

# Role of the Place on Information and Communication Technology Effectiveness on Women's Gender Identity; a Case Study of Ahvaz City, Iran

## ARTICLE INFO

### Article Type

Original Research

### Authors

Sajjadian N.<sup>\*1</sup> PhD,  
Nemati M.<sup>1</sup> PhD,  
Gashtil F.<sup>1</sup> MA

### How to cite this article

Sajjadian N, Nemati M, Gashtil F. Role of the Place on Information and Communication Technology Effectiveness on Women's Gender Identity; a Case Study of Ahvaz City, Iran. Geographical Researches. 2019;34(3):413-425.

<sup>1</sup>Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Literature and Humanities, Shahid Chamran University, Ahvaz, Iran

### \*Correspondence

Address: Faculty of Literature and Humanities, Golestan Boulevard, Ahvaz, Iran. Postal code: 6135783151  
Phone: +98 (35) 35220281  
Fax: +98 (61) 33332024  
nsajadian@yahoo.com

### Article History

Received: May 4, 2019  
Accepted: August 17, 2019  
ePublished: October 2, 2019

## ABSTRACT

**Aims & Backgrounds** Gender geographers suggest that the formation of sexual identity is made through place differences. On the other hand ICT with an international world full of unlimited resources is competing with traditional and environmental resources in formation of women's sexual identity through modernism. Women in Ahvaz like other women in the world are not excluded and are challenging selecting their sexual identity through thousands of traditional and modern resources.

**Methodology** This study is in the year 2017 trying to find out that today women's sexual identity in different neighborhoods of This City is influenced by which resource and how does place or information technology and communication effect on their sexual identity. The nature of this study is applied-theoretical and its method is descriptive – analytical. The basis of this study is the Field of behavioral and gender geography. The data collection method is a researcher made questionnaire and it's statistical Society are women over the age of 15 in Kianpars, Golestan, Manbaab neighborhoods

**Findings** The results of various statistical tests such as Anova, Ttest, Tukey,... showed that the impact of information and communication technology on the sexual identity of women in the neighborhood is not the same and does not follow a specific pattern. But the place variable in this field acts as a moderator variable. Women's sexual identity is more oriented towards modernity in places of higher levels of development (Kianpars). In second level neighborhoods (Golestan) women's sexual identity does not show a dominant tendency towards modern or traditional and it is measured at the intermediate level and a combination of these two. But invert level places (Manba Ab) women's sexual identity tends to oriented weakly towards being traditional.

**Conclusion** Spatial values affect women's gender identity building. And the place plays a moderating role in the impact of women on ICT.

**Keywords** Place; Gender Identity; ICT; Gender Geography; Ahvaz

## CITATION LINKS

[Abassi Ghaderi, et al; 2013] The effect of the internet on national ...; [Ahmadzadeh Kermani; 2011] Rethinking in culture and ...; [Adlipoor; 2013] Sociological explanation of ...; [Afsarkhan & Rezaei Karmajani; 2017] Investigating the role of social identity ...; [Ahmadi, et al; 2015] Media and reproduction of women's ...; [Bigdeli & Sharifi; 2008] An introduction to the ...; [Bostan; 2009] Islam and gender ...; [Bastani & Mousainejad; 2013] Gender identity of men and ...; [Behnam; 2012] Iranians and Modern ...; [Damanbagh; 2013] Geographic analysis selected ...; [Deputy of Planning and Development of Ahvaz Municipalities; 2018] Ahvaz Municipality ...; [Flint; 2006] Introduction to ...; [Ghanavati; 2013] Geographic analysis of social ...; [Ghanbari; 2015] Geography and place identity in ...; [Grewal; 2017] Mass media and the ...; [Gregory, et al; 2000] The dictionary of human ...; [Giddens; 2012] Gender ...; [Giddens; 1992] Modernity and self-Identity ...; [Hekman; 2007] Identity crises, identity, ...; [Hafez Nia, et al; 2008] Politics and ...; [Hafez Nia; 2009] Introduction to Research Methods ...; [Hatami & Mazhabi; 2011] Media and women's ...; [Hemati & Aslani; 2015] Effective factors of ...; [Henson & Narula; 2009] New communication ...; [Jackson; 1993] Doing what comes ...; [Jay Dunn; 2005] The social critique of ...; [Jenkins; 2012] Social ...; [Khajeh Noori, et al; 2016] The relationship ...; [Khani; 2007] In the field of gender ...; [Mohammadi Asl; 2011] Gender and ...; [Movahed & Zarifi; 2011] Investigating the ...; [Mehdizadeh & Tofighi; 2006] Presentation relationship ...; [Nemati; 2011] Transformation of ...; [Nikkhah Ghamsari & Mansourian Ravandi; 2016] Research of relationship between ...; [Oraki; 2015] Geographical analysis of ...; [Papoli Yazdi & Sahaghi; 2002] Tradition, modernity, ...; [Persian Language and Literature Academy; 2018] Word Dictionary ...; [Seyfollahi & Razeghian; 2008] Social factors affecting ...; [Rezapour, et al; 2016] Investigating the relationship ...; [Sadeghi Givi & Parhizkari; 2010] Explaining the ...; [Taban, et al; 2013] Identity and location, ...; [Varmaghani, et al; 2015] The relationship ...; [Lorber; 2000] Using gender to ...; [Malesevic & Haugaard, editors; 2002] Making Sense of Collectivity ...; [Caplan, et al; 1997] Gender Differences ...; [Simmons; 2008] Marketing to Postmodern ...; [Thomas & Cross; 2007] Organization as place ...; [Woodward; 2004] Questioning Identity ...; [Wynn & katz; 1998] Hyperbole over Cyberspace: Self-Presentation ...; [Zaki; 2016] Internet and Iranian ...

## نقش مکان در اثرگذاری فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت جنسیتی زنان؛ مطالعه موردی شهر اهواز

ناهید سجادیان<sup>\*</sup> PhD

گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران

مرتضی نعمتی PhD

گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران

فروغ گشتیل MA

گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران

### چکیده

**اهداف و زمینه‌ها:** شکل‌گیری هویت جنسیتی از طریق تفاوت‌های مکانی ایجاد می‌شود. از سوی دیگر، فناوری اطلاعات و ارتباطات با دنیای فراوانی از منابع هویت‌ساز نامحدود به رقابت با منابع سنتی و محیطی در شکل‌دهی هویت جنسیتی زنان تحت لوای مدرنیته پرداخته است. هدف از انجام این مطالعه تعیین نقش مکان در اثرگذاری فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت جنسیتی زنان شهر اهواز بود.

**روش‌شناسی:** این پژوهش توصیفی-تحلیلی در زنان بالای ۱۵ سال محله‌های کیانپارس، گلستان و منبع آب شهر اهواز در سال ۱۳۹۷ انجام شد. برای انجام مطالعه ۳۸۳۱ نفر انتخاب شده و پرسش‌نامه محقق‌ساخته را تکمیل کردند. داده‌ها با آزمون‌های آماری آتوا، T مستقل، تعقیبی توکی و مدل چاو تجزیه و تحلیل شدند.

**یافته‌ها:** سطوح متفاوت مکانی در فرآیند شکل‌گیری هویت جنسیتی زنان نقش تعدیل‌گری داشتند. گرایش هویت جنسیتی زنان از مکان‌های سطوح بالاتر به سمت مکان‌های سطوح پایین‌تر تغییر یافته و از مدرن به سمت بینابینی و در نهایت سنتی تعدیل شد. میزان تأثیرگذاری فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت جنسیتی زنان در محلات و مکان‌های شهری سطوح بالاتر و توسعه‌یافته‌تر، بیشتر و در محلات سطوح پایین‌تر و کمتر توسعه‌یافته، کمتر بود. گذشته از میزان متفاوت تأثیرگذاری در حالت کلی، الگوی نوع متغیرهای فرعی اثرگذار و سهم و رتبه تأثیرگذاری آنها در سطوح مختلف مکانی نیز متفاوت بود و از الگوی یکسانی تبعیت نمی‌کرد.

**نتیجه‌گیری:** ارزش‌های مکانی بر ساخت هویت جنسیتی زنان اثر دارد و در تأثیرپذیری زنان از فناوری اطلاعات و ارتباطات در ساخت هویت خود نقش تعدیل‌گر ایفا می‌کند.

**کلیدواژه‌ها:** مکان، هویت جنسیتی، فاوا، جغرافیای جنسیتی، اهواز

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۲/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۵/۲۶

\*نویسنده مسئول: nsajadian@yahoo.com

### مقدمه

مکان‌ها، مراکز اصلی تجربه بلافصل از جهان هستند و تا پیش از انقلاب تکنولوژیکی و توسعه فاوا، نقش بارزی در ساخت هویت انسان‌ها بر عهده داشتند [Taban et al, 2013: 79]؛ اما بعد از ظهور و توسعه فاوا پیوند عناصر اساسی منابع هویت‌ساز یعنی زمان،

مکان، فضا و مرزهای زندگی تحت تأثیر قرار گرفت [Nikkhah & Ghamsari & Mansourian Ravandi, 2016:108]. دسترسی مداوم به رسانه‌ها و فاوا، فرد را از مکان خود جدا و به جهان پیوند زد؛ به‌گونه‌ای که برخی از جغرافیدانان از فشرده‌گی فضا-زمان صحبت به میان آوردند [Nemati, 2011: 194]. افراد با منابع هویت‌یابی متکثری روبه‌رو شدند و هویت‌یابی شکلی غیر محلی و جهانی پیدا کرد [Hemati & Aslani, 2015: 122]. در این میان زنان که در طول تاریخ نسبت به مردان، همواره امتیازات و آزادی کمتری داشت [Seyfollahi & Razeghian, 2008: 28] و ساخت‌یابی هویت جنسیتی آنها با محدودیت بیشتری مواجه بوده است بیشتر تحت تأثیر این مساله قرار گرفته‌اند.

