





دانشگاه آزاد اسلامی
واحد تهران مرکزی
دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی ، گروه علوم ارتباطات

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)

گرایش روزنامه نگاری

عنوان :

بررسی تاثیر استفاده از اینترنت بر شکل گیری و رشد هویت بازانديشانه در میان دانشجویان دختر دانشکده روان شناسی و علوم اجتماعی -دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز

استاد راهنما :

دکتر سید محمد دادگران

استاد مشاور :

دکتر صدیقه ببران

پژوهشگر :

زری علی پور تبریزی نژاد

زمستان ۱۳۸۹

تقدیم به بهترین‌هایم

مادر برگ‌گلم

و

همسفر زندگیم

تقدیر و تشکر

با سپاس بیکران به درگاه خداوند قادر متعال، اکنون که کار تدوین و نگارش این پژوهش به پایان رسیده است بر خود لازم می دانم به مصداق حدیث شریف «من لم یشکر المخلوق لم یشکر الخالق» از تمامی عزیزانی که در اجرای این تحقیق اینجانب را همراهی نمودند، تقدیر و تشکر نمایم.

- از جناب آقای دکتر سید محمد دادگران که در تمام مراحل تدوین این پایان نامه مرا راهنمایی و ارشاد فرمودند،
- همچنین از استاد مشاور سرکار خانم صدیقه ببران در پیشبرد مراحل انجام این پژوهش مرا یاری دادند.

بسمه تعالی

تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب زری علی پور تبریزی نژاد دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته به شماره دانشجویی ۸۶۰۰۰۵۲۰۵۰۰ در رشته علوم ارتباطات - روزنامه نگاری که در تاریخ ۱۳۸۹/۱۱/۲۷ از پایان نامه خود تحت عنوان: بررسی تأثیر اینترنت بر شکل گیری و رشد هویت بازاندیشانه در میان دانشجویان دختر دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی با کسب نمره ۱۹/۷۵ و درجه عالی دفاع نموده ام بدین وسیله متعهد می شوم:

۱. این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه، کتاب، مقاله و ...) استفاده نموده ام، مطابق ضوابط و رویه های موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام.
۲. این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی ارائه نشده است.
۳. چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هر گونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و ... از این پایان نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.
۴. چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچ گونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی:

تاریخ و امضاء:

بسمه تعالی

در تاریخ ۱۳۸۹/۱۱/۲۷

دانشجوی کارشناسی ارشد خانم زری علی پور تبریزی نژاد از پایان نامه خود دفاع نموده و با نمره ۱۹/۷۵ بحروف نوزده و هفتاد و پنج صدم و با درجه عالی مورد تصویب قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما

بسمه تعالی
 دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تهران مرکزی
 دانشکده: روانشناسی و علوم اجتماعی
 (این چکیده به منظور چاپ در پژوهش نامه دانشگاه تهیه شده است)

کد شناسایی پایان نامه: ۱۰۱۲۰۵۱۷۸۸۲۰۰۶	نام واحد دانشگاهی: تهران مرکزی کد: ۱۰۱
عنوان پایان نامه: بررسی تأثیر اینترنت بر شکل گیری و رشد هویت بازاندیشانه در میان دانشجویان دختر دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی	
تاریخ شروع پایان نامه: ۱۳۸۹/۲/۲ تاریخ اتمام پایان نامه: ۱۳۸۹/۱۱/۲۷	نام و نام خانوادگی دانشجو: زری علی پور تبریزی نژاد شماره دانشجویی: ۸۶۰۰۰۵۲۰۵۰۰ رشته تحصیلی: علوم ارتباطات - روزنامه نگاری
استاد/استادان راهنما: دکتر سیدمحمد دادگران استاد/استادان مشاور: دکتر صدیقه ببران	
آدرس: تهران - اتوبان صدر - خیابان بهار - کوچه مطلبی - پلاک ۹ - واحد ۱۱ تلفن: ۲۲۶۴۹۴۴۱	
<p>چکیده پایان نامه (شامل خلاصه، اهداف، روش های اجرا و نتایج به دست آمده):</p> <p>تحقیق حاضر در پی آن بوده است که تأثیر اینترنت را بر شکل گیری و رشد هویت بازاندیشانه نزد دانشجویان دختر دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز مورد بررسی قرار دهد. این تحقیق با استفاده از روش کمی پیمایش و با جمع آوری داده ها از طریق پرسشنامه انجام شده است. جامعه آماری تحقیق را کلیه دختران دانشجوی دانشکده علوم اجتماعی و روان شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز در سال تحصیلی ۸۹-۹۰ تشکیل می دهند. نمونه گیری به شیوه سهمیه ای متناسب بر حسب مقطع و سال تحصیلی و بر اساس فرمول کوکران صورت خواهد گرفت. در بخش ادبیات نظری، از دیدگاههای آنتونی گیدنز (مفاهیم بازاندیشی و از جاکندگی)، مانوئل کاستلز (جامعه شبکه ای، فن آوری های نوین)، هاگ میلر (ارائه خود در اینترنت)، نظریه استفاده و رضامندی، نظریه تزریقی و نظریه کاشت استفاده شده است. تحقیقات پیشین در موضوعات هویت، هویت زنان، تأثیر رسانه ها بر هویت و تأثیر کاربری اینترنت بر هویت مرور شده و چارچوب نظری به صورت تلفیقی، تدوین شده است.</p> <p>متغیر مستقل، استفاده از اینترنت، به ۶ بعد مدت زمان مصرف اینترنت، میزان مصرف، نوع مصرف، امکانات اینترنت، نحوه اراده خود در اینترنت و علاقه و وابستگی به اینترنت تقسیم شده است. یافته های تحقیق نشان می دهند که بین میزان علاقه مندی به اینترنت و نحوه ارائه خود در اینترنت، رابطه ی معنی داری وجود ندارد. اما رابطه متغیرهای مدت زمان مصرف، میزان مصرف، نوع مصرف و امکانات اینترنت و هویت بازاندیشانه رابطه وجود دارد، به این صورت که هر چقدر از مدت زمان و میزان مصرف افراد افزایش می یابد، هویت بازاندیشانه آنها نیز قوی تر می شود. میزان رشد هویت بازاندیشانه در میان افرادی که نوع مصرف آنها فراغتی و تعاملی است بیشتر از افرادی است که نوع مصرف آنها صرفاً علمی- آموزشی است. افرادی که امکانات برقراری ارتباط با افراد مختلف و نشر عقاید و نظریات خود در قالب وبلاگ و ... را مهم ترین و جذاب ترین امکانات اینترنت می دانند، از میزان بالاتری از رشد هویت بازاندیشانه برخوردارند. انجام تحقیقات بیشتر در این خصوص در میان گروههای سنی و شغلی مختلف زنان به صورت مقایسه ای، و نیز انجام تحقیقات مشابه در خصوص تأثیر سایر رسانه های ارتباط جمعی بر هویت زنان می توانند به شناخت بهتر مسئله و نیز آشنایی با روند تحولات اجتماعی و فرهنگی در جامعه ایران کمک کرده و سیاست گذاران و برنامه ریزان فرهنگی بویژه در عرصه رسانه ها را یاری نمایند. بر این اساس، انجام پژوهش های بیشتر در این زمینه اصلی ترین پیشنهاد تحقیق حاضر است.</p>	

نظر استاد راهنما برای چاپ در پژوهش نامه دانشگاه مناسب است تاریخ و امضا:
 مناسب نیست

چکیده

فصل اول : کلیات تحقیق

۲	۱-۱ مقدمه
۳	۲-۱ بیان مساله
۵	۱-۳ اهداف تحقیق
۶	۱-۴ اهمیت و ضرورت تحقیق
۸	۱-۵ سوالها و فرضیه های تحقیق
۸	۱-۵-۱ سوال های تحقیق
۹	۱-۵-۲ فرضیه های تحقیق
۹	۱-۶ روش تحقیق
۱۰	۱-۷ جامعه تحقیق
۱۰	۱-۸ حجم نمونه
۱۰	۱-۹ تعریف عملیاتی متغیرها

فصل دوم : مطالعات نظری

۱۳	۲-۱ مقدمه
۱۳	۲-۲ هویت و ابعاد آن در نظریه های اجتماعی معاصر
۱۸	۲-۳ بازاندیشی
۲۰	۲-۴ اینترنت
۲۳	۲-۵ هویت از دیدگاه نظری مانوئل کاستلز
۲۶	۲-۶ هویت از دیدگاه نظری آنتونی گیدنز
۳۰	۲-۷ دیدگاه نظری میلر در خصوص نحوه ارائه خود در الکترونیکی
۳۲	۲-۸ نظریه های مربوط به تاثیر پیامهای ارتباطی
۳۳	۲-۸-۱ نظریه تزریقی
۳۷	۲-۸-۲ نظریه کاشت
۴۰	۲-۸-۳ نظریه استفاده و رضامندی
۴۷	۲-۸-۴ سایبر ژورنالیسم
۴۹	۲-۸-۵ نظریه های جامعه اطلاعاتی
۵۴	۲-۹ چارچوب نظری تحقیق
۶۰	۲-۱۰ پیشینه تحقیق
۶۰	۲-۱۰-۱ پیشینه تحقیق های انجام شده در ایران
۷۲	۲-۱۰-۲ پیشینه تحقیق های انجام شده در خارج از ایران

فصل سوم : روش شناسی تحقیق

۷۸	۳-۱ مقدمه
۷۹	۳-۲ روش پیمایش
۸۱	۳-۳ جامعه آماری
۸۱	۳-۴ نمونه آماری

۸۲	۳-۵ روش نمونه گیری
۸۳	۳-۶ واحد مشاهده
۸۴	۳-۷ ابزار گردآوری داده ها
۸۴	۳-۸ روایی تحقیق
۸۵	۳-۹ پایایی تحقیق
۸۷	۳-۱۰ روش تجزیه و تحلیل داده ها
۸۷	۳-۱۱ متغیرها
۸۸	۳-۱۲ تعریف نظری متغیرها
۸۸	۳-۱۲-۱ هویت بازاندیشانه
۹۷	۳-۱۲-۲ اینترنت

فصل چهارم : تجزیه و تحلیل یافته های تحقیق

۱۰۲	۴-۱ مقدمه
۱۰۳	۴-۲ بخش توصیفی
۱۰۳	۴-۲-۱ متغیرهای مستقل
۱۱۸	۴-۲-۲ سیمای کلی جامعه
۱۲۷	۴-۳ بخش تحلیلی

فصل پنجم : نتیجه گیری و پیشنهادها

۱۵۸	۵-۱ نتیجه گیری
۱۷۰	۵-۲ پیشنهادها
۱۷۲	فهرست منابع و مآخذ چکیده انگلیسی

فهرست جداول

عنوان صفحه

۸۳	۳-۱ جدول حجم و درصد هرگروه در جامعه آماری و نمونه تحقیق
۸۷	۳-۲ جدول مقادیر آلفای کرونباخ برای متغیرهای ترتیبی تحقیق
۸۸	۳-۳ جدول تعریف عملیاتی متغیر وابسته – هویت بازاندیشانه
۸۹	۳-۴ جدول دامنه نمرات میزان تفکر بازاندیشانه
۹۰	۳-۵ جدول دامنه نمرات سطح مدیریت بدن
۹۱	۳-۶ جدول دامنه نمرات میزان اهمیت به روابط بین شخصی
۹۳	۳-۷ جدول دامنه نمرات میزان مقاومت در برابر کلیشه های ایستاری
۹۴	۳-۸ جدول دامنه نمرات میزان مقاومت در برابر کلیشه های کنشی
۹۵	۳-۹ جدول دامنه نمرات میزان مقاومت در برابر کلیشه های نمادی
۹۵	۳-۱۰ جدول دامنه نمرات شاخص کلی میزان مقاومت در برابر کلیشه های جنسیتی
۹۶	۳-۱۱ جدول دامنه نمرات شاخص کلی رشد هویت بازاندیشانه
۹۶	۳-۱۲ جدول دامنه نمرات میزان رشد هویت بازاندیشانه
۹۷	۳-۱۳ جدول دامنه تغییرات میزان استفاده از اینترنت برحسب سال

- ۳-۱۴ جدول دامنه تغییرات میزان استفاده از اینترنت بر حسب ساعت در هفته ۹۸
- ۳-۱۵ جدول دامنه نمرات نحوه ارائه خود در اینترنت ۱۰۰
- ۳-۱۶ جدول دامنه نمرات میزان علاقه به اینترنت ۱۰۰
- ۴-۱ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان رشد هویت بازاندیشانه ۱۰۳
- ۴-۲ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مدیریت بدن ۱۰۴
- ۴-۳ جدول توزیع فراوانی مقوله های متغیر مدیریت بدن ۱۰۵
- ۴-۴ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تفکر بازاندیشانه ۱۰۶
- ۴-۵ جدول توزیع فراوانی پرسشهای متغیر تفکر بازاندیشانه ۱۰۷
- ۴-۶ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان اهمیت دادن به روابط بین شخصی ۱۰۸
- ۴-۷ جدول توزیع فراوانی مقوله های متغیر اهمیت دادن به روابط بین شخصی ۱۰۹
- ۴-۸ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان مقاومت در برابر کلیشه های جنسیتی ۱۱۰
- ۴-۸-۱ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان مقاومت در برابر کلیشه های ایستاری ۱۱۱
- ۴-۸-۱-۱ جدول توزیع فراوانی گویه های بعد ایستاری کلیشه های جنسیتی ۱۱۲
- ۴-۸-۲ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان مقاومت در برابر کلیشه های کنشی ۱۱۳
- ۴-۸-۲-۱ جدول توزیع فراوانی گویه های بعد کنشی کلیشه های جنسیتی ۱۱۴
- ۴-۸-۳ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان مقاومت در برابر کلیشه های نمادی ۱۱۵
- ۴-۸-۳-۱ جدول توزیع فراوانی گویه های بعد نمادی کلیشه های جنسیتی ۱۱۶
- ۴-۹ جدول شاخص های مرکزی و پراکندگی ابعاد هویت بازاندیشانه ۱۱۷
- ۴-۱۰ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن ۱۱۸
- ۴-۱۱ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب گروههای سنی ۱۱۹
- ۴-۱۲ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت تاهل ۱۲۰
- ۴-۱۳ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مدت استفاده از اینترنت ۱۲۱
- ۴-۱۴ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان مصرف اینترنت ۱۲۲
- ۴-۱۵ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نحوه ارائه خود در اینترنت ۱۲۳
- ۴-۱۶ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان علاقه به اینترنت ۱۲۴
- ۴-۱۷ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب امکانات اینترنت ۱۲۵
- ۴-۱۸ جدول توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع مصرف اینترنت ۱۲۶
- ۴-۱۹ جدول بررسی رابطه میان رشد هویت بازاندیشانه و گروههای سنی ۱۲۷
- ۴-۲۰ جدول بررسی رابطه میان سن و مولفه های هویت بازاندیشانه ۱۲۸
- ۴-۲۱ جدول بررسی رابطه میان میزان رشد هویت بازاندیشانه و وضعیت تاهل ... ۱۲۹
- ۴-۲۲ جدول بررسی رابطه میان وضعیت تاهل و مولفه های هویت بازاندیشانه ۱۳۱
- ۴-۲۳ جدول بررسی رابطه میان میزان رشد هویت بازاندیشانه و مدت استفاده از اینترنت ۱۳۲
- ۴-۲۴ جدول بررسی رابطه میان مدت استفاده از اینترنت و مولفه های هویت بازاندیشانه ۱۳۴
- ۴-۲۵ جدول بررسی رابطه میان میزان رشد هویت بازاندیشانه و میزان مصرف اینترنت

- ۱۳۶
 ۴-۲۶ جدول بررسی رابطه میزان مصرف اینترنت و مولفه های هویت بازاندیشانه
- ۱۳۷
 ۴-۲۷ جدول بررسی رابطه میزان رشد هویت بازاندیشانه و نحوه ارائه خود در اینترنت
- ۱۳۹
 ۴-۲۸ جدول بررسی رابطه میزان نحوه ارائه خود در اینترنت و مولفه های هویت بازاندیشانه
- ۱۴۰
 ۴-۲۹ جدول بررسی رابطه میزان میزان رشد هویت بازاندیشانه و میزان علاقه به اینترنت
- ۱۴۱
 ۴-۳۰ جدول بررسی رابطه میزان علاقه به اینترنت و مولفه های هویت بازاندیشانه
- ۱۴۳
 ۴-۳۱ جدول بررسی رابطه میزان رشد هویت بازاندیشانه و امکانات اینترنت
- ۱۴۵
 ۴-۳۲ جدول بررسی رابطه میان امکانات اینترنت و مولفه های هویت بازاندیشانه
- ۱۴۶
 ۴-۳۳ جدول بررسی رابطه میزان رشد تفکر بازاندیشانه و امکانات اینترنت
- ۱۴۸
 ۴-۳۴ جدول بررسی رابطه میان میزان مقاومت در برابر کلیشه های جنسیتی و امکانات اینترنت
- ۱۴۸
 ۴-۳۵ جدول بررسی رابطه میزان رشد هویت بازاندیشانه و نوع مصرف اینترنت
- ۱۴۹
 ۴-۳۶ جدول بررسی رابطه نوع مصرف اینترنت و مولفه های هویت بازاندیشانه
- ۱۵۰
 ۴-۳۷ جدول بررسی رابطه میان نوع مصرف اینترنت و میزان رشد تفکر بازاندیشانه
- ۱۵۱
 ۴-۳۸ جدول بررسی رابطه میان نوع مصرف اینترنت و میزان مقاومت در برابر کلیشه های جنسیتی
- ۱۵۳
 ۴-۳۹ جدول نتایج رگرسیون چند متغیره به روش اینتر
- ۱۵۲
 ۱-۵ جدول مقایسه ای یافته های تحقیق در چهار مولفه
- ۱۶۱
 ۵-۲ جدول مقایسه ای نتایج فرضیه ها
- ۱۶۷

فهرست نمودارها

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۱۰۳	۴-۱ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان رشد هویت بازاندیشانه
۱۰۴	۴-۲ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مدیریت بدن
۱۰۶	۴-۳ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان تفکر بازاندیشانه
۱۰۸	۴-۴ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان اهمیت دادن به روابط بین شخصی
۱۱۰	۴-۵ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان مقاومت در برابر کلیشه های جنسیتی
۱۱۱	۴-۶ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان مقاومت در برابر کلیشه های ایستاری
۱۱۳	۴-۷ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان مقاومت در برابر کلیشه های کنشی
۱۱۵	۴-۸ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان مقاومت در برابر کلیشه های نمادی
۱۱۹	۴-۹ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب گروه های سنی
۱۲۰	۴-۱۰ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب وضعیت تاهل
۱۲۱	۴-۱۱ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مدت استفاده از اینترنت
۱۲۲	۴-۱۲ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان مصرف اینترنت
۱۲۳	۴-۱۳ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب نحوه ارائه خود در اینترنت
۱۲۴	۴-۱۴ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان علاقه به اینترنت
۱۲۵	۴-۱۵ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب امکانات اینترنت
۱۲۶	۴-۱۶ نمودار توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب نوع مصرف اینترنت

چکیده

تحقیق حاضر در پی آن بوده است که تاثیر اینترنت را بر شکل گیری و رشد هویت بازاندیشانه نزد دانشجویان دختر دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز مورد بررسی قرار دهد. این تحقیق با استفاده از روش کمی پیمایش و با جمع آوری داده ها از طریق پرسشنامه انجام شده است. جامعه آماری تحقیق را کلیه دختران دانشجوی دانشکده علوم اجتماعی و روان شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز در سال تحصیلی ۸۹-۹۰ تشکیل می دهند. نمونه گیری به شیوه سهمیه ای متناسب بر حسب مقطع و سال تحصیلی و بر اساس فرمول کوکران صورت خواهد گرفت. در بخش ادبیات نظری، از دیدگاههای آنتونی گیدنز (مفاهیم بازاندیشی و از جاکندگی)، مانوئل کاستلز (جامعه شبکه ای، فن آوری های نوین)، هاگ میلر (ارائه خود در اینترنت)، نظریه استفاده و رضامندی، نظریه تزریقی و نظریه کاشت استفاده شده است. تحقیقات پیشین در موضوعات هویت، هویت زنان، تاثیر رسانه ها بر هویت و تاثیر کاربری اینترنت بر هویت مرور شده و چارچوب نظری به صورت تلفیقی، تدوین شده است.

متغیر مستقل، استفاده از اینترنت، به ۶ بعد مدت زمان مصرف اینترنت، میزان مصرف، نوع مصرف، امکانات اینترنت، نحوه اراده خود در اینترنت و علاقه و وابستگی به اینترنت تقسیم شده است. یافته های تحقیق نشان می دهند که بین میزان علاقه مندی به اینترنت و نحوه ارائه خود در اینترنت، رابطه ی معنی داری وجود ندارد. اما رابطه متغیرهای مدت زمان مصرف، میزان مصرف، نوع مصرف و امکانات اینترنت و هویت بازاندیشانه رابطه وجود دارد، به این صورت که هر چقدر از مدت زمان و میزان مصرف افراد افزایش می یابد، هویت بازاندیشانه آنها نیز قوی تر می شود. میزان رشد هویت بازاندیشانه در میان افرادی که نوع مصرف آنها فراغتی و تعاملی است بیشتر از افرادی است که نوع مصرف آنها مصرف علمی- آموزشی است. افرادی که امکانات برقراری ارتباط با افراد مختلف و نشر عقاید و نظریات خود در قالب وبلاگ و ... را مهم ترین و جذاب ترین امکانات اینترنت می دانند، از میزان بالاتری از رشد هویت بازاندیشانه برخوردارند. انجام تحقیقات بیشتر در این خصوص در میان گروههای سنی و شغلی مختلف زنان به صورت مقایسه ای، و نیز انجام تحقیقات مشابه در خصوص تاثیر سایر رسانه های ارتباط جمعی بر هویت زنان می توانند به شناخت بهتر مسئله و نیز آشنایی با روند تحولات اجتماعی و فرهنگی در جامعه ایران کمک کرده و سیاست گذاران و برنامه ریزان فرهنگی بویژه در عرصه رسانه ها را یاری نمایند. بر این اساس، انجام پژوهش های بیشتر در این زمینه اصلی ترین پیشنهاد تحقیق حاضر است.

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱ مقدمه

مسئله هویت و پرسش انسان از کیستی خویش از مسائل و پرسش های عام و بنیادین پیش روی انسان در همه جوامع و اعصار تاریخی است. پاسخ هایی که به این پرسش داده می شوند به لحاظ تاریخی، اجتماعی و فرهنگی متفاوتند. اما در علوم اجتماعی مدرن، کلی ترین پاسخی که به این پرسش داده می شود مبتنی بر تمایز میان جامعه سنتی و مدرن می باشد و بر این اساس از دو مقوله کلی هویت های سنتی و مدرن نام می برند. اما بر روی این مسئله که امروزه، هویت ها دیگر داده ای از پیش تعیین شده نیستند بلکه باید به شکلی خلاقانه و بازاندیشانه برساخته شوند، اتفاق نظر وجود دارد. اما مسئله هویت در جامعه ایران، پیچیدگی ها و مسائل خاص خود را دارد، چرا که جامعه ایران، جامعه ای در تغییر است و در دهه های اخیر بسیاری از ارزش های سنتی تضعیف شده و شرایطی بوجود آمده است که نسل امروزی جامعه ایران آنها را بیشتر مورد بازنگری قرار می دهد. با آنکه پیامدهای این تحولات در رابطه با هویت عام و فراگیر هستند، اما در رابطه با هویت زنان دارای یک جنبه خاص نیز می باشند و آن به چالش کشیدن کلیشه های جنسیتی است. در نتیجه زنان دیگر وضعیت خود را نه داده ای طبیعی بلکه برساخته ای اجتماعی و فرهنگی پنداشته و خواهان شکل دادن به هویت خویش بر مبنای انگیزه ها، تمایلات و ارزش های خود میباشند.

البته در فرآیند تغییر هویت ها از سنتی به مدرن و باز اندیشانه، عوامل متعدد و پر شماری دخیلند اما مسئله ای که در کانون توجه ما قرار دارد، نقش و تاثیر رسانه های جمعی (به طور خاص اینترنت) است، چرا که دنیای ارتباطات پیش آهنگ تغییراتی است که در جوامع امروزی در حال وقوعند. بر این اساس، هدف رساله حاضر، بررسی تاثیر استفاده از اینترنت بر هویت بازاندیشانه زنان است.

۱-۲ بیان مساله

پرسش انسان از کیستی خویش، نه تنها موضوعی جدید و امروزی نیست بلکه یکی از بنیادی ترین و عام ترین مسائل پیش روی انسان در تمامی دورانها و در تمامی جوامع بشری بوده است. بنابراین «من کیستم؟» پرسشی است که همواره انسان با آن رو برو می شود. اما از آنجائیکه ذهنیت و اندیشه انسان ها تا حدودی متأثر و در ارتباط با واقعیت اجتماعی است، و فرد باید بطور مداوم و پیوسته آگاهی نسبت به خود را در زندگی اجتماعی ایجاد کند؛ پاسخ های یافته شده برای این پرسش به لحاظ اجتماعی، تاریخی و فرهنگی متفاوتند. از آنجا که در

پرداختن به بحث هویت، ابتدا باید به این پرسش پاسخ گفت که هویت بر مبنای چه عامل یا عواملی شکل می‌گیرد؛ و کلی‌ترین پاسخی که در جامعه شناسی به این پرسش داده می‌شود بر تمایز جامعه سنتی و مدرن استوار است (آزاد ارمکی و چاوشیان، ۱۳۸۱)، می‌توان از دو نوع الگوی هویت سنتی و مدرن یاد کرد.

البته این دو مقوله، مقوله‌هائی یکنواخت و همگن نیستند و در درون هر کدام از آنها می‌توان مقوله‌های ریزتری را از همدیگر تفکیک نمود. اما به هر روی مشخصه‌ی هویت‌های سنتی، حاکمیت بی‌چون و چرای سنت‌ها و قواعد و رسوم به ارث رسیده از نسل‌های پیشین و وجه‌مميزه هویت‌های مدرن تأمل و بازاندیشی مداوم افراد در کیستی خویش می‌باشد.

اما مسئله هویت در جامعه ایران، پیچیدگی‌ها و مسائل خاص خود را دارد، چرا که جامعه ایران، جامعه‌ای در حال گذار است و با نفوذ مدرنیته، ساختارهای آن از فرهنگی، عقیدتی و ارزشی (در سطح کلان) گرفته تا باورها، اهداف، نیازها و انگیزه‌ها و تعهدات افراد (در سطح خرد) دستخوش تحول شده‌اند (عبداللهی، ۱۳۵۷: ۱۲۸).

در اثر این تغییرات بسیاری از ارزش‌های سنتی تضعیف شده و شرایطی بوجود آمده است که نسل امروزی جامعه ایران آنها را بیشتر مورد بازنگری قرار می‌دهد. با آنکه پیامدهای این تحولات در رابطه با هویت عام و فراگیر هستند، اما در رابطه با هویت زنان دارای یک جنبه خاص نیز می‌باشند و آن به چالش کشیدن کلیشه‌های جنسیتی است. در نتیجه زنان دیگر وضعیت خود را نه داده‌ای طبیعی بلکه برساخته‌ای اجتماعی و فرهنگی پنداشته و خواهان شکل‌دادن به هویت خویش بر مبنای انگیزه‌ها، تمایلات و ارزش‌های خود می‌باشند.

البته در فرآیند تغییر هویت‌ها از سنتی به مدرن و بازاندیشانه، عوامل متعدد و پرشماری دخیلند اما مسئله‌ای که در کانون توجه ما قرار دارد، نقش و تاثیر رسانه‌های جمعی (به‌طور خاص اینترنت) است، چرا که معمول شدن بی‌پایان و رو به رشد فناوری‌های نوین ارتباطی در زندگی روزمره افراد، ازدیاد شیوه‌های جدید در دسترس برای کنش و شیوه‌های برقراری ارتباط و دستیابی به اطلاعات، طیف ابزارهایی را که افراد از طریق آنها فرهنگ و هویت‌های روزمره خود را بر می‌سازند، بسط داده است.

حال، با توجه به این واقعیت که دنیای ارتباطات پیش‌آهنگ تغییرات شتابانی است که امروزه در سطح جهانی و ملی رخ می‌دهد و با توجه به نقش فزاینده رسانه‌های جمعی در زندگی روزمره که به فرایندهای بر ساختن هویت، معنایابی و ساختن زندگی روزمره کمک می‌کنند (گیبینز و ریمر، ۱۳۸۱: ۷۲-۷۰)، این پرسش مطرح می‌شود که چه رابطه‌ای میان استفاده از رسانه‌های جمعی و شکل‌گیری و رشد هویت بازاندیشانه در میان زنان وجود دارد؟ اما این پرسش در رابطه با اینترنت نمود بیشتری می‌یابد؛ چرا که

اینترنت» به دلیل برخورداری از ویژگی‌هایی مانند بی‌مکانی، فرازمانی، عدم محدودیت به قوانین مدنی متکی بر دولت - ملت‌ها، قابل دسترس بودن به طور همزمان، برخورداری از فضاهای فرهنگی، اعتقادی و سیاسی جدید و خصوصاً داشتن پویایی و آزادی عمل کاربران در استفاده از آن، توانسته روز به روز مخاطبان بیشتری را به خود جذب کند و هر یک از این مخاطبان متناسب با ویژگی‌های فردی و اجتماعی خود، استفاده‌های خاصی از این رسانه جدید می‌کنند و تحت تاثیر آن قرار می‌گیرند» (عباسی قادی، ۱۳۸۶: ۱۸۱-۱۸۰).

حال با توجه به اینکه این رسانه جدید در سال‌های اخیر به سرعت در ایران گسترش یافته و تعداد کاربران آن بویژه در میان جوانان روز به روز در حال افزایش است، و با توجه به این واقعیت که اینترنت بسیاری از محدودیت‌های تعاملی و ارتباطی سنتی و کلیشه‌ها و باورهای سنتی مربوط به زنان را به میزان بسیار زیادی مرتفع می‌سازد (و از این طریق می‌تواند نگرش‌ها و پنداشت‌های زنان از کیستی خود را تغییر دهد)، پرسش فوق به این صورت مطرح می‌شود که چه رابطه‌ای میان استفاده از اینترنت و هویت وجود دارد؟ آیا استفاده بیشتر از اینترنت موجب فاصله‌گیری کاربران از هویت‌های سنتی و رشد هویت بازاندیشانه در میان آنها می‌شود؟

۱-۳ اهداف تحقیق

هویت مفهومی ثابت نیست و میتوان آنرا ماهیتی دانست که توسط انسان و جامعه اش ساخته می‌شود و در بسترتحوالات اجتماعی تغییر می‌کند و شکلی دیگر به خود می‌گیرد. این پژوهش در پی پاسخگویی به سوال اصلی در خصوص بررسی میزان تاثیر استفاده از اینترنت بر شکل‌گیری و رشد هویت بازاندیشانه در میان دانشجویان دختر دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز است. از اهداف فرعی این پژوهش میتوان به بررسی مواردی به شرح زیر در میان جامعه آماری نامبرد:

- شناخت میزان فاصله‌گیری از هویت‌های سنتی و رشد هویت بازاندیشانه
- شناخت میزان استفاده از اینترنت
- شناخت نوع استفاده از اینترنت " منظور استفاده از اینترنت برای کاربری علمی، تفریحی و ... است "
- شناخت رابطه میان استفاده از اینترنت و هویت شخصی
- شناخت رابطه یا میزان تاثیر استفاده از اینترنت بر رشد هویت بازاندیشانه
- شناخت رابطه تاثیر اینترنت بر تغییر کلیشه‌های جنسیتی

۱-۴ ضرورت و اهمیت مسئله

امروزه بحث هویت و بحران هویت در جامعه ما به مسئله ای اجتماعی تبدیل شده و دغدغه ها و حساسیت های فراوانی را در میان نخبگان و مسئولین و برنامه ریزان برانگیخته است. این مسئله در مورد زنان از اهمیت و پیچیدگی بیشتری برخوردار است، چرا که از یکطرف تضعیف سنت ها بویژه در کلان شهرها، گسترش رسانه های نوین ارتباطی - از جمله اینترنت - و دسترسی آسان به آنها در کنار افزایش فرصت های تحصیلی و شغلی برای دختران جوان موجب تغییر نگرشها و ارزش های آنها شده و آنها را به باز اندیشی در خویشتن زنانه وا داشته است و از طرف دیگر واکنش های مخالف آمیز و بعضاً شدید از طرف مراجع ، گروهها و اقشار و لایه های سنتی تر جامعه و نیز ایدئولوژی رسمی به این مسئله صورت می گیرد که بعضاً موجب اعمال محدودیت هائی بر دختران جوان می گردد. این تعارض، تنش ها و کشمکش هائی را برای زنان بوجود می آورد که بالقوه می توانند منشأ بسیاری از آسیب های اجتماعی باشند. از آنجائیکه پیشگیری از بروز یک مسئله اجتماعی مستلزم شناخت علل، فرایند و ساز و کارهای آن است، بررسی تغییرات حادث شده در هویت زنان به منظور پیش بینی مسیرهای احتمالی این تغییرات در آینده و در نتیجه مدیریت مسالمت آمیز تضادها و جلوگیری از بروز بحران های احتمالی ضرورت می یابد.

اما هویت ارتباط تنگاتنگی با اینترنت (به عنوان شکلی از ارتباطات جمعی و انبوه) دارد. چرا که هویت مفهومی ثابت و ایستا نیست بلکه ماهیتی است که توسط انسان و جامعه اش ساخته می شود و در بستر تحولات اجتماعی تغییر می کند و شکلی دیگر به خود می گیرد. بنابراین هویت محصول یادگیری و ارتباط است. از این منظر، اینترنت به عنوان یکی از عوامل موثر در شکل گیری و تحول هویت اهمیت می یابند. اما اهمیت این مسئله در ارتباط با جامعه ایران دو چندان می شود، زیرا جامعه ایران، جامعه ای است در حال گذار و در حال تجربه دوران مدرن و در این دوره گذار ، هویت با چالش ها و دغدغه هایی اساسی روبرو می شود. این نکته مسلم است که در طول یک دهه ی گذشته، در اثر شتاب گرفتن فرآیند جهانی شدن و گسترش رسانه های همگانی ، فرایند گذار در جامعه ایران هم شتاب بیشتری گرفته است و هم به حوزه های بیشتری از زندگی اجتماعی رخنه نموده است. بنابراین دیگر نمی توان انتظار دانست که منابع هویت ساز سنتی مانند دین و ساختارهای خویشاوندی - بویژه در کلان شهرها و در میان گروهها و اقشاری مانند دانشجویان - همچنان قدرت سابق خود را حفظ کرده و راهنمای عمل قرار گیرند، مسئله ای که برخی تحقیقات مربوط به هویت زنان آنرا تأیید کرده اند(رفعت جاه، ۱۳۸۳ ، زلفعلی فام، ۱۳۸۳، بلودی، ۱۳۸۷). بنابراین بررسی نقش و تاثیر اینترنت در این فرآیند گذار هویتی از سنتی به هویت مدرن و باز اندیشانه و به عبارتی نقش اینترنت در شکل گیری هویت های بازاندیشانه ضرورت می یابد ، چرا که بررسی این مسئله می تواند راهکارها و

رهنمودهایی عملی برای برنامه ریزی های اجتماعی، فرهنگی و رسانه ای در اختیار ما قرار دهد، راهکارهایی که به کمک آنها بتوان از بروز آسیب های احتمالی ناشی از بحران هویت جلوگیری نمود.

مسئله دیگر این است که هویت و رفتارها و نگرش های مرتبط با آن از جمله حوزه هایی هستند که بیشترین مقاومت ها را در برابر تغییرات صورت می دهند. بنابراین مطالعه تغییرات هویتی و نقش و تاثیر اینترنت در آنها در واقع هم معیاری است برای شناخت گسترده و عمق تحولات اجتماعی و فرهنگی و هم ابزاری است که به کمک آن می توان مسیر احتمالی این تغییرات را در آینده پیش بینی نمود و برای هدایت مسیر این تحولات در جهت دلخواه و مطلوب خود- با تکیه بر رسانه های جمعی - برنامه ریزی نمود. و بالاخره اینکه رشد چشمگیر فرصت های تحصیلی و به تبع آن فرصت های شغلی برای زنان در سال های اخیر و نتیجه ی هردوی آنها یعنی تغییر جایگاه کلی زن در جامعه و به چالش کشیدن کلیشه های جنسیتی، در کنار گسترش رسانه های همگانی- بویژه اینترنت- و دسترسی آسان به آنها بدون ملاحظات جنسیتی، مطالعه تغییرات هویتی و شکل گیری هویت باز اندیشانه و تاثیر هویت بر آن را در میان دختران دانشجو ضروری می سازد.

۱-۵-۱ سوالات و فرضیه های تحقیق

۱-۵-۱-۱ سوالات تحقیق

- میزان فاصله گیری از هویت های سنتی و رشد هویت باز اندیشانه در میان جمعیت مورد مطالعه چقدر می باشد؟
- آیا هویت دختران دانشجو در تمامی ابعاد دستخوش دگرگونی شده است یا تغییرات رخ داده در عرصه های مختلف هویتی ناهمگون هستند؟
- دختران دانشجو به چه میزان از اینترنت استفاده می کنند؟
- نوع استفاده دانشجویان از اینترنت چگونه است؟ آیا آنها از اینترنت بیشتر استفاده علمی می کنند یا استفاده ای تفریحی و فراغتی و ... نیز در میان آنها رایج است؟
- چه رابطه ای میان استفاده از اینترنت و هویت شخصی دختران دانشجو وجود دارد؟
- آیا استفاده بیشتر از اینترنت موجب رشد هویت های باز اندیشانه در میان دختران دانشجو می شود؟
- آیا نوع استفاده از اینترنت بر هویت دختران دانشجو تاثیر می گذارد؟

۱-۵-۲ فرضیه های تحقیق

فرضیه کلی تحقیق این است که میزان، مدت و نوع استفاده زنان از اینترنت بر شکل گیری و رشد هویت باز اندیشانه درمیان آنها تاثیر گذار است. این فرضیه را می توان به صورت زیر بیان نمود:

۱- بین مدت زمان استفاده زنان از اینترنت و رشد هویت باز اندیشانه در میان آنها رابطه وجود دارد.

۲- بین میزان مصرف زنان از اینترنت و رشد هویت باز اندیشانه در میان آنها رابطه وجود دارد.

۳- بین نوع مصرف زنان از اینترنت و رشد هویت باز اندیشانه در میان آنها رابطه وجود دارد.

۴- بین نوع امکانات مهم و جذاب اینترنت از نظر زنان و رشد هویت باز اندیشانه آنها رابطه وجود دارد.

۵- بین میزان علاقه مندی زنان به اینترنت و رشد هویت باز اندیشانه آنها رابطه وجود دارد.

۶- بین نحوه ارائه خود در اینترنت از طرف زنان و رشد هویت باز اندیشانه آنها رابطه وجود دارد.

۱-۶ روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات پیمایشی است. داده ها از طریق ابزار پرسش نامه گردآوری شده و با کمک نرم افزار اس.پی.اس. تجزیه خواهند شد.

۱-۷ جامعه تحقیق

جامعه آماری این تحقیق دانشجویان دختر دانشکده روان شناسی و علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز در سال تحصیلی ۱۳۹۰-۱۳۸۹ میباشد.

۱-۸ حجم نمونه

روش نمونه گیری در این تحقیق از نوع طبقه بندی متناسب خواهد بود. ابتدا دانشجویان بر حسب مقطع تحصیلی و سپس بر اساس رشته های تحصیلی از همدیگر تفکیک داده شده و از هر کدام از طبقات به تناسب تعداد آنها در کل جامعه آماری، افرادی به صورت تصادفی به عنوان نمونه انتخاب خواهند گردید. حجم نمونه نیز بر اساس فرمول کوکران تعیین خواهد شد.