب شده، که هدف از آن ارائه نمونه معرف بدون انتخاب تصادفی افراد است؛ بدین معنی که از افرادی که دارای خصوصیتی معینی (کاربر اینترنت و بیننده ماهواره) هستند، سوال می‌شود. بر این اساس ابتدا محقق جامعه آماری را به چندین طبقه تقسیم می‌کند و سپس سهم هر طبقه را مشخص می‌کند، در مرحله آخر آنقدر از نمونه‌هایی که در دسترس اند، نمونه انتخاب می‌کند که اندازه هر طبقه کامل شود و کار تکمیل پرسشنامه انجام شود. نمونه‌گزینی با ضریب پایایی ± 5 ، ضریب اطمینان ۹۵ درصد واریانس جمعیت و با استفاده از فرمول کوکران به صورت زیر محاسبه شده است:

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N}(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1)} = 384$$

همچنین تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار Spss صورت گرفت.

تعریف مفهومی

هویت جنسیتی

بنا به تعریف سوزان گولومبرک و رایین فی وش هویت جنسیتی عبارت است از «برداشت یا تعریفی که فرد از خود به عنوان یک زن یا یک مرد دارد» (گولومبرک و فی وش، ۱۳۷۸: ۱۲). هویت جنسیتی با برداشت‌های متفاوتی چون احساس ذهنی فرد از مردانگی / زنانگی، خصوصیات شخصی و به صورت فرهنگی، نقشهای جنسیتی تعریف شده است. بنابراین منظور از هویت جنسیتی آن بخش از رفتارها و نگرش‌های فرد نسبت به جنسیت خویش است که تحت تأثیر شرایط فرهنگی و اجتماعی شکل می‌گیرد. هویت جنسیتی از طریق یک فرایند مقایسه اجتماعی، در یک زمینه مشخص اجتماعی؛ به عنوان مثال گروه همسالان ظهور می‌یابد (دیوری، ۲۰۰۹: ۹).

هویت جنسیتی شخصی: روزنبرگ (۱۹۷۹) معتقد است هویت شخصی نشان دهنده میزان اهمیت یک شخص بر ویژگی‌های شخصی جنس به عنوان بخشی از او یا مفهوم خود او است. از آنجا که جنسیت بخش مهمی از یک فرد با هویت جنسیتی قوی شخصی را تشکیل می‌دهد، از فرد انتظار می‌رود که اغلب در مورد جنسیت و رفتارهایی که منعکس کننده جنسیت اوست، فکر کند (به عنوان مثال، در سخنرانی‌های که در مورد مسائل زنان است، حضور داشته باشد). (رندل و جاسی، ۲۰۰۸: ۴۷۵).

هویت جنسیتی اجتماعی: هویت جنسیتی اجتماعی به معنای ادغام دیگران از همان جنس در داخل تعریف از خود و نگران شدن از موفقیت و شکست کسانی که با جنس مشابه در این گروه هستند. یک فرد با هویت جنسیتی اجتماعی قوی اجازه ارتباط با دیگر اعضای گروه از جنس دیگر با مرتبه پایین را نمی‌دهد. بنابراین، هنگامی که یک فرد هویت اجتماعی قوی جنسیتی دارد، بر تمایز جنسیتی بین درون گروه و

برون گروه دارد. از آنجا که حس قوی شناسایی اجتماعی مستلزم آن است که دیگران را به عنوان بخشی از مفهوم خود ببینیم، افراد با هویت اجتماعی جنسیتی قوی سرنوشت خود را و انگیزه خود را برای محافظت از دیگرانی از همان جنس در گروه به کار می‌گیرند. این افراد در مقابل کلیشه‌های منفی مربوط به جنسشان مقاومت می‌کنند (رندل و جاسی، ۲۰۰۸: ۴۷۲).

ابزارهای جهانی شدن

دو ابزار شتاب بخش در گستره مفهومی جهانی شدن، اینترنت و ماهواره است. میلز (۲۰۰۲) بر این نظر است شبکه جهانی اینترنت از هزینه انتشار اطلاعات کاسته و به افراد برای گذر از میانجی‌های سنتی که قدرت کنترل اطلاعات را داشته‌اند، یاری می‌رساند. بر این اساس، بسیاری از بررسی‌ها نظیر پژوهش استوروالدر (۲۰۰۴) تأثیر فناوری‌های رسانه‌ای و ارتباطی، مانند اینترنت، وب، پست الکترونیکی، ماهواره و... را بر برنامه ریزی و توسعه اجتماعی - اقتصادی نشان داده است. ماهواره‌ها نیز وسایلی هستند که می‌توانند سیگنال‌های دریافتی از نقاط مختلف را به هر نقطه مورد نظر دیگر بفرستند و بدین ترتیب در توسعه ملل تأثیر بسزایی داشته باشند. بدین ترتیب دگرگونی فناوری‌ها در سطح جهانی و پدید آمدن فن‌آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی نو (ICT) به عنوان یکی از عناصر سازنده فرایند جهانی شدن، اثرهای بسیار مهمی بر رفتارهای اجتماعی انسان‌ها در جهان داشته است (سفیری و نعمت‌اللهی، ۱۳۹۱).

تعریف عملیاتی مفاهیم

^۱Randel & Jaussi

^۲mills

^۳Osterwalder

جدول ۱: تعریف عملیاتی مفاهیم

متغیرهای اصلی پژوهش	شاخص‌ها
هویت جنسیتی شخصی (مقدار آلفای کرونباخ: ۰/۸۶۸)	۱- با ارزش بودن جنسیت فرد. ۲- کمک زن/مرد بودن به حس اطمینان. ۳- دید مثبت داشتن به جنسیت خویش. ۴- به عنوان یک زن/مرد، تصمیمات خودم درست‌ترین تصمیم در زندگی است. ۵- زن/مرد بودن من باعث می‌شود که از عهده هر کاری که بخواهم بر بیایم. ۶- شاید اگر جنسیت دیگری داشتم در کارهایم موفق‌تر بودم. ۷- با خودم صریح و روشن هستم و خطاهای خودم را به جنسیت من نسبت نمی‌دهم. ۸- وجود عشق و علاقه در پیدایش دوستی با هم جنسان. ۹- وجود روابط صمیمانه با دوستان زن/مرد. ۱۰- وجود اطمینان در رابطه عاطفی. ۱۱- درد دل کردن با زنان/مردان. ۱۲- رفتن به مراکز خرید، تفریح با دوستان زن/مرد.
هویت جنسیتی اجتماعی (مقدار آلفای کرونباخ: ۰/۸۴۳)	۱- افتخار به زنان/مردان موفق. ۲- دوست داشتن جنس زن/مرد. ۳- ترجیح شرکت در مراسم زنان/مردان. ۴- افتخار به زن/مرد بودن. ۵- داشتن حس تعلق نسبت به زن/مرد بودن. ۶- توجه به اتفاقاتی که برای سایر زنان/مردان می‌افتد. ۷- داشتن احساس آرامش از در کنار زنان/مردان دیگر. ۸- جانب زنان/مردان دیگر را گرفتن، بدون ملاحظه اینکه حق با کیست. ۹- بهترین آفرینش خداوند، زنان/مردان هستند. ۱۰- ناراحت شدن از توهین به زنان/مردان. ۱۱- مهم نبودن افکار دیگران در مورد زنان/مردان. ۱۲- داشتن حس امنیت در جمع زنان/مردان. ۱۳- در اختیار قرار دادن اطلاعات به هم جنسان. ۱۴- در صورت وجود موقعیت کاری، استخدام هم جنسان. ۱۵- داشتن جنس دیگر در صورت تولد دوباره.
نوع برنامه‌های ماهواره	تماشای برنامه‌ها شامل: اخبار و گزارشات خبری، برنامه‌های علمی - آموزشی، برنامه‌های سیاسی و اجتماعی، برنامه‌های مذهبی (سخنرانی مذهبی، موعظه‌ها و مرثیه خوانی، مناجات و...)، برنامه‌های تفریحی (مسابقات، ورزشی، جهانگردی، برنامه کمدی)، برنامه‌های خانوادگی، موسیقی و شو، فیلم و سریال
نوع کاربری اینترنت	استفاده از هریک از کاربری‌ها: پست الکترونیکی (Email)، وبلاگ، کسب اطلاعات و اخبار، جستجوهای علمی - تحقیقی، چت، جستجو برای سایت‌های سرگرمی، بازی و دانلود کردن بازی، دریافت اطلاعات برای سرگرمی‌های خاص فردی، خرید آن لاین، سایت‌های بهداشتی و اطلاعاتی درخصوص سلامت، جستجو برای اطلاعاتی که در موردشان زیاد نمی‌شود راحت صحبت کرد
سابقه استفاده از اینترنت	مدت استفاده از اینترنت (سال/ماه)، میزان مهارت در استفاده از اینترنت
سابقه استفاده از ماهواره	مدت استفاده از اینترنت (سال/ماه)، استفاده از شبکه‌های فارسی زبان، استفاده از شبکه‌های غیرفارسی
میزان استفاده از ماهواره	میزان تماشای ماهواره در هفته (ساعت)
میزان استفاده از اینترنت	مدت زمان استفاده از اینترنت در هفته (ساعت)

یافته‌های توصیفی پژوهش

از تعداد ۳۸۴ پاسخگو ۴۶/۶ درصد یعنی ۱۷۹ نفر زن و ۵۲/۶ درصد مردان یعنی ۲۰۲ پاسخگو بوده‌اند. بنابراین توصیف هویت جنسیتی آنها به شرح جدول ذیل می‌باشد:

جدول ۲: توصیف هویت جنسیتی زنان و مردان

متغیر	جنس	حداقل	حداکثر	میانگین	واریانس	انحراف استاندارد
هویت جنسیتی شخصی	زن	۰/۰۰۰	۵/۶۷	۴/۴۳	۰/۵۶۶	۰/۷۵۲
	مرد	۲/۷۵	۵/۹۲	۴/۴۶	۰/۳۹۷	۰/۶۲۹
هویت جنسیتی اجتماعی	زن	۰/۰۰۰	۵/۸۵	۴/۲۵	۰/۵۶۵	۰/۸۱۰
	مرد	۰/۴۵	۵/۶۰	۴/۱۱	۰/۴۴۳	۰/۶۶۵
هویت جنسیتی	زن	۰/۰۰۰	۵/۵۵	۴/۳۴	۰/۴۶۶	۰/۶۸۲
	مرد	۲/۲۷	۵/۵۸	۴/۲۸	۰/۲۹۷	۰/۵۴۵

همانطور که در جدول شماره ۱ مشاهده می‌شود هویت جنسیتی در دو بعد شخصی (تصویر بازتابی از جنسیت خویش و اهمیت به ویژگی‌های شخصی جنس) و اجتماعی (ادغام دیگران از همان جنس در داخل تعریف از خود) بررسی شده است. به طور کلی میانگین‌ها نشان دهنده‌ی این واقعیت هستند که هویت جنسیتی چه در بعد شخصی و اجتماعی در میان مردان و زنان در حد نسبتاً بالایی با تفاوت‌های جزئی مطرح می‌شوند. بدین نحو که زنان در هویت شخصی و مردان در هویت اجتماعی میانگین بالاتری را نسبت به یکدیگر داشته‌اند. برای زنان رفتارهایی که منعکس

کننده‌ی جنسیت آنهاست، مهمتر و برای مردان موفقیت و شکست هم جنسانشان مهم تلقی شده و بر تمایز جنسیتی بین درون گروه و برون گروه بیشتر تأکید نموده‌اند. همانگونه که در بحث‌های نظری اشاره شد فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به عنوان یکی از عناصر سازنده‌ی جهانی شدن شناسایی شده است. لذا در اینجا به بررسی شاخص‌های این متغیر پرداخته شده است:

جدول ۳: توزیع پاسخگویان برحسب سابقه استفاده از ماهواره و اینترنت (برحسب درصد)

متغیر	جنس	کمتر از یک سال	یک تا چهار سال	بالاتر از چهار سال
سابقه استفاده از ماهواره	زن	۶۲	۱۲/۳	۲۵/۷
	مرد	۵۰/۵	۱۳/۹	۳۵/۶
سابقه استفاده از اینترنت	زن	۳۴/۶	۳۰/۷	۳۴/۶
	مرد	۲۲/۸	۲۴/۸	۵۲/۵

مقایسه‌ی زنان و مردان از حیث سابقه استفاده از اینترنت و ماهواره حکایت از آن دارد که مردان مورد مطالعه، سابقه استفاده از اینترنت (۵۲/۵ درصد) و سابقه استفاده از ماهواره (۳۵/۶ درصد) بالاتر از سه سال را داشته‌اند. اکثریت زنان سابقه استفاده از ماهواره خود را کمتر از یک سال عنوان کرده‌اند.

جدول ۴: توزیع پاسخگویان برحسب میزان استفاده از ماهواره و اینترنت در هفته (برحسب درصد)

متغیر	جنس	کمتر از یک ساعت	یک تا پنج ساعت	بالاتر از پنج ساعت
-------	-----	-----------------	----------------	--------------------

۱۸/۴	۱۹	۶۲/۶	زن	میزان استفاده از ماهواره
۲۸/۲	۱۳/۹	۵۷/۹	مرد	
۳۱/۳	۲۰/۱	۴۸/۶	زن	میزان استفاده از اینترنت
۳۹/۱	۲۳/۸	۳۷/۱	مرد	

در خصوص میزان استفاده زنان و مردان مورد مطالعه از اینترنت و ماهواره در طول هفته باید گفت مردان (۳۹/۱ درصد) از اینترنت بالاتر از سه ساعت و (۳۸/۲ درصد) از ماهواره بالاتر از پنج ساعت در هفته استفاده می کنند. اکثریت زنان اذعان داشته اند که کمتر از یک ساعت از اینترنت و ماهواره در طول هفته استفاده می کنند. در هر صورت میزان استفاده مردان از اینترنت و ماهواره بیشتر از زنان بوده است.

جدول ۵: توصیف پاسخگویان بر حسب نوع کاربری اینترنت

نوع کاربری	جنسیت	پست الکترونیکی	وبلاگ	کسب اطلاعات و اخبار	جستجوهای علمی - تحقیقی
میانگین	زن	۲/۵۵	۱/۸۴	۳/۳۰	۳/۵۵
	مرد	۳/۴۵	۲/۴۶	۳/۸۶	۳/۵۸
نوع کاربری	جنسیت	خرید آن لاین	سایت های بهداشتی و اطلاعاتی در خصوص سلامت	جستجو برای اطلاعاتی که در موردشان نمی شود صحبت کرد	جستجو برای سایت های سرگرمی
میانگین	زن	۱/۳۶	۲/۷۰	۲/۳۵	۲/۵۷
	مرد	۲/۲۸	۲/۸۲	۲/۹۷	۲/۹۱

زنان و مردان در کسب اطلاعات و اخبار و جستجوهای علمی - تحقیقی در اینترنت، میانگین بالاتری داشته اند و اما در خرید آنلاین میانگین پایین تری را به خود اختصاص داده اند. علت آن را می توان در عدم اعتماد به پرداخت های الکترونیکی

دانست. مقایسه مردان و زنان حاکی از آن است که مردان بیشتر از پست الکترونیک (۳/۴۵) استفاده کرده‌اند. در یک توضیح کلی باید گفت که مردان در انواع کاربری‌های اینترنت به نسبت زنان، میانگین بالاتری داشته‌اند.

جدول ۶: توصیف پاسخگویان بر حسب نوع برنامه‌های ماهواره

میانگین تماشای برنامه‌های ماهواره		نوع برنامه
مرد	زن	
۲/۸۶	۲/۲۳	اخبار و گزارشات خبری
۲/۸۴	۲/۲	برنامه‌های علمی - آموزشی
۲/۴۸	۱/۸۸	برنامه‌های سیاسی و اجتماعی
۲/۱۳	۱/۷۲	برنامه‌های مذهبی (سخنرانی مذهبی، موعظه‌ها و مرثیه‌خوانی، مناجات و...)
۳/۹۹	۲/۳۴	برنامه‌های تفریحی (مسابقات، ورزشی، جهانگردی، برنامه کمدی)
۲/۶۴	۲/۴۵	برنامه‌های خانوادگی
۲/۹۷	۲/۲۷	موسیقی و شو
۳/۰۹	۲/۵۸	فیلم و سریال

در یک نگاه کلی باید گفت که زنان و مردان به جز در بعضی موارد میانگین نسبتاً

پایینی در تماشای برنامه‌های ماهواره دارند. زنان در تمام نوع برنامه‌ها مردان میانگین پایین تری داشته‌اند. مردان در تماشای فیلم و سریال (۳/۰۹) و برنامه‌های تفریحی (۳/۹۹) به لحاظ میانگین در حد متوسطی بوده‌اند.

یافته‌های استنباطی پژوهش

در این بخش به بررسی و آزمون فرضیه‌های اصلی این پژوهش پرداخته می‌شود. با توجه به فاصله‌ای بودن سطح سنجش متغیرهای میزان استفاده از اینترنت و میزان استفاده از ماهواره و متغیر هویت جنسیتی و ابعاد آن، مناسب‌ترین آزمون برای بررسی رابطه بین متغیرها، آزمون ضریب همبستگی پیرسون بوده است. نتایج این بررسی در جدول شماره ۷ درج شده است.

جدول ۷: رابطه میزان استفاده از ماهواره و اینترنت و هویت جنسیتی

متغیر	جنسیت	همبستگی پیرسون	هویت جنسیتی شخصی	هویت جنسیتی اجتماعی	میزان هویت جنسیتی
میزان استفاده از اینترنت	زن	ضریب پیرسون معنی‌داری	۰/۱۲۹	۰/۱۶۹	۰/۱۴۵
	مرد	ضریب پیرسون معنی‌داری	۰/۱۹۸	۰/۱۵۴	۰/۱۵۱
میزان استفاده از ماهواره	زن	ضریب پیرسون معنی‌داری	-۰/۰۳۸	-۰/۱۳۳	-۰/۱۶۲
	مرد	ضریب پیرسون معنی‌داری	۰/۱۲۶	۰/۰۹۸	۰/۱۳۸

بررسی رابطه میزان استفاده از اینترنت و هویت جنسیتی زنان و مردان حاکی از

رابطه‌ی معنادار بین این دو متغیر است. هرچند شدت این رابطه (۰/۱۴۵) بسیار ضعیف برآورد شده است. این بدان معناست که هرچه کاربران بیشتر از اینترنت استفاده کنند، هویت جنسیتی به میزان بسیار ضعیفی، تقویت خواهد داشت. بررسی ابعاد این متغیرها نیز نشان‌دهنده تأیید این رابطه برای زنان در بعد اجتماعی و برای مردان در بعد شخصی بوده است. همچنین، با افزایش استفاده از ماهواره میزان هویت جنسیتی زنان کاهش داشته است؛ اما در مورد مردان این رابطه مثبت و نشانگر آن است که با افزایش استفاده از ماهواره، هویت جنسیتی آنان افزایش یافته است.

جدول ۵: رابطه سابقه استفاده از ماهواره و اینترنت و هویت جنسیتی

متغیر	جنسیت	همبستگی پیرسون	هویت جنسیتی شخصی	هویت جنسیتی اجتماعی	میزان هویت جنسیتی
سابقه استفاده از اینترنت	زن	ضریب پیرسون	۰/۱۵۵	۰/۱۵۴	-۰/۱۵۹
		معنی داری	۰/۰۳	۰/۰۴	۰/۰۳
	مرد	ضریب پیرسون	۰/۱۹۸	۰/۰۵۰	۰/۱۶۷
		معنی داری	۰/۰۰۵	۰/۴۸۱	۰/۰۱
سابقه استفاده از ماهواره	زن	ضریب پیرسون	-۰/۰۹۳	-۰/۰۶۴	-۰/۱۵۴
		معنی داری	۰/۲۱۷	۰/۳۹۳	۰/۰۴
	مرد	ضریب پیرسون	۰/۰۱۷	۰/۰۹۵	۰/۰۸۰
		معنی داری	۰/۸۰۷	۰/۱۷۸	۰/۲۵۸

یکی دیگر از فرضیات این پژوهش عبارت است از اینکه بین سابقه استفاده از اینترنت و ماهواره و هویت جنسیتی رابطه وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون این فرضیه نشانگر رابطه معنادار و بین دو متغیر بوده است این در حالی است که هرچند استفاده از اینترنت، میزان هویت جنسیتی مردان را افزایش داده است، هویت جنسیتی زنان را کاهش داده است. در مورد رابطه سابقه استفاده از ماهواره و هویت، زنانی که سابقه استفاده بیشتری از ماهواره داشته‌اند، نگرش منفی نسبت به هویت جنسیتی خود داشته‌اند. این فرضیه برای مردان تأیید نشده است.

جدول ۶: تحلیل واریانس یک طرفه نوع برنامه‌های آموزشی ماهواره و هویت جنسیتی

جنسیت	Sum of (Squares)	Df	Mean Square	F	Sig
زن	۱۰/۱۰۷	۲۰	۰/۵۰۵	۱/۰۹۵	۰/۳۶۰
	۷۲/۹۰۶	۱۵۸	۰/۴۶۱		
	۸۳/۰۱۳	۱۷۸			
مرد	۱۳/۹۲۷	۲۱	۰/۶۶۳	۲/۶۰۶	۰/۰۰۰
	۴۵/۷۹۹	۱۸۰	۰/۲۵۴		
	۵۹/۷۲۶	۲۰۱			

باتوجه اینکه به برنامه‌های اخبار و گزارش‌های خبری، برنامه‌های علمی - آموزشی، برنامه‌های سیاسی و اجتماعی و برنامه‌های مذهبی در تحلیل عاملی در یک عامل قرار گرفته‌اند، بنابراین از آنها تحت عنوان برنامه‌های آموزشی یاد کرده و هویت جنسیتی زنان و مردان براساس آن سنجیده شده است. نتایج حاصل از آزمون آنوا نشان دهنده آن است که هویت جنسیتی زنان بر حسب نوع برنامه‌های آموزشی ماهواره

متفاوت نیست. حال آنکه هویت جنسیتی مردان بر حسب نوع برنامه‌های آموزشی ماهواره متفاوت است. کسانی از میزان هویت جنسیتی بالاتری داشته‌اند که برنامه‌های آموزشی بیشتری را تماشا کرده‌اند. بدین ترتیب ماهواره به عنوان یکی از ابزارهای جهانی شدن در تقویت هویت جنسیتی مردان نقش داشته و دیدگاه‌هایی که معتقد به همگرایی بودند را نقض می‌کند.

جدول ۷: تحلیل واریانس یک طرفه برنامه‌های سرگرم‌کننده ماهواره و هویت جنسیتی

جنسیت	Sum of (Squares)	Df	Mean Square	F	Sig
زن	۲۰/۹۵۱	۲۴	۰/۸۷۳	۲/۱۶۶	۰/۰۰۳
	۶۲/۰۶۲	۱۵۴	۰/۴۰۳		
	۸۳/۰۱۳	۱۷۸			
مرد	۱۰/۹۴۵	۲۴			
	۴۸/۷۸۰	۱۷۷	۰/۴۵۶	۱/۶۵۵	۰/۰۰۳
	۵۹/۷۲۶	۲۰۴	۰/۲۷۶		

در خصوص برنامه‌های سرگرمی ماهواره و هویت جنسیتی زنان و مردان آنچه از نتایج آزمون‌ها برآمده، بیانگر آن است که هویت جنسیتی زنان و مردان بر حسب برنامه‌های سرگرم‌کننده‌ی ماهواره متفاوت است. بیندگانی که برنامه‌های سرگرمی را تماشا می‌کردند، میانگین هویت جنسیتی بالاتری را داشته‌اند.

جدول ۸: تفاوت بین نوع کاربری اینترنت و هویت جنسیتی

جنسیت	Chi-square	Df	Sig	N
-------	------------	----	-----	---

۱۷۹	۰/۰۰۰	۷	۲۱۳/۹۴۶	زن
۲۰۲	۰/۰۰۰	۷	۱۸۸/۷۵۶	مرد

براساس نتایج حاصل از آزمون فریدمن، می‌توان گفت هویت جنسیتی زنان و مردان بر حسب نوع کاربری در اینترنت، متفاوت است. میزان کاسکوئر برای زنان (۲۱۳/۹۴۶) و برای مردان (۱۸۸/۷۵۶) است. زنان در جستجوهای علمی - تحقیقی (۵/۶۹) و محیط‌های خبری (۵/۳۸) میانگین هویت جنسیتی بالاتری داشته‌اند اما مردان در پست الکترونیک (۵/۲۱) و وبلاگ (۵/۱۹) میانگین بالاتری را در هویت جنسیتی به خود اختصاص داده‌اند.

تحلیل رگرسیونی

از تحلیل رگرسیونی به منظور مشخص کردن سهم تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته بدن لحاظ کردن تقدم و تأخر در بین آن‌ها استفاده می‌شود. در این روش برای تبیین و پیش بینی متغیر وابسته از طریق متغیرهای مستقل، از روش رگرسیون چند متغیره استفاده شده است. براین اساس با توجه به تحلیل رگرسیونی، مهم‌ترین عوامل تأثیر گذار بر میزان هویت جنسیتی زنان و مردان با استفاده از روش Enter مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول ۹: تحلیل رگرسیون چند متغیره میزان هویت جنسیتی به روش Enter

جنسیت	ضریب همبستگی چندگانه (R)	ضریب تبیین (R Square)	ضریب تبیین تعدیل شده
زن	۰/۲۷۸	۰/۰۷۷	۰/۰۱۸
مرد	۰/۴۰۵	۰/۱۶۴	۰/۱۱۵

بنابراین از روی متغیرهای مستقل واقع در مدل یعنی میزان استفاده از اینترنت و ماهوره، سابقه استفاده از اینترنت، انواع کاربری اینترنت و انواع برنامه‌های ماهواره، می‌توان تا حدود ۷ درصد از تغییرات هویت جنسیتی زنان را و ۱۶ درصد تغییرات هویت جنسیتی مردان را پیش بینی می‌کند.

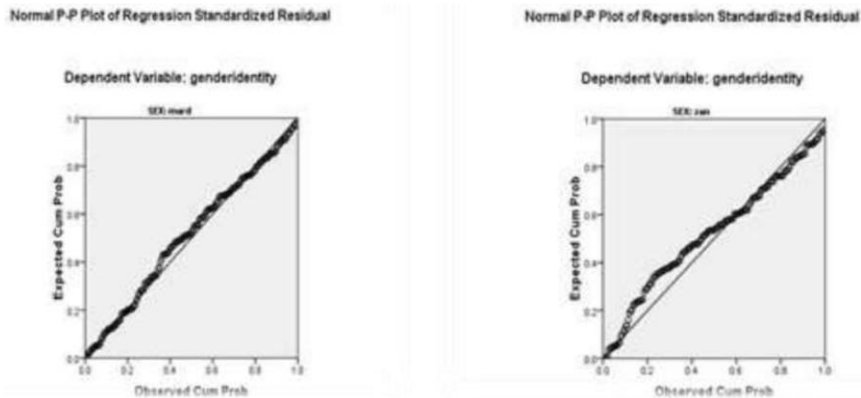
جدول ۱۰: نتایج ضریب رگرسیون جزئی هر متغیر مستقل در پیش‌بینی متغیر هویت جنسیتی زنان و مردان

معنی‌داری Sig	مقدار T	ضرایب استاندارد شده		متغیرها	جنسیت	
		Beta	Std.Error			
۰/۰۰۰	۴۲/۵۰۷	-	۰/۰۹۹	۴/۲۲۵	زن	
۰/۰۳۲	-۰/۹۷۸	-۰/۱۴۷	۰/۰۶۰	-۰/۰۵۹		برنامه‌های سرگرم کننده ماهوره
۰/۰۳۵	۰/۹۳۳	۰/۱۰۷	۰/۰۳۲	۰/۰۲۹		سایتهای سرگرمی
۰/۰۲۹	۲/۱۹۶	۰/۲۲۰	۰/۰۱۹	۰/۰۴۲		سایتهای بهداشتی و سلامت
۰/۰۱۲	-۱/۵۲۵	-۰/۱۴۳	۰/۰۱۶	-۰/۰۲۵		جستجو در مورد اطلاعاتی که در موردشان نمی‌توان حرف زد
۰/۰۰۰	۴۰/۴۲۴	-	۰/۰۹۶	۳/۸۸۳		مقدار ثابت
۰/۰۱۳	-۲/۵۱۸	-۰/۲۲۴	۰/۰۱۱	-۰/۰۲۹	مرد	سابقه استفاده از ماهواره
۰/۰۲۷	۲/۲۲۴	۰/۱۷۷	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰		میزان استفاده از ماهواره
۰/۰۵۴	۱/۳۸۲	۰/۱۴۲	۰/۰۲۴	۰/۰۴۰		برنامه‌های آموزشی ماهواره
۰/۰۰۶	۲/۸۰۰	۰/۳۱۷	۰/۰۴۱	۰/۱۱۴		برنامه‌های سرگرم کننده ماهواره
۰/۰۲۴	۱/۱۶۴	۰/۱۰۵	۰/۰۳۵	۰/۰۴۱		محیطهای خبری اینترنت
۰/۰۴۴	-۲/۰۲۶	-۰/۱۹۶	۰/۰۲۱	-۰/۰۴۳		سایتهای سرگرمی

۰/۰۵۷	-۱/۷۷۸	-۰/۱۴۲	۰/۰۱۲	-۰/۰۲۲	سایتهای بهداشتی و سلامت
-------	--------	--------	-------	--------	-------------------------

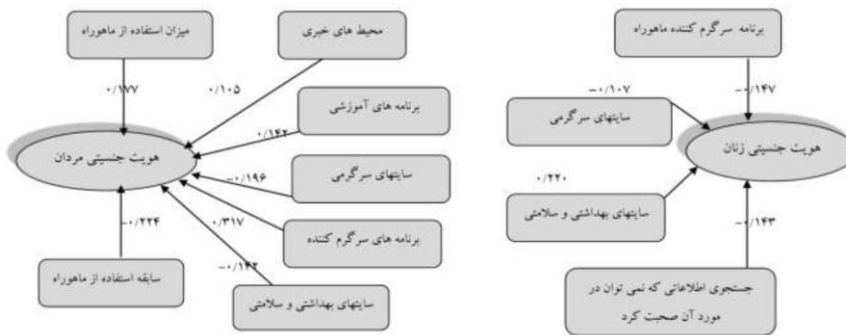
ضرایب مسیر نشان می‌دهد که از مجموعه عوامل موثر بر هویت جنسیتی زنان، متغیر سایت‌های بهداشتی و اطلاعاتی در خصوص سلامت با ضریب ۰/۲۲۰ بیشترین تأثیر را بر هویت جنسیتی آنها داشته است. سایت‌های سرگرمی نیز با ضریب ۰/۱۰۷ تأثیر مستقیم مثبت بر هویت جنسیتی زنان داشته است. اما همانطور که در جدول مشاهده می‌شود برنامه‌های سرگرم کننده ماهواره (۰/۱۴۷-) و جستجو در مورد اطلاعاتی که نمی‌توان در موردشان صحبت کرد (۰/۱۴۳-) تأثیر مستقیم منفی بر هویت جنسیتی زنان داشته‌اند و آن را تضعیف می‌کند.

در خصوص هویت جنسیتی مردان، ضرایب مسیر حاکی از آن است که میزان استفاده از ماهواره (۰/۱۷۷)، برنامه‌های آموزشی ماهواره (۰/۱۴۲)، برنامه‌های سرگرم کننده ماهواره (۰/۳۱۷)، محیط‌های خبری اینترنت (۰/۱۰۵) اثر مثبت مستقیم داشته‌اند اما سابقه استفاده از ماهواره، سایت‌های سرگرمی و سایت‌های بهداشتی و سلامت ضرایب منفی داشته و تأثیر منفی بر هویت جنسیتی مردان داشته‌اند. در ذیل نمودار ضرایب متغیرهای فوق نشان داده شده است. تحلیل رگرسیونی در خصوص هویت جنسیتی مردان قوی و در مورد هویت جنسیتی زنان تاحدی ضعیف است.



نمودار ۱: توزیع رگرسیون هویت جنسیتی زنان و مردان

تحلیل مسیر هویت جنسیتی زنان و مردان



بحث و نتیجه گیری

زندگی در عصر ارتباطات و رسانه‌های جمعی بخش جدایی ناپذیر از زندگی روزمره‌ی افراد هستند. رسانه‌ها به عنوان مهمترین عامل تغییر اجتماعی شناسایی شده‌اند و قدرت فناوری اطلاعات را در شکل‌گیری افکار، در تصمیم‌گیری‌های روزمره و حتی در تعیین هویت جنسیتی نمی‌توان نادیده گرفت. هویت جنسیتی از جمله مسائل مورد بحث در ایران است که بدون شک آگاهی نسبت به آن وجود دارد اما این موضوع که اینترنت و ماهواره به عنوان ابزارهای جهانی شدن آن را تقویت یا تضعیف می‌کنند، موضوعی است که هنوز مورد تردید است. در روند جهانی شدن و سیاست‌های مربوط به آن اغلب تصور می‌شود که جنسیت خنثی شده است و اثرات مشابهی برای زنان و مردان دارد، با این حال، بررسی‌های دقیق‌تر نشان می‌دهند که جهانی شدن اثرات متمایزی بر هویت جنسیتی زنان و مردان داشته است.

نتایج حاصل از این پژوهش بیانگر آن است که زنان در بعد شخصی و مردان در بعد اجتماعی، از هویت جنسیتی قوی‌تری برخوردار بوده‌اند. برای زنان ویژگی‌های شخصی جنس نظیر تعریف خود به عنوان یک زن، حس اطمینان و دید مثبت به زن بودن با ارزش‌تر تلقی شده و در مقابل مردان به دلیل محدودیت‌های اجتماعی کمتر، ویژگی‌های اجتماعی هویت جنسیتی را ارجح نهاده‌اند. در خصوص استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی - ارتباطی، زنان و مردان تجارب متفاوت داشته‌اند. مردان سابقه بیشتری در استفاده از اینترنت و ماهواره داشته و در طول هفته به میزان استفاده بالاتری نسبت به زنان از اینترنت و ماهواره داشته‌اند. این نتایج همسو با نتایج تحقیقات اپودویی (۲۰۰۳) است که معتقد است زنان دیرتر از مردان و در مقیاسی محدودتر فناوری‌های ارتباطی را به کار گرفته‌اند. این موضوع شاید این قضیه را به ذهن متواتر نماید که با

استفاده‌ی بیشتر مردان از این گونه فناوری‌ها، هویت جنسیتی آنان نیز باید به سمت همگونی بیشتر سوق پیدا کند، در حالی که یافته‌های تحلیلی این پژوهش نشان داد که نه تنها هویت جنسیتی به سمت همگرایی پیش نرفته بلکه تعلق به جنسیت قوی تر نیز شده است. رابطه معنادار بین میزان استفاده از اینترنت و ماهواره هویت جنسیتی مردان، تایید شده، همچنین بین سابقه استفاده از اینترنت مردان و هویت جنسیتی رابطه معنادار مشاهده شده است. در مورد زنان بین میزان و سابقه استفاده از اینترنت و هویت جنسیتی، شاهد رابطه معنادار و مثبت بوده‌ایم، این یافته همسو با نتایج تحقیق کائل (۲۰۰۳) در هند است وی در پژوهش خود نشان داد که زنان هندی تاحد بیشتری نسبت به مردان تحت تأثیر پیامدهای منفی جهانی شدن در ارتباط با هویت جنسیتی قرار دارند.

هویت جنسیتی زنان بر حسب نوع برنامه‌های آموزشی ماهواره متفاوت نبوده است. اما هویت جنسیتی مردان بر حسب نوع برنامه‌های آموزشی ماهواره متفاوت و کسانی میانگین بالاتری در هویت جنسیتی دارند که به میزان زیاد برنامه‌های آموزشی را تماشا کرده‌اند. همچنین بر حسب کاربری‌های متفاوت اینترنت، زنان و مردان، میانگین متفاوتی را در هویت جنسیتی داشته‌اند.

تحلیل رگرسیون نیز نشان داد که برنامه‌های سرگرم کننده ماهواره و جستجو در اینترنت در مورد اطلاعاتی که نمی‌توان در مورد آن صحبت کرد، تأثیر مستقیم منفی بر هویت جنسیتی زنان داشته‌اند. بر این اساس به این دلیل که زنان بیشتر متمایل به برنامه‌های سرگرم کننده ماهواره و اینترنت هستند بیشتر در معرض پیامدهای آسیب شناختی و بحران هویت جنسیتی هستند چرا که با تضعیف ارزشهای حاکم بر خانواده

و تنوع یافتن عوامل جامعه پذیری توسط فناوری‌های نوین زمینه‌های تضعیف هویت جنسیتی فراهم می‌شود. همچنین تحلیل رگرسیونی برای مردان نیز نشان داد که سابقه استفاده از ماهواره، سایتهای سرگرمی و سایتهای بهداشتی تأثیر تضعیف کننده بر هویت جنسیتی مردان داشته‌اند. در این خصوص جان فیسک نیز اعتقاد دارد برنامه‌های ماهوره‌ای و همچنین اینترنت در بطن خود حاوی تلقی جدیدی از انسان است، انسانی که می‌تواند تجربیات فردی و اجتماعی انسانهای دیگر را درک کند و در تعقل و تخیل آنها مشارکت ورزد.

همانطور که در بخش نظری به بحث‌های نظریه پردازانی چون گیدنز و کاستلز، جهانی شدن تحت تأثیر نقش عوامل بیرونی در ایجاد هویت فردی و اجتماعی کشورها تأثیر زیاد دارد؛ ولی این بدان معنا نیست که قادر باشند الگوهای فرهنگی خود را عیناً به جوامع دیگر تحمیل کنند، بلکه هر جامعه‌ای با توجه به تاریخ، فرهنگ، مذهب، وضع سیاسی و اقتصادی در مقابل این الگوها مقاومت نشان می‌دهد. اما در پژوهش حاضر، جهانی شدن در ابعاد متفاوت، هویت جنسیتی مردان و زنان را تضعیف و تقویت می‌نماید. بدان معنا که جنسیت نیز عامل موثری در مقابل تأثیرات جهانی شدن است. در نهایت می‌توان گفت در عین حال که جهانی شدن فرصت‌های برابری را برای زنان و مردان در جامعه مهیا نموده است، اما چالشهایی را در زمینه هویت جنسیتی پیش روی آنان نهاده است. یعنی فرایندهای جهانی شدن، زنان و مردان را فارغ از هویت‌های خاص جنسیتی خود، لزوماً به سوی الگوهای عام و یکپارچه‌ی هویتی در عرصه جهانی پیش نبرده، بلکه در بسیاری از موارد موجب تقویت هویت جنسیتی آنها به ویژه مردان شده است.

در نهایت، از آنجا که اینترنت و ماهواره دو ابزار مهم جهانی شدن هستند و همچنین نیاز روزمره به استفاده و بهره برداری از این ابزارها، مستلزم ارائه راهکارهایی است که ضمن کاهش خطرات، فرصت‌های مناسب برای کاربرد بهینه آنها را به وجود آورد. لذا پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان فضای مجازی، درباره واگرایی هویت جنسیتی دغدغه جدی داشته باشند و برنامه‌های کارشناسی شده و گسترده‌ای برای تقویت هویت جنسیتی در نظر بگیرند.

منابع

- احمدی، حبیب؛ هاشمی، سمیه؛ روحانی، علی (۱۳۸۹)، بررسی رابطه وسایل ارتباطی نوین با هویت جنسیتی جوانان شهر شیراز، *فصلنامه علمی- پژوهشی زن و جامعه*، سال اول، شماره چهارم.
- امیری، راضیه (۱۳۸۷)، هویت و فرهنگ در عصر جهانی شدن، *ماهنامه اندیشه و تاریخ سیاسی ایران معاصر*، سال هفتم، شماره ۷۰: ۵۷-۵۳.
- پیشگاهی فرد، زهرا (۱۳۸۰)، ابعاد جهانی شدن، *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی* دانشگاه تهران: ۱۷۲-۱۵۵.
- توسلی، غلامعباس؛ قاسمی، یارمحمد (۱۳۸۳)، هویت‌های جمعی و جهانی شدن، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۴: ۲۶-۱.
- توسلی، غلامعباس؛ قلی‌پور، سیاوش (۱۳۸۷)، جهانی شدن و هویت فرهنگی قوم لک، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره هشتم، شماره ۳: ۸۱-۱۰۴.
- توکلی، نیره (۱۳۸۲)، فرهنگ و هویت جنسیتی با نگاهی بر ادبیات ایران، *فصلنامه انسان‌شناسی*، دوره اول، شماره سوم، بهار و تابستان.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)، *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر و پژوهش شیرازه.
- جوکار، بهرام؛ لطیفیان، مرتضی (۱۳۸۵)، رابطه ابعاد هویت و جهت‌گیری هدف در گروهی از دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی شهرستان‌های شیراز و یاسوج، *مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز*، دوره ۲۵، شماره ۴.

- دوران، بهزاد (۱۳۸۲)، هویت ملی و تعامل در فضای سایبرنتیک، *مجله نامه پژوهش*، تابستان ۱۳۸۲، شماره ۶.
- رابرتسون، دونالد (۱۳۸۲)، *جهانی شدن*، ترجمه کمال پولادی، تهران: نشر ثالث.
- ربیعی، علی؛ عبداللهی، عظیمه‌السادات؛ شیروی خوزانی، یاسر (۱۳۹۴)، بررسی رابطه تماشای تلویزیون‌های ماهواره‌ای با هویت جنسیتی دختران نوجوان شهر اصفهان، *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی الزهراء*، دوره سیزدهم، شماره ۳: ۱۲۸-۹۹.
- رفعت‌جاه، مریم؛ شکوری، علی (۱۳۸۷)، اینترنت و هویت اجتماعی، *مجله جهانی رسانه*، شماره ۵.
- رهبری، مهدی (۱۳۸۸)، *معرفت و قدرت معمای هویت*، چاپ اول، تهران: انتشارات کویر.
- ریتزر، جورج (۱۳۹۰)، *مبانی نظریه جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن*، ترجمه خلیل میرزایی و علی بقایی، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- ساروخانی، باقر؛ بابایی فرد، اسداله (۱۳۸۷)، اینترنت، جهانی شدن و هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه تهران، *فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال چهارم، شماره ۱۳: ۱۴۵-۱۸۷.
- سفیری، خدیجه؛ ساراایمانیان (۱۳۸۸)، *جامعه‌شناسی جنسیت*، تهران: نشر نی.
- سفیری، خدیجه؛ نعمت‌اللهی، زهرا (۱۳۹۱)، جهانی شدن و هویت دینی با تأکید بر تفاوت‌های جنسیتی، *فصلنامه مطالعات زنان*، سال دهم، شماره ۳: ۶۶-۳۹.
- سلیمی، حسین (۱۳۸۳)، *فرهنگ‌گرایی، جهانی شدن و حقوق بشر*، تهران: نشر وزارت امور خارجه.

- شاهنوسی، مجتبی؛ للری، سعیده (۱۳۸۹)، بررسی عوامل موثر بر نگرش جوانان به جهانی شدن فرهنگ، *فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی* دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر، سال چهارم، شماره ۸: ۱۷۲-۱۵۹.
- طاهری، ابولقاسم (۱۳۸۲)، نقش وسایل ارتباطی و اطلاعاتی بر جهانی شدن، *مجله دوران عالی*، تحقیقات دکتری، شماره ۴۸-۴۹.
- عریضی، فروغ‌السادات؛ وحید، فریدون؛ دانش، پروانه (۱۳۸۵)، ماهواره و هویت جنسیتی دختران جوان (مطالعه موردی دختران دبیرستانی منطقه ۵ شهر تهران)، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره هفتم، شماره ۲: ۷۶-۱۰۰.
- عنبرین، زینب (۱۳۸۸)، بررسی رابطه میزان و نحوه استفاده از اینترنت و هویت فرهنگی جوانان، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی*، دانشگاه الزهرا.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (قدرت هویت)*، ترجمه حسن چاوشیان. ج ۲، تهران: طرح نو.
- کچوییان، حسین (۱۳۸۲)، جهانی شدن و فرهنگ: معضله‌ای حل ناشدنی، *نامه انسان‌شناسی*، دوره اول شماره چهارم: ۱۴۱-۱۶۳.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷)، *پیامدهای مدرنیت*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- محمدبخش، بهمن، حبیبی اکرم، قریشی فردین (۱۳۹۰)، جهانی شدن و هویت ملی دانشجویان دانشگاه تبریز، *فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی*، سال یازدهم، شماره ۴۳: ۷-۳۴.
- مقدس، علی اصغر؛ خواجه نوری، بیژن (۱۳۸۴)، جهانی شدن و تغییر هویت اجتماعی زنان، *فصلنامه مطالعات زنان*، سال سوم، شماره ۷: ۵-۳۲.

- موسوی، سیدکمال الدین؛ شعبی، محیا؛ حیدرخانی، هابیل (۱۳۹۱)، بررسی رابطه میان الگوی استفاده از اینترنت و هویت ملی دانشجویان، *فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی* دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر، سال ششم، شماره (۱۷).
- نش، کیت (۱۳۸۲)، *جامعه‌شناسی سیاسی معاصر: جهانی شدن، سیاست و قدرت*، ترجمه محمد تقی دلفروز، تهران: نشر نی.
- Berry, J. W. (2008), "Globalization and acculturation", *International Journal of Intercultural Relations*, 32, 328-336.
- Bhawuk, D. P. S. (2008), "*Globalization and indigenous cultures: Homogenization or differentiation?*".
- Carlson, Neil R, and Donald Heth C(2010), *Psychology-the science of behaviour*, fourth Canadian edition [by] Neil R. Carlson, C. Donald Heth. Toronto: Pearson.
- Irving, C. J. and English, L. M. (2010), *Community in Cyberspace: Gender, Social Movement Learning, and the internet*. *Adult Education Quarterly*. Vol:2, No:1. PP:1-17.
- Johnson, V. (2010), *Women and the Internet: A Micro Study in Chennai, India*. *Indian Journal of Gender Studies*. Vol:17. No: 1, PP: 151-163.
- Kaul, Vineet (2003), *Globalization and Gender Issue*, *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication Jilid* 28(2): 173-203.
- mills, Kurt(2002), *cybernation, Global society*,(v.1.16,200). Osterwalder, Alexander. (2004). *ICT in development Countries*.
- Osterwalder, Alexander. (2004), *ICT in development Countries*.
- Randel, Amy E., Jaussi, Kimberly S. (2008), *Gender Social and Personal Identity, Sex Dissimilarity, Relationship Conflict, and Asymmetrical Effects*, *Small Group Research* 39 (4):468-491.