هویت جنسیتی زنان پیش از انقلاب تکنولوژیکی و توسعه فاوا، براساس آداب، رسوم، فرهنگ، ارزش‌های خانوادگی، قومی و قبیله‌ای حاکم و در معنای کلی آن از سنت (تطبیق با محیط پیرامون) شکل می‌گرفته است؛ اما با ظهور فاوا و تراکم فضا-زمان و ظهور مدرنیته، تأثیر مکان‌ها در شکل‌دهی به هویت جوامع به خصوص زنان کم‌رنگ و کم اثر شد [Taban et al, 2013: 79]. تکنولوژی‌های مدرن و فاوا، هویت برساخته‌ای (Artificial) را که ساخته ذهنیت مدرن است را جانشین آن هویت قبلی (طبیعی-محیطی-مکانی) می‌کند [Papoli Yazdi & Sahaghi, 2002: 21]. این مساله در اولین مقاله اولین شماره فصلنامه تحقیقات جغرافیایی که در تابستان ۱۳۶۵ تحت عنوان "تعریف، مفهوم و دیدگاهی تازه از جغرافیا" چاپ شد، نیز به نوعی مطرح شده است. بحث اصلی در این مقاله مربوط به گذار جوامع سنتی به جوامع مدرن از طریق تکنولوژی و مدیریت و تأثیرات این امر بر جغرافیاسات و بیان می‌کند وقتی یک پدیده سنتی به یک پدیده مدرن تبدیل می‌گردد بر فضای جغرافیایی، ساماندهی جمعیت، روابط اجتماعی و اخلاقیات تأثیر مستقیم دارد [Papoli Yazdi & Sahaghi, 2002: 9]. غلامحسین فرنود در کتاب "در بساط نکته‌دانان" وضعیت ایران را در مورد "ظهور مدرنیته" چنین توصیف می‌کند: "جامعه گرفتار توفان ظاهراً دامن‌دار بحران‌ها شده است. این توفان جهانی، از آن توفان‌های بادکنکی نیست، توفان به ریشه‌ها در تهاجم است [Ghanbari, 2015: 175] هویت جنسیتی زنان نیز از مقوله مدرنیته و تأثیر آن دور نمانده است.

هویت جنسیتی زنان ایران در دهه کنونی در میانه شرق-غرب، خوب-بد، مدرن-سنتی و نظایر آن در کشاکش مانده است [Mohammd Asl, 2011: 199]. این شرایط در شهر اهواز به دلیل وجود قومیت‌ها، فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و هنجارهای مختلف و به عبارتی تفاوت‌ها و محدودیت‌های مکانی بیشتر قابل‌لمس است؛ بنابراین از آنجاکه عالی‌ترین هدف هر جامعه پیشرو، شناخت انسان و فراهم‌کردن بهترین شرایط تجلی حرمت، خلاقیت و سعادت اجتماعی آن جامعه متعالی است [Oraki, 2015: 2] تلاش در جهت شناخت هویت جنسیتی زنان و منابع شکل‌دهنده آن به‌عنوان زیربنای اصلی ساخت هویت، بر پیشبرد این اهداف کمک شایانی

متفاوت: همانند دیگران بودن در طبقه خود و همانند خود بودن درگذر زمان [Hekman, 1999: 6]. هویت در نحوه پاسخ‌دهی به سؤال «من کیستم؟» مشخص می‌شود [Woodward, 2004: 1] و یعنی آگاهی از خود و ویژگی‌های مشترک در زمینه‌هایی مانند: «طبقات اجتماعی، مذهب، قومیت و جنسیت [Sadeghi, 2010: 210]. Givi & Parhizkari, 2010: 210. هویت، با انواع و ابعاد مختلف فردی (شخصی)، خانوادگی، اجتماعی، ملی، سیاسی و اقتصادی و جنسیتی شناخته می‌شود؛ هر یک از این ابعاد هویت تأثیرات زیادی در دوام و استمرار یک جامعه دارند [Zaki, 2015: 186]

#### هویت جنسیتی

جنس ویژگی‌های زیست‌شناختی متفاوت مرد و زن است [Bostan, 2009: 3]. جنس به‌عنوان یک عامل غیر اکتسابی شامل ویژگی‌های زیستی، کالبدی، جسمانی و کروموزومی است که مرد و زن را از یکدیگر تمایز می‌سازد؛ اما جنسیت به‌عنوان یک عامل غیر اکتسابی، زن و مرد را به لحاظ اجتماعی- فرهنگی از یکدیگر جدا می‌کند و براساس ویژگی‌هایی که غالباً خصوصیات ویژه دو جنس محسوب می‌شود، شکل می‌گیرد [Caplan et al, 1999: 47]. جنسیت "آشکارترین وجه هویت فردی است که در تعامل با دیگران ساخته می‌شود [Aghili et al, 2015: 2] ولی ویژگی فطری افراد محسوب نمی‌شود و در خلال زمان و مکان دستخوش تغییر می‌گردد [Giddens, 2012: 156]. منظور از هویت جنسیتی آن بخش از رفتارها و نگرش‌های فرد نسبت به خویش است که تحت تأثیر شرایط فرهنگی-اجتماعی شکل می‌گیرد و از کانال کارگزاران جامعه‌پذیری به افراد منتقل می‌گردد و افراد از طریق این هویت، در اکثر موارد به بازتولید ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی می‌پردازند که محیط اجتماعی برای یک دختر و یک پسر تصویب کرده است [Lorber, 2000: 456] بنابراین هویت جنسیتی زنانه احساس و تصویری است که شخص از زنانگی خود دارد و شامل انتظاراتی می‌شود که به‌عنوان یک زن برای خود تعریف می‌کند [Bastani, 2013: 38]. Moosanejad, 2013: 38. زنان در اجتماع سنتی همواره برپایه جنسیت و هویت جنسیتی برخاسته از آن به‌صورت همسر، مادر و دختر ایفای نقش کرده‌اند. اما با افزایش حضور اجتماعی زنان در عرصه‌های مختلف (آموزش، اشتغال و غیره) نقش‌های سنتی آنها در بسیاری از جوامع امروزی مورد پرسش قرار گرفته است. چنانکه کاستلر نویسنده کتاب عصر اطلاعات می‌گوید، کار و خودآگاهی زنان از طریق نیروهای محرکی که عبارت‌اند از پیدایش اقتصاد اطلاعاتی جهانی، گسترش جریان فمینیسم و دگرگونی‌های تکنولوژیکی، از سال‌های آخر دهه ۱۹۶۰، در معرض دگرگونی قرار گرفته است [Parhizkari, 2014: 334]. Rezapoor et al, 2010: 210.

در جوامع پیشامدرن و در فرهنگ‌های سنتی، هویت جنسیتی از همان بدو تولد مشخص شده و پایدار است [Jay Dunn, 2005: 113]. اندیشه و رفتار فرد به‌عنوان یک زن یا مرد در چارچوب یک

می‌کند؛ لذا این پژوهش در پی این اهداف است که دریابد در حال حاضر (۱۳۹۸) هویت جنسیتی زنان در محله‌های مختلف شهر اهواز متأثر از چه جریانی (سنتی یا مدرن) است؟ آیا مکان زیستی (جغرافیا) و تفاوت مکانی در هویت‌پذیری جنسیتی زنان از فاوا نقش تعدیل‌گری دارد؟ الگوی اثرپذیری از فاوا در ساخت یابی هویت جنسیتی زنان در سطوح مکانی متفاوت چگونه است؟ میزان استفاده از انواع فاوا توسط زنان در سطوح مکانی متفاوت، چگونه است؟

#### مکان

صاحب‌نظران حوزه جغرافیای انسانی بر این باورند که فضا از جهان مادی و ساخته بشر و نیز جهان طبیعی تشکیل یافته است و زمانی که از طریق افراد، گروه‌ها یا فرآیندهای فرهنگی به آن معنا بخشیده شود، به مکان تبدیل می‌گردد [Bigdeli & Sharifi, 2018: 24; Tomas & Keras, 2006: 121]. آنها معتقدند منظور از مکان صرفاً پدیده‌ای نیست که در ذهن افراد نقش بسته باشد، بلکه پدیده‌ای است که از زندگی و تجربیات روزمره نشأت می‌گیرد و سپس بخشی از آن می‌گردد. مکان در ماهیت خود صرفاً یک پدیده جغرافیایی نیست، بلکه کارکرد روابط و تعاملات است؛ بنابراین در تعریف مکان، هم به جنبه‌های جغرافیایی و هم به جنبه‌های اجتماعی آن توجه می‌شود و براساس معنایی که افراد و گروه‌ها به مکان در جنبه فیزیکی آن می‌دهند، سازمان‌دهی می‌شود [Bigdeli & Sharifi, 2018: 246].

در جغرافیای علمی رابطه عمیقی بین انسان و جهانی که در آن زندگی می‌کند وجود دارد. جوامع اغلب به دور شرایط ویژه‌ای شکل گرفته‌اند و هویت‌های محلی ویژه‌ای می‌سازند. بنابراین جوامع محلی در یک شکل داده‌شده قرار ندارند [Race & Flint, 2001: 7]. Hafez Nia et al, 2000: 590. بلکه نگرش افراد در خصوص سیاست، اجتماع، ارتباطات، خانواده، هویت، نقش‌ها و باورهای جنسیتی و مباحثی از این قبیل در مکان‌ها و فضاهای جغرافیایی شکل می‌گیرند و هر مکانی مبین نگرش‌های خاصی به زندگی است. تمایزات و تفاوت‌های مکانی و فضایی هم در مقیاس بزرگ-ساکنان دو کشور متفاوت- و هم در مقیاس کوچک-سکنه نواحی متفاوت داخل یک سرزمین (کشور، استان، شهر و ...) قابل تشخیص است و اصولاً تفاوت موجود در آداب و رسوم محلی نیز زاینده همین تفاوت است [Hafez Nia, 2008: 71]. بدین ترتیب تفاوت در هویت به‌طور کلی و هویت جنسیتی مردم به‌طور خاص تحت تأثیر این تفاوت‌ها قابل‌انتظار است.

#### هویت

مفهوم هویت که ریشه در علوم ریاضی دارد، به شباهت‌های موجود بین دو روش و «تفاوت درصد صفر» در ریاضیات ارجاع داده می‌شود. فقدان تفاوت در علم ریاضی به طبیعت غیرمشروط چیزها مربوط است؛ چیزهایی که صرف‌نظر از تأثیر عوامل و شرایط بیرونی، تفاوت بسیار ناچیز باهم داشته باشند [Malesevic & Haugaard, 2002: 28]. هویت‌داشتن یعنی یگانه‌بودن، ولی از دو جنبه

کامپیوتر مرتبط با هم و متصل به شبکه مخابراتی، اینترنت و همچنین برنامه‌های استفاده شده در آنها باشد [Persian Language and Literature Academy, 2017: 315].  
 اول فاوا با تکنولوژی‌های ارتباطی فیلم، رادیو و تلویزیون و ویدئو شناخته می‌شود و توسعه جریان ارتباطی تلفن است [Henson & Narola, 2011; Adlipoor, 2012: 51].  
 عصر دوم فاوا که از دید نظریه‌پردازان با ظهور و شکل‌گیری نوع جدیدی از جامعه همراه شده است، از طریق ادغام تکنولوژی‌های جدید ارتباطی ماهواره‌ای با کامپیوتر و اینترنت ظاهر شده است. اینترنت، ابزاری توانا ساز است که امکان تعامل مستقیم، بی‌درنگ و شخصی شده را به کاربران می‌دهد [Simmons, 2008: 301].  
 امروزه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، مرزهای جغرافیایی، فرهنگی و سیاسی را درنوردیده‌اند و با گسترش فزاینده و روزافزون خود از حوزه اجتماعی و سیاسی فراتر رفته، هویت افراد را به‌طور عام و هویت جنسیتی آنان را به‌طور خاص تحت تأثیر قرار داده‌اند. در این میان گاهی فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی جهانی و ملی در تبلیغ و اشاعه نقش‌های جنسیتی و به تبع آن ساخت هویت جنسیتی در تقابل با یکدیگر قرار می‌گیرند. این امر زمانی که یک کشور شرایط فرهنگی متفاوت و خاصی داشته باشد مثل ایران-پرنرنگ‌تر می‌گردد. بنابراین در این مطالعه به بررسی سه نوع از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی که امروزه بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند و عبارتند از: ۱- برنامه‌های تلویزیونی؛ ۲- شبکه‌های اجتماعی؛ ۳- وب‌سایت‌ها و پایگاه‌های اینترنتی در دو بُعد خارجی (جهانی) و داخلی (ملی) در این مطالعه و اثرگذاری آنها بر هویت زنان در محله‌های مختلف شهر مورد بررسی قرار می‌گیرد.  
 در جدول ۱ مبانی و دیدگاه‌های نظری پژوهش در زیر عناوین دیدگاه‌های مرتبط بر هویت و هویت جنسیتی، نظریات مرتبط بر تأثیر فناوری بر هویت جنسیتی و نظریات مرتبط بر مکان و محیط بر هویت و هویت جنسیتی به‌طور خلاصه بیان شده است.

جهان‌بینی محدود محصورشده و مسیر زندگی بسته به جنس فرد مشخص شده است [Woodward, 2005: 161; Mehdizadeh & Tofghi, 2006: 182]. در جامعه ایرانی، نخستین هویتی که برای زن در نظر گرفته می‌شود، هویت سنتی است که در پایبندی و وفاداری به میراث و قبول ارزش‌های مبتنی بر سنت معنا می‌یابد [Behnam, 2012: 179]. در این تعریف، زن موجودی است ساده و باعفت که فعالیت‌هایش محدود به خانه است. او در جامعه و فعالیت‌های اجتماعی حضور ندارد و سعی می‌کند وظایف خود را به‌عنوان مادر و همسر به‌خوبی ایفا کند [Sade Ghigivi & Parhizkari, 2010: 218].  
 در جامعه مدرن، محل وقوع فرایندهای تکوین هویت به حیات درونی افراد منتقل می‌شود. پیوندهای گروهی سست می‌شود، بین افراد و عقاید و تعلقات جمعی فاصله می‌افتد و همین امر آنان را بر آن می‌دارد تا فارغ از عقاید عرفی و مستقل از چارچوب‌های آیینی‌شان، جامعه را مطابق با جهان‌بینی‌ها و دل‌بستگی‌های شخصی خویش از نو بسازند، دگرگون کنند و یا به مقابله با آن برخیزند. دوره مدرن ظهور فردگرایی، مستقل از رفتارها و اندیشه‌های سنتی است [Jay Dunn, 2005: 113]. هویت مدرن در جمله « من فکر می‌کنم، پس هستم » دکارت به تکامل رسیده است.  
 هویت جنسیتی زن مدرن این‌گونه تعریف می‌شود: زنی تحصیل‌کرده که سعی دارد همچون مردان در فعالیت‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی حضور داشته باشد. او صاحب ویژگی‌هایی از قبیل استقلال، خوداتکایی و همچنین تحصیلات است و نگاه غیر جنسیتی به خود دارد. در نتیجه رابطه او با همسرش به‌جای اطاعت، رابطه همکاری و تعامل است [Sade Ghigivi & Parhizkari, 2010: 218].

#### فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی

فناوری اطلاعات و ارتباطات، عبارتی کلی دربرگیرنده تمام فناوری‌های پیشرفته نحوه ارتباط و انتقال داده‌ها در سامانه‌های ارتباطی است. این سامانه می‌تواند یک شبکه مخابراتی، چندین

جدول (۱) مبانی و دیدگاه‌های نظری پژوهش

عنوان نظریه و مؤلف	دیدگاه‌ها	نظریات جنسیتی و هویت
نظریه هویت اجتماعی [Jenkinz, 2013] [Afsharkohan & Rezaei Karmanji 2017] [Jenkinz, 2011]	هویت را محصول فرایندی مستمر میان خود و دیگری می‌داند و معتقد است فرد در عرصه مواجهه و روبارویی با دیگران به لحاظ برخورداری از شباهت یا تفاوت با آنان، نسبت به هویت خاص خود واکنش نشان می‌دهد و به طور دائم و در رفت و برگشت‌های مکرر به تولید و بازتولید آن می‌پردازد. بدون مشارکت در تعاملات اجتماعی، هویت‌یابی امری ناممکن است و هویت جدا از سپهر اجتماعی دیگران اصولاً معنا ندارد. جنکینز معتقد است زمان و مکان از منابع ساخته‌شدن هویت قلمداد می‌شوند و هویت یک فرایند مستمر است که در طی زمان تولید و بازتولید می‌شود. جنسیت از نظر جنکینز آشکارترین وجه هویت فردی است که در تعامل با دیگران ساخته می‌شود و قطعاً هویتی جمعی است.	
نظریه هویت آنتونی گیدنز [Giddens, 1992] [Giddens, 2010]	در جوامع مدرن، هویت شخصی اهمیت فزون‌تری می‌یابد. در جوامع سنتی کم‌وبیش نقش‌های ثابتی برای افراد تعریف می‌شد. درحالی‌که در جوامع مدرن، انسان باید نقش‌هایش را بسازد. با بسط فرایند مدرنیته منابع سنتی هویت‌بخش به‌تدریج رو به اضمحلال و تحلیل رفته تا حدی که قدرت استیلای خود را بر معناداری به هویت کنشگران از دست می‌دهد. با فرایند مدرنیته و گسترش فضای اجتماعی به واسطه رسانه‌های جمعی، امکان هویت‌یابی در چارچوب محدود و معین اجتماعی رو به کاهش است.	
رین گلد [Adlipoor, 2013]	حضور در شبکه‌های مجازی از سویی فشارهای ناشی از هماهنگی «خود» با انتظارات جمعی را در دنیای واقعی کاهش می‌دهد و از سوی دیگر از فشارهای محیطی و جغرافیایی بر کاربر می‌کاهد. حضور در اجتماع‌های مجازی محلی، قومی، منطقه‌ای و غیره تا اندازه‌ای باعث تقویت جنبه‌های بومی هویت و شرکت در جمع‌های جهانی در فضای مجازی می‌شود.	

عنوان نظریه و مؤلف	دیدگاه‌ها
نظریات مبنی بر تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هویت جنسیتی	طبق این نظریه، وسایل ارتباط جمعی تأثیر فوری، مستقیم و یکسان بر هرکسی دارد که در جریان مستقیم دریافت پیام‌های آن باشد. ارتباطات جمعی به صورت نوعی گلوله سحرآمیز دیده می‌شود که به هر چشم و گوش می‌نهد و آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این نظریه به تأثیر مکان و ارزش‌های آن توجهی ندارد و وسایل ارتباط جمعی مانند یک سرنگ حجیم فرض می‌شود که می‌تواند محتوای پیام خود را مانند ترکیب شیمیایی به مخاطبین تزریق کند.
نظریه تزریقی (گلوله جادویی) [Deflour & Denis, 2008]	
نظریه استحکام یا تأثیر محدود [Ahmadzade kermani, 2011]	بر طبق این نظریه توانمندی‌های فردی- مقولات اجتماعی و روابط اجتماعی- تحصیلات و سن و غیره می‌تواند نفوذ و تأثیر وسایل ارتباط جمعی را محدود سازد. پیام‌های ارتباط جمعی گزینشی است و به صورت کاملاً روشنی توسط مجموعه‌ای از عوامل واسطه‌ای محدود می‌شوند. این نظریه، جریان ارتباطات را دومرحله‌ای می‌داند که طی آن پیام‌های ارتباطی از رسانه‌ها به واسطه‌هایی به نام «رهبران افکار» می‌رسد و از آنجا به میان مردم (پیروان) منتقل می‌شود.
گرینر (نظریه کاشت یا پرورش) [Abasighaderi & Khailikashani, 2011]	ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌ای خاص باعث ایجاد تغییر نگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود. تعیین میزان و نوع برنامه‌های مورد استفاده از رسانه‌ها، میزان تأثیر کاربر از آنها را نشان می‌دهد. گرینر شیوه‌های مشترک در انتخاب مسایل و موضوعات و چگونگی نگریستن به رخدادهای که توسط رسانه‌های همگانی ارایه می‌شود و باعث دیدی مشترک و درک مشترک از جهان اطراف منجر می‌شود را کاشت الگوهای مسلط ذهنی می‌نامد. گرینر رسانه‌ها را شکل‌دهنده جامعه می‌داند. استفاده از رسانه با متغیرهای دیگر در تعامل قرار می‌گیرد؛ به شیوه‌ای که مواجهه با رسانه‌ای خاص، بر برخی از افراد و گروه‌ها اثر قوی خواهد داشت و بر برخی از گروه‌ها تأثیری نخواهد گذاشت.
نظریه استفاده و رضایت‌مندی [Makkvail, 2009]	بر اساس این نظریه، ارزش‌ها، علایق و نقش اجتماعی مخاطبان در دریافت پیام رسانه‌ها مهم است و مردم براساس این عوامل آنچه را می‌خواهند ببینند و بشنوند، انتخاب می‌کنند. افراد مخاطب، کم‌وبیش به صورت فعال، به دنبال محتوایی هستند که بیشترین رضایت را برای آنان فراهم سازد. میزان این رضایت بستگی به نیازها و علایق فرد دارد. در روابط بین رسانه‌ها و متغیرهای فردی و مکانی، معمولاً افراد و مکان در مقایسه با رسانه‌ها نفوذ و تأثیرگذاری بیشتری دارند.
دیدگاه دیوید هاروی [Gregory et al, 2000]	هاروی در سال ۱۹۹۱ بحث کلی از تاریخ و معنای اصطلاح جنسیت تحت لوای نظریه فمینیسم را مطرح کرد. او معتقد است این اصطلاح تاریخ مبسوطی مشابه با جغرافیا دارد و زمانی این دو مقوله- جغرافیا و جنسیت- باهم مرتبط می‌شوند که به سمت تئوری‌های مربوط به نقش‌های جنسیتی و تئوری‌های ارتباطی حرکت کنند و بررسی کامل‌تری از چگونگی شکل‌گیری روابط جنسیتی در تمامی فضاهای زیستی داشته باشیم.
نظریه گاردنر مورفی [Taban et al, 2013]	همان‌گونه که قبایل و ایلات می‌کوچند و هویتشان با سرزمین محل سکونت (موقت) آنها معنی و تعریف می‌شود. انسان‌ها نیز با گرفتن تأثیرات، رگه‌ها و رنگ‌ها از فضای مادی و معنوی اطرافشان، از هویتی به هویتی دیگر ره می‌سپارند. هویت موجود و بالفعل نیز به شکل دقیق، معین، قطعی و با وضوح قابل‌تعریف و تحدید حدود نیست. تشکیل و تحول شخصیت از دیدگاه گاردنر مورفی کاملاً التقاطی انسان هم یک پدیده زیستی است و هم یک پدیده اجتماعی» است بنابراین در بحث از نحوه تشکیل و تحول شخصیت نباید ارگانیک و محیط را در مقابل یکدیگر قرارداد، زیرا پیوستگی کامل و تأثیر متقابل دارند. از این منظر، مکان، امکانات و محدودیت‌هایی پدید می‌آورد تا رفتارها که زیربنای زیستی دارد شکل‌گرفته، بروز و تجلی پیدا کند.
اریک فروم و سولویان [Taban et al, 2013]	شخصیت را نتیجه عمل متقابل بدن و محیط مادی و اجتماعی می‌دانند. گرچه محیط امکان بروز یا تجدید رفتارهایی را فراهم می‌آورد ولی تعیین‌کننده نهایی رفتار و هویت هر فرد است. هویت محصول محیط مادی و اجتماعی است.
دیدگاه جغرافیدانان فمینیست [Jakson, 1993]	جغرافیدانان جنسیت معتقدند که شکل‌گیری هویت جنسیتی به شدت از طریق تفاوت‌های فضایی و مکانی، سپهر عمومی و خصوصی به طور مشهود و نامشهود ایجاد می‌شود آنها روش‌هایی را که بر اساس آن هویت جنسیتی بخصوص هویت جنسیتی زنان از طریق شبکه‌های اجتماعی محلی یا اجتماعات بزرگ‌تر مکانی تثبیت می‌شد را بررسی کرده و به این نتیجه رسیده‌اند که این شبکه‌ها، فضایی را که در جغرافیای رفتاری ساخته و مجدد بازسازی می‌شود و در نهایت منجر به شکل‌گیری هویت جنسیتی می‌گردد را ایجاد می‌کند.
نظریات مرتبط با اثر مکان بر هویت جنسیتی	

## روش‌شناسی

پژوهش حاضر که اساس آن در حیطه جغرافیای رفتاری و جنسیت است از لحاظ ماهیت از نوع پژوهش‌های توسعه‌ای-کاربردی است که روش بررسی آن توصیفی-تحلیلی و روش گردآوری داده‌های آن پیمایش میدانی و مبتنی بر پرسش‌نامه است. طراحی ابعاد و گویه‌های پرسش‌نامه (شاخص‌ها و متغیرهای پژوهش) با استفاده از ترکیب مطالعات نظری و دستاوردهای پژوهش‌های تجربی مشابه صورت گرفته جدول ۲ و لذا اعتبار و روایی اولیه آن ابتدا از سوابق تحقیقاتی و نظری موجود اخذ شده و سپس با استفاده از نظر صاحب‌نظران و متخصصین مرتبط (عمدتاً متخصصین دانشگاهی) مورد تأیید نهایی قرار گرفته است. همچنین پایایی آن در مرحله پیش‌آزمون و به وسیله آلفای کرونباخ سنجیده شد که با توجه با

نتایج آزمون که برای هر یک از ابعاد اغلب بالای ۰/۷ بوده است، لذا از پایایی مورد قبولی برخوردار بوده است. سئوالات پرسش‌نامه مذکور عمدتاً مبتنی بر طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (از پایین‌ترین-کمترین، ضعیف‌ترین، نامناسب‌ترین وضعیت تا بالاترین-بهترین، مطلوب‌ترین وضعیت) بوده که در نهایت با کدگذاری از عدد ۱ (پایین‌ترین) تا ۵ (بالاترین) به صورت کمی تعریف شدند.

جامعه آماری نظری پژوهش، کل جمعیت زنان بالای ۱۵ سال شهر اهواز هست که بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵ معادل ۵۷۰۰۴۰ نفر [www.amar.ir] بوده است ولی برای سهولت سنجش و همچنین انجام مطالعات در نهایت سه محله از شهر اهواز به عنوان نمونه‌های موردی انتخاب و جمعیت آنها به عنوان جامعه هدف پژوهش مورد مطالعه قرار گرفت. حجم کل نمونه نیز با استفاده از فرمول کوکران



با سطح اطمینان ۹۰٪ و پیش برآورد واریانس ۲۵٪ و دقت احتمالی مطلوب ۵٪) تعداد ۳۸۳۱ به دست آمده است که به نسبت حجم جمعیت محلات مورد مطالعه از کل جامعه هدف برای هر محله محاسبه شد (جدول ۳).

با توجه به عدم امکان تهیه چارچوب نمونه‌گیری از جامعه هدف به عنوان پیش‌نیاز روش نمونه‌گیری احتمالی لذا از ترکیبی از روش‌های نمونه‌گیری غیر احتمالی (نظیر نمونه‌گیری سهمیه‌ای و در دسترس و غیره) به نحوی استفاده شده است که تا حد امکان تمامی گستره محلات مورد بررسی به شیوه حضوری و مراجعه مستقیم مورد پوشش قرار گیرد.

قلمرو زمانی انجام پژوهش سال ۱۳۹۷-۹۸ و قلمرو جغرافیایی پژوهش نیز شهر اهواز مرکز استان خوزستان بوده که در ۳۱° و ۲۰' عرض شمالی و ۴۸° و ۴۰' طول شرقی در جلگه‌ای با ارتفاع ۱۸ متر از سطح دریا قرار دارد. این شهر مرکز شهرستان اهواز است و دارای هشت منطقه، ۳۰ ناحیه و ۱۲۴ محله است [Deputy of Planning and Development of Ahwaz Municipality, 2017: 6].

همان‌طور که پیش‌تر گفته شد برای تحلیل جغرافیایی از روش تحلیل تطبیقی استفاده گردیده است و لذا سه محله به‌عنوان نمونه‌های موردی انتخاب شده است. برای انتخاب محله‌های هدف، در ابتدا محلات شهر اهواز براساس شاخص‌های مکانی در ۴ بخش، ۲۰ زیر بخش و ۴۶ شاخص جدول ۴ سطح‌بندی شد و درنهایت سه محله کیانپارس (به عنوان نماینده محلات سطح یک یا توسعه‌یافته)، گلستان (به عنوان نماینده محلات سطح دو یا متوسط) و منبع آب (به عنوان نماینده محلات سطح سه یا سطح توسعه پایین) برای مطالعه انتخاب شدند.

محله کیانپارس که براساس سرشماری سال ۱۳۹۵، دارای ۷۸۰۰۰ نفر جمعیت و ۴۱۳ هکتار مساحت است، در ناحیه یک منطقه دو شهرداری اهواز قرار دارد. این محله بالاترین سطح را از نظر ارزش زمین، جمعیت باسواد زنان، خدمات شهری و کالبدی، وضعیت اقتصادی و اجتماعی را در بین محلات شهر اهواز دارا است. ساکنان این محله از رفاه بیشتری نسبت به اقشار ساکن در محلات دیگر شهر اهواز برخوردارند. این محله به‌طور گسترده به عنوان مکان تفریح و خرید افراد ساکن سایر مناطق شهر اهواز است و این موضوع به رونق آن کمک زیادی نموده است [Research Deputy, Shahid Chamran University of Ahvaz, 2015: 20].

محله گلستان در ناحیه چهار منطقه چهار قرار دارد. مساحت آن ۳۰۶ هکتار و جمعیت آن ۳۵۰۱۰ نفر است. در سال ۱۳۵۱ با ساخت بیمارستان و احداث دانشگاه همچنین با واگذاری زمین به کارکنان بیمارستان و دانشگاه، این محله به محله‌های شهر اهواز اضافه شد. توسعه اصلی محدوده گلستان مربوط به سال‌های دهه ۶۰ و ناشی از سیاست واگذاری زمین است. در دهه اخیر (۱۳۸۷-۱۳۹۸) پس از اشباع شدن محله‌های تجاری اصلی شهر، این محله توسعه زیادی از نظر مراکز خرید و تجاری داشته است. این محله از نظر اقتصادی، خدمات شهری و سطح رفاه شهروندان از محله‌های متوسط شهر است [Damanbagh, 2013: 135].

منبع آب در شرق شهر اهواز و در ناحیه چهار منطقه هفت شهرداری قرار دارد. ۱۲۴ هکتار مساحت و ۲۰۲۷۳ نفر جمعیت دارد و از اجتماعات حاشیه‌نشینی به شمار می‌آید. این محله از جوان‌ترین محلات حاشیه‌نشین شهر است [Movahed & Zarifi, 2011: 156; Ghanavati, 2013: 156].

جدول ۲) ابعاد و شاخص‌های منتخب پژوهش

متغیر	ابعاد	شاخص
مستقل (ICT)	نوع و میزان استفاده از فاوا	میزان استفاده از: برنامه‌های تلویزیونی، شبکه‌های اجتماعی و وب‌سایت‌ها و پایگاه‌های اینترنتی داخلی در دو بُعد خارجی (جهانی) و داخلی (ملی)
واسط (مکان)	کیفیت زندگی، قشربندی اجتماعی و غیره	میزان اشتغال زنان، میزان اشتغال مردان، میزان بیکاری مردان، میزان بیکاری زنان، مجرد برائت فووت همسر، مجرد قطعی، نرخ بی‌سوادی به تفکیک جنس، امید به زندگی، نرخ رشد جمعیت، مدت‌زمان سکونت، رضایت از محل سکونت و غیره
وابسته (هویت جنسیتی)	سنی-مدرن (در این بخش شاخص‌های مدرن عنوان شده است و میزان فاصله از آنها ملاک مدرن یا سنی‌بودن است).	پیگیری توصیه‌های جدید پزشکی؛ نفی تقدیرگرایی؛ پیرو مدبوند، فردگرایی و مستقل در تصمیم‌گیری، معتقد به برابری جنسی، گذراندن وقت بیشتر با گروه دوستان، ترجیحات شخصی درگذران اوقات فراغت؛ مقید نبودن به سنت‌های خانوادگی، باور به همکاری و برابری زن و مرد در زندگی خانوادگی، باور به داشتن حق طلاق و حضانت فرزند توسط زن، بردباری نسبت به چندگونگی قومی، فرهنگی، دینی، همکاری و تعامل با جنس مخالف، شرکت در فعالیت‌های اجتماعی، نوع‌دوستی و کمک به نیازمندان فارغ از تعلقات اجتماعی، توجه به نقش‌های تخصصی اجتماعی، پیگیری مسائل جهانی محیط‌زیست، تمایل به زندگی در کشورهای پیشرفته، علاقه‌مند به هنر و زبان‌های بین‌المللی، تعبد گریزی از سنت‌های محیطی، اعتماد به مقررات بین‌المللی، اعتقاد به دموکراسی؛ پیگیری اخبار و مسایل روز؛ مطالعه قانون اساسی، آشنایی با قوانین کشورهای دیگر، نگرش انتقادی سیاسی، معتقد به ضرورت ارتقاء مادی زندگی، داشتن برنامه برای آینده اقتصادی، استفاده از خرید آنلاین، معتقد به سرمایه‌داری خصوصی

جدول ۳) تعداد پرسش‌نامه‌های تکمیل‌شده در محله‌های مورد مطالعه، سال ۱۳۹۸

تعداد پرسش‌نامه	جمعیت زنان بالای ۱۵ سال (۱۳۹۵)	محله	رده
۲۰۵	۲۱۱۲۰	کیانپارس	۲
۱۳۰	۱۶۲۳۵	گلستان	۴
۶۵	۱۰۳۲۱	منبع آب	۶
۴۰۰	۴۷۶۷۶	جمع	

بخش	زیر بخش	سنجه‌ها و شاخص‌ها
جمعیت‌شناسی	اشتغال و بیکاری	میزان اشتغال زنان، میزان اشتغال مردان، میزان بیکاری مردان، میزان بیکاری زنان
	وضعیت زناشویی	تجرد بر اثر طلاق، تجرد بر اثر فوت همسر، تجرد قطعی
کیفیت زندگی	سواد	نرخ بی‌سوادی به تفکیک جنس
	سایر مسایل جمعیتی	امید به زندگی، نرخ رشد جمعیت
کیفیت زندگی	تعلق خاطر به محل سکونت	مدت‌زمان سکونت، رضایت از محل سکونت، تمایل به سکونت فرزندان در محله
	الگوی گذران اوقات فراغت	نوع فعالیت در زمان فراغت، خدمات گذران اوقات فراغت موجود در محله، ترجیح به گذران اوقات فراغت در محله نسبت به سایر محله‌های شهر
	آسیب‌های اجتماعی	درگیری، سرقت، فحشا، اعتیاد
قشربندی اجتماعی	امنیت اجتماعی	میزان احساس امنیت، وجود ارگان‌های امنیتی، مکان‌های ناامن در محله
	سرمایه اجتماعی	اعتماد، عضویت در تشکل‌ها، مراجع حل اختلاف
	درآمد ماهیانه	درآمد ماهیانه هزینه ماهیانه
مسایل زیست‌محیطی و کالبدی	منزلت شغلی	نوع گروه شغلی
	تحصیلات	میزان سطح سواد به تفکیک جنس
	مسکن	نوع مالکیت مسکونی، خانوار در واحد مسکونی، نفر در واحد مسکونی
مسایل زیست‌محیطی و کالبدی	آلودگی صوتی و بصری	ناسازگاری کاربری‌ها از نظر آلودگی صوتی و هم‌جواری با کاربری‌های مزاحم
	آلودگی بصری	آشفته‌نگی فضایی نمای کاربری‌ها، سازگاری و ناسازگاری کاربری‌ها از نظر کالبدی
	دفع فاضلاب و آب‌های سطحی	بار آلودگی محیطی به واسطه فاضلاب و آب‌های سطحی
مسایل زیست‌محیطی و کالبدی	خدمات آموزشی	میزان کاربری آموزشی (مهدکودک، دبستان و ...) برحسب جمعیت
	خدمات تفریحی و فرهنگی	سینما، تئاتر، مراکز کانون پرورش فکری کودکان و ...
	خدمات درمانی و بهداشتی	بیمارستان، مطب، بهداری و ...
بنای ساختمان	حمل‌ونقل عمومی	ایستگاه اتوبوس، تاکسی و ...
	بنای ساختمان	قدمت بنا، کیفیت ابنیه، جنس مصالح، قیمت زمین، قیمت بنا

## یافته‌ها

نظرگرفتن مقدار آماره  $f$  به دست آمده که عدد قابل‌توجهی است فرض عدم تفاوت میانگین میان گروه‌های مورد بررسی از لحاظ وضعیت متغیر هویت جنسیتی بانوان رد شده و چنین استنباط می‌شود که در سطح اطمینان بالای ۹۰٪ میان آنها تفاوت معنادار وجود دارد.

با توجه به تأیید وجود تفاوت معنادار میانگین گروه‌ها، جهت تحلیل کمیت و کیفیت این تفاوت از نتایج روش مقایسه گروه به گروه آزمون تعقیبی توکی (Tukey) استفاده شد. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون تعقیبی توکی جدول ۶ می‌توان چنین نتیجه گرفت که طبق مقایسه زوجی بین هر سه گروه (محله) مورد بررسی از لحاظ متغیر هویت جنسیتی زنان تفاوت معنادار وجود دارد. در این میان کیانپارس از هر دو محله دیگر تفاضل معنادار مثبت و محله منبع آب از هر دو محله دیگر تفاضل معنادار منفی دارد.

با توجه به تأیید وجود اختلاف معنادار میان محله‌ها از لحاظ متغیر هویت جنسیتی زنان، برای ارائه یک استنباط مفهومی بهتر از وضعیت هویت جنسیتی زنان به تفکیک هر محله لزوم بررسی به تفکیک هر محله و به‌صورت جداگانه ضرورت پیدا می‌کند که این عمل با استفاده مجدد از آزمون تی تک نمونه‌ای، به تفکیک هر محله انجام شد. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده می‌توان چنین گفت که در محله کیانپارس به دلیل سطح معناداری (Sig) پایین‌تر از ۰/۰۵ و همچنین مثبت‌بودن و قابل توجه بودن ارقام مربوط به آماره  $T$ ، اختلاف با میانگین، کران بالا و کران پایین اختلاف با میانگین مثبت و معنادار قابل‌توجهی وجود دارد و لذا می‌توان چنین استنباط

برای سنجش هویت جنسیتی بانوان در مجموع نمونه‌های مورد مطالعه از آزمون استنباطی تی تک نمونه‌ای استفاده شد. براساس نتایج به دست آمده از این آزمون بر مبنای سطح متوسط یا بینابین (عدد ۳) در سطح اطمینان ۹۰٪ وجود اختلاف معنادار با میانگین از نوع مثبت آن تأیید شد (جدول ۵)؛ ولی با در نظر گرفتن مقدار اعداد مربوط به پارامترهای مذکور که اعداد خیلی بزرگی نیستند می‌توان چنین گفت که این اختلاف معنادار خیلی زیاد نبوده ولی به‌طور نسبی قابل توجه است؛ لذا می‌توان چنین استنباط و تفسیر کرد که هویت جنسیتی زنان در مجموع هر سه محله مورد بررسی تا حدودی به سمت مدرن‌بودن گرایش دارد ولی خیلی مدرن نیست. ولی آیا این وضعیت کلی برای هر سه محله مورد بررسی مصداق دارد و یا وضعیت هرکدام متفاوت است؟ برای پاسخ به این پرسش از تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شده است تا به بررسی و مقایسه میانگین متغیر مورد بررسی در محله‌های مورد مطالعه پرداخته وجود یا عدم تفاوت معنادار میان آنها مشخص شود. در این راستا ابتدا با استفاده از آزمون لوین (Levene) به بررسی واریانس گروه‌ها پرداخته شده است که با توجه به اینکه مقدار Sig مربوط به این آزمون بالاتر از ۰/۰۵ به دست آمده است، لذا وجود نابرابری واریانس گروه‌ها (محله‌های سه‌گانه) رد شده و پیش‌فرض همگنی واریانس گروه‌ها جهت استفاده از آزمون تحلیل واریانس مورد تأیید قرار می‌گیرد. با توجه به اینکه مقدار Sig مربوط به جدول ۵ آزمون ANOVA کمتر از مقدار موردنظر (۰/۰۵) است و همچنین با در

هر کدام به تنهایی بالای ۰/۳ از تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی کرده و به ترتیب در رتبه اول و دوم از لحاظ میزان اثرگذاری بر متغیر وابسته (هویت جنسیتی زنان) قرار می‌گیرند. متغیر «میزان استفاده از وب‌سایت‌ها و پایگاه‌های اینترنتی بین‌المللی» با ضریب تعیین ۰/۱۸۸ و متغیر «میزان استفاده از صدا و سیمای ملی» با ضریب تعیین ۰/۱۳۰ نیز در رتبه‌های سوم و چهارم از لحاظ میزان اثرگذاری بر متغیر وابسته (هویت جنسیتی زنان) قرار دادند (جدول ۷). در ضمن از آنجا که مقدار ضریب بتا در تمامی موارد مثبت بوده است، لذا جهت اثرگذاری نیز مستقیم و مثبت بوده است؛ به این مفهوم که میزان استفاده بیشتر به‌طور نسبی سبب شکل‌گیری هویت جنسیتی مدرن و میزان استفاده کمتر سبب شکل‌گیری هویت جنسیتی سنتی برای زنان بوده است؛ اما آیا این وضعیت در هر سه مکان مورد بررسی یکسان است و یا ممکن است عامل تفاوت مکانی و تفاوت در سطح محلات نقش تأثیرگذاری در تعدیل و یا تشدید وضعیت ایفا کند؟

برای پاسخ به این پرسش، از فرمول دوم آزمون چاو استفاده شد که مخصوص زمانی است که پژوهشگر درصد مقایسه ضرایب رگرسیون در بین بیش از دو گروه یا خط رگرسیون باشد. آماره انجام آزمون چاو، آماره F است به همین دلیل گهگاه تحت عنوان F مقید یا F لیمر نیز شناسانده می‌شود. در صورتی که آزمون F از نظر آماری معنادار باشد، این نتیجه حاصل می‌گردد که ضرایب رگرسیون بین گروه‌ها با یکدیگر تفاوت ساختاری دارد و نباید خط رگرسیون گروه‌ها به‌صورت ترکیبی محاسبه شود، بلکه باید برای هر گروه یک خط رگرسیون مجزا برآورد گردد. در حقیقت معنادار بودن آزمون چاو دلیلی بر وجود اثر تعدیل گر برای متغیری است که مبنای تقسیم‌بندی و تفکیک کل جامعه به چند گروه شده است. فرمول مدل مربوطه به قرار زیر است:

$$F = \left[ \frac{RSS_{combined} - \sum RSS_j}{\sum RSS_j} \right] * (\sum n_j - jk - j) / [(j - 1)(k + 1)]$$

$RSS_{combined}$ : مجموع مجذورات باقی‌مانده از کلیه مشاهدات (بدون گروه‌بندی تقسیم)

J: تعداد گروه‌ها

$\sum RSS_j$ : مجموع مجذورات باقی‌مانده تا گروه J

$\sum n_j$ : مجموع تعداد عناصر در کلیه گروه‌ها

K: تعداد متغیرهای پیش بین (مستقل)

فرمول محاسبه مقدار بحرانی:  $F_{((j-1)(k+1), (\sum n_j - jk - j))}$

پس از اجرای مجدد مدل رگرسیون خطی به تفکیک هر سه محله مورد بررسی و کسب اطلاعات لازم برای استفاده در فرمول مدل چاو، نتایجی به‌قرار جدول ۸ به دست آمد. با توجه به مقدار F محاسباتی (۵/۸۲) که از مقدار بحرانی جدول F در سطح اطمینان ۹۵٪ (حدوداً ۱/۷۳) و حتی در سطح اطمینان ۹۹٪ (حدوداً ۲/۲۴) بیشتر است؛ لذا فرضیه صفر آزمون مبنی بر عدم تفاوت ساختاری ضرایب رگرسیون بین گروه‌ها مورد تأیید قرار نگرفته و مشخص می‌شود که

کرد که در محله کیانپارس هویت جنسیتی زنان تا حدود زیادی از نوع مدرن است. در مورد محله گلستان نیز با توجه به بالاتر از ۰/۵ بودن مقدار Sig به دست آمده و همچنین با توجه به کوچک و نزدیک به صفر بودن اعداد مربوط به آماره T، می‌توان چنین نتیجه گرفت که اختلاف معناداری با حد وسط (میانگین، عدد ۳) وجود ندارد و چنین استنباط می‌شود که هویت جنسیتی زنان در محله گلستان به سمت مدرن یا سنتی بودن گرایش مسلطی ندارد و در واقع به‌نوعی در حد وسط و ترکیبی از این دو است. در محله منبع آب با توجه به کمتر از ۰/۵ بودن مقدار Sig مشخص می‌شود که در سطح اطمینان بالای ۹۵ اختلاف معناداری با عدد آزمون (عدد ۳) وجود دارد و با توجه به منفی بودن اعداد مربوط به آماره T، این اختلاف با میانگین از نوع منفی است، ولی با توجه به این که مقدار این اعداد خیلی بزرگ و قابل توجه نیست چنین استنباط می‌شود که هویت جنسیتی زنان در محله منبع آب تا حدودی سنتی است. اکنون با استفاده از مدل رگرسیون خطی به روش اینتر به این موضوع خواهیم پرداخت که آیا میزان استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در تعیین هویت جنسیتی زنان در هر سه محله مورد بررسی در مجموع تأثیرگذار است یا خیر؟ جدول ۸ کل نتایج مدل رگرسیونی اجرا شده را نشان می‌دهد. مقدار R (۰/۶۴۷) حاکی از وجود همبستگی مثبت نسبتاً قوی بین متغیرهای مستقل (میزان استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی) و متغیر وابسته (هویت جنسیتی زنان) است. مقدار  $R^2$  - ضریب تعیین آزمون- بیان می‌کند که به میزان ۰/۴۱۹ از مقدار تغییرات متغیر وابسته می‌تواند توسط متغیرهای مستقل تبیین شود که مقدار نسبتاً قابل‌توجهی به نظر می‌رسد. جهت بررسی استقلال خطاها- به‌عنوان یکی از مفروضه‌های رگرسیون- از آزمون دوربین- واتسون (Durbin-Watson) استفاده شده است که ۱/۸۵۲ به دست آمده است و از آنجایی که این مقدار در بازه ۱/۵ و تا ۲/۵ قرار دارد، لذا جای نگرانی در مورد وجود همبستگی بین خطاها وجود نداشته و برقراری شرط استقلال خطاها مورد تأیید قرار می‌گیرد. با توجه به مقدار Sig مربوط به آزمون ANOVA کمتر از ۰/۵ است بنابراین معناداری مدل رگرسیونی مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین با توجه به مقادیر F به دست آمده از تحلیل رگرسیون (۴۱/۴) که رقم نسبتاً قابل‌توجهی است، مناسب بودن مدل رگرسیونی جهت تبیین تغییرات متغیر وابسته مورد تأیید واقع می‌شود (جدول ۷).

همان طور که در نتایج مربوط به ضرایب (Coefficients) جدول ۷، قابل مشاهده است مقدار Sig. مربوط به متغیرهای «میزان استفاده از شبکه‌های مجازی داخلی» و «میزان استفاده از وب‌سایت‌ها و پایگاه‌های اینترنتی داخلی» بیشتر از ۰/۵ است و لذا این متغیرها فاقد اثرگذاری معنادار بر متغیر وابسته تشخیص داده شده‌اند؛ اما با توجه به پایین‌تر از ۰/۵ بودن مقدار Sig. مربوط به سایر متغیرها اثرگذاری معنادار آنها در سطح اطمینان ۹۵٪ مورد تأیید قرار می‌گیرد دو متغیر «میزان استفاده از شبکه‌های مجازی بین‌المللی» و «میزان استفاده از ماهواره و تلویزیون‌های خارجی»



متغیرها در محلات سطوح مختلف به لحاظ رتبه‌بندی سهم اثرگذاری در هویت جنسیتی زنان از الگوی یکسانی پیروی نمی‌کنند. به عنوان مثال رتبه ۱ از لحاظ میزان اثرگذاری در محله کیانپارس متعلق به متغیر فرعی «میزان استفاده از شبکه‌های مجازی بین‌المللی» در محله گلستان مربوط به زیرمتغیر «میزان استفاده از ماهواره و تلویزیون‌های خارجی» و در محله منبع آب مربوط به زیرمتغیر «میزان استفاده از صدا و سیمای ملی» بوده است. این جایابی و تغییر رتبه زیرمتغیرها در محلات مختلف در اکثر موارد دیگر نیز مصداق دارد که تا حدود زیادی می‌توان آن را ناشی از نقش تعدیل‌گری سطوح متفاوت مکانی دانست. البته در برخی جزئیات، استثنایها و اشتراکات قابل توجهی میان هر سه محله نیز وجود دارد؛ از جمله اینکه زیرمتغیرهایی نظیر «میزان استفاده از شبکه‌های مجازی بین‌المللی» و «میزان استفاده از ماهواره و تلویزیون‌های خارجی» در هر سه محله دارای اثرگذاری معنادار و متغیر فرعی «میزان استفاده از شبکه‌های مجازی داخلی» در هر سه محله فاقد اثرگذاری معنادار برآورد شده است. اطلاعات تکمیلی و کامل‌تر در خصوص سهم و رتبه اثرگذاری تمامی زیر متغیرهای مستقل (میزان استفاده از انواع فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی منتخب به تفکیک ملی و جهانی) بر متغیر وابسته (هویت جنسیتی زنان) به تفکیک محلات سه‌گانه مورد بررسی در جدول ۹ قابل استنباط و استخراج است.

ضرایب رگرسیون بین گروه‌ها (محلها) با یکدیگر تفاوت ساختاری دارند (جدول ۸). با توجه به نتایج فوق چنین استنباط می‌شود که میزان اثرگذاری فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی بر هویت جنسیتی زنان در محلات سه‌گانه مورد بررسی یکسان نبوده و از یک الگوی خاص پیروی نمی‌کند؛ بلکه متغیر مکان-یا تفاوت در سطح مکان‌ها- در این زمینه به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر نقش‌آفرینی می‌کند. از این‌رو مناسب‌تر است که ضرایب رگرسیون هر محله به طور جداگانه برآورد و تفسیر گردد. نتایج این برآورد جداگانه در جدول ۹ ارائه شده است. با توجه به نتایج به دست آمده آماره دوربین واتسون برای مدل رگرسیون می‌توان چنین نتیجه گرفت که هرچند در سطح اطمینان بالای ۹۵٪ مناسب‌بودن مدل رگرسیونی جهت تبیین تغییرات متغیر وابسته هویت جنسیتی زنان تحت تأثیر متغیرهای مستقل میزان استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در هر ۳ گروه مورد بررسی مورد تأیید واقع می‌شود به دلیل Sig محاسباتی کمتر از ۰/۰۵ در هر سه مورد ولی مقدار این ضریب تعیین در محلات مختلف متفاوت است و از کیانپارس به عنوان نماینده مکان‌های شهری سطح به گلستان و در نهایت منبع آب به عنوان نماینده مکان‌های شهری سطوح پایین‌تر کاهش می‌یابد. گذشته از میزان متفاوت تأثیرگذاری در حالت کلی، الگو نوع متغیرهای فرعی تأثیرگذار نیز علی‌رغم برخی اشتراکات در محله‌های سه‌گانه تفاوت‌هایی نیز دارند و همه

جدول ۵) نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای سنجش هویت جنسیتی بانوان در مجموع نمونه‌های مورد مطالعه

آزمون تی تک نمونه‌ای (سطح متوسط=۳)						
میانگین	آماره تی	درجه آزادی	معناداری	اختلاف میانگین	سطح اطمینان ۹۰ درصد	
					کمترین	بیشترین
۳/۲۲۶۸۱۵۶	۹/۸۰۴	۳۹۹	۰/۰۰۰	۰/۲۲۶۸۱۵۵۶	۰/۱۸۱۳۳۲۷	۰/۲۷۲۲۹۸۵

جدول ۶) نتایج آزمون تعقیبی Tukey (مقایسه چندگانه) تحلیل واریانس متغیر هویت جنسیتی بانوان در محلات سه‌گانه مورد بررسی

نام محله	*اختلاف میانگین (I-J)	خطای برآورد	درجه آزادی	سطح اطمینان ۹۰ درصد	
				کمترین حد	بیشترین حد
کیانپارس	گلستان	۰/۴۰۳۵۱۹۹۱*	۰/۰۰۰	۰/۲۹۸۰۸۸۵	۰/۵۰۸۹۵۱۳
	منبع آب	۰/۵۶۸۱۲۴۴۸*	۰/۰۰۰	۰/۴۳۰۲۶۶۴	۰/۶۹۷۹۸۲۶
گلستان	کیانپارس	-۰/۴۰۳۵۱۹۹۱*	۰/۰۰۰	-۰/۵۰۸۹۵۱۳	-۰/۲۹۸۰۸۸۵
	منبع آب	۰/۱۶۰۶۰۴۵۸*	۰/۰۲۳	۰/۱۷۷۵۲۹	۰/۳۰۳۴۵۶۲
منبع آب	کیانپارس	-۰/۵۶۸۱۲۴۴۸*	۰/۰۰۰	-۰/۶۹۷۹۸۲۶	-۰/۴۳۰۲۶۶۴
	گلستان	-۰/۱۶۰۶۰۴۵۸*	۰/۰۲۳	-۰/۳۰۳۴۵۶۲	-۰/۱۷۷۵۲۹

\*اختلاف میانگین مناسب= ۰/۰۵

جدول ۷) نتایج کامل مدل تحلیل رگرسیون سنجش متغیر فاوا بر هویت جنسیتی در مجموع نمونه‌های مورد مطالعه

R	ضریب تعیین	ضریب تعیین تصحیح شده	خطای برآورد	دوربین واتسون
۰/۶۴۷	۰/۴۱۹	۰/۴۰۹	۰/۳۵۱۱۲۲۸۸	۱/۸۵۲
آنوا				
مدل	مجموع	درجه آزادی	میانگین	F
رگرسیون	۳۰/۶۲۶	۶	۵/۱۰۴	۴۱/۴۰۲
باقی مانده	۴۲/۵۳۴	۳۴۵	۰/۱۲۳	۰/۰۲۶
مجموع	۷۳/۱۶۰	۳۵۱		

ادامه جدول ۷) نتایج کامل مدل تحلیل رگرسیون سنجش متغیر فاوا بر هویت جنسیتی درمجموع نمونه‌های مورد مطالعه

رتبه اثرگذاری	معناداری	آماره تی	ضریب تأثیر استاندارد نشده			متغیرها
			ضریب تأثیر استاندارد		B	
			ضریب بتا	خطای برآورد		
۴	۰/۰۲۶	۲/۰۴۳	۰/۱۳۰	۰/۰۳۹	۰/۱۰۱	میزان استفاده از صداوسیما ملی
۲	۰/۰۰۱	۵/۸۰۰	۰/۳۲۶	۰/۰۳۳	۰/۲۹۴	میزان استفاده از ماهواره و تلویزیون‌های خارجی
-	۰/۵۷۹	۰/۸۵۸	۰/۰۴۵	۰/۱۶۶	۰/۰۳۰	میزان استفاده از شبکه‌های مجازی داخلی
۱	۰/۰۰۰	۵/۸۹۱	۰/۳۳۴	۰/۰۳۰	۰/۳۰۲	میزان استفاده از شبکه‌های مجازی بین‌المللی
-	۰/۱۰۰	۱/۵۰۶	۰/۰۹۰	۰/۰۳۱	۰/۰۴۹	میزان استفاده از وب‌سایت‌ها و پایگاه‌های اینترنتی داخلی
۳	۰/۰۲۱	۲/۴۵۳	۰/۱۸۸	۰/۰۵۱	۰/۱۱۲	میزان استفاده از پایگاه‌های اینترنتی بین‌المللی

جدول ۸) نتیجه نهایی آزمون چا و برای ارزیابی فرض تعدیل‌گری متغیر تفاوت مکانی در اثرپذیری هویت جنسیتی زنان از فاوا

نتیجه	$F_{(j-1)(k+1), (\sum n_j - jk - j)}$	F	k	j	$\sum n_j$	$\sum RSS_j$	$RSS_{combined}$
عدم تأیید $H_0$	$F_{(14,79)}$	۵/۸۲۹۹۳۷	۶	۳	۴۰۰	۳۴/۹۹۷۳۱	۴۲/۵۳۴

جدول ۹) نتایج کامل مدل تحلیل رگرسیون سنجش متغیر فاوا بر هویت جنسیتی به تفکیک محلات سه‌گانه مورد بررسی

نام محله	R	ضریب تعیین شده	خطای برآورد	دوربین-واتسون
کیانپارس	۰/۷۰۴	۰/۴۷۸	۰/۳۰۷۷۰۶۳۴	۲/۱۱۱
گلستان	۰/۶۱۶	۰/۳۷۹	۰/۲۶۹۹۸۳۵۶	۲/۲۷۹
منبع آب	۰/۵۱۹	۰/۲۷۰	۰/۵۳۸۸۰۹۴۶	۱/۸۱۹

  

نام محله	مدل	آنوا		
		مجموع	درجه آزادی	میانگین
کیانپارس	رگرسیون	۱۶/۰۳۰	۶	۲/۶۷۲
	باقی مانده	۱۶/۲۸۶	۱۷۲	۰/۰۹۵
	جمع	۳۲/۳۱۶	۱۷۸	
گلستان	مدل	۴/۹۸۹	۶	۰/۸۳۲
	رگرسیون	۸/۱۶۴	۱۱۲	۰/۰۷۳
	باقی مانده	۱۳/۱۵۳	۱۱۸	
منبع آب	مدل	۶/۱۰۹	۶	۱/۵۲۷
	رگرسیون	۱۰/۵۴۸	۵۷	۰/۲۹۰
	باقی مانده	۱۶/۶۵۷	۶۱	

  

نام محله	متغیرها	ضرایب		
		ضریب تأثیر استاندارد نشده		ضریب تأثیر استاندارد
		B	خطای برآورد	
کیانپارس	میزان استفاده از صداوسیما ملی	۰/۰۲۹	۰/۰۱۸	۰/۰۴۰
	میزان استفاده از ماهواره و تلویزیون‌های خارجی	۰/۲۴۱	۰/۰۶۵	۰/۳۲۰
	میزان استفاده از شبکه‌های مجازی داخلی	۰/۰۱۰	۰/۰۱۹	۰/۰۳۰
	میزان استفاده از شبکه‌های مجازی بین‌المللی	۰/۲۷۷	۰/۰۴۶	۰/۳۵۸
	میزان استفاده از پایگاه‌های اینترنتی داخلی	۰/۰۲۵	۰/۰۲۴	۰/۰۶۳
گلستان	میزان استفاده از صداوسیما ملی	۰/۱۰۴	۰/۰۴۹	۰/۱۸۷
	میزان استفاده از ماهواره و تلویزیون‌های خارجی	۰/۱۹۶	۰/۰۴۶	۰/۳۰۹
	میزان استفاده از شبکه‌های مجازی داخلی	۰/۰۳۸	۰/۰۳۲	۰/۰۹۵
	میزان استفاده از شبکه‌های مجازی بین‌المللی	۰/۱۸۸	۰/۰۶۶	۰/۳۰۱
	میزان استفاده از پایگاه‌های اینترنتی داخلی	۰/۰۳۳	۰/۰۳۱	۰/۰۷۴
منبع آب	میزان استفاده از صداوسیما ملی	۰/۲۳۰	۰/۰۳۷	۰/۳۱۴
	میزان استفاده از ماهواره و تلویزیون‌های خارجی	۰/۱۷۶	۰/۰۴۹	۰/۲۵۸
	میزان استفاده از شبکه‌های مجازی داخلی	۰/۰۴۲	۰/۰۴۷	۰/۰۸۸
	میزان استفاده از شبکه‌های مجازی بین‌المللی	۰/۱۴۱	۰/۰۴۷	۰/۲۲۲
	میزان استفاده از پایگاه‌های اینترنتی داخلی	۰/۰۹۰	۰/۰۳۹	۰/۰۹۲

بدانیم؛ می‌توان نقش تعدیل‌گری سطوح متفاوت مکانی را در کیفیت فرایند شکل‌گیری هویت جنسیتی زنان را پذیرفت و چنین بیان داشت که گرایش هویت جنسیتی زنان از مکان‌های سطوح بالاتر به سمت مکان‌های سطوح پایین‌تر تغییر یافته و از مدرن بودن به سمت بینابینی و در نهایت سنتی بودن تعدیل می‌شود و بالعکس. میزان تأثیرگذاری فاوا بر هویت جنسیتی زنان در محلات و مکان‌های شهری سطوح بالاتر و توسعه‌یافته‌تر، بیشتر و در محلات سطوح پایین‌تر و کمتر توسعه‌یافته، کمتر است. گذشته از میزان متفاوت تأثیرگذاری در حالت کلی، الگو نوع متغیرهای فرعی اثرگذار و سهم و رتبه تأثیرگذاری آنها در سطوح مختلف مکانی نیز متفاوت است و لزوماً از الگوی یکسانی تبعیت نمی‌کند. در محلات سطوح بالاتر، عمدتاً زیرمتغیرهای فاوا از نوع جهانی و بین‌المللی آن بر هویت جنسیتی زنان تأثیرگذار هستند؛ ولی در محلات سطح متوسط نقش اثرگذاری زیرمتغیرهای جهانی و بین‌المللی فاوا کمی تعدیل شده و از سهم اثرگذاری آنها نسبتاً کاسته می‌شود. در نهایت در محلات و مکان‌های سطوح پایین‌تر (سطح سوم) سهم زیرمتغیرهای فاوا از نوع ملی و داخلی آن در تبیین تغییرات هویت جنسیتی زنان به نسبت محلات سطوح بالاتر، بیشتر می‌شود؛ هرچند هنوز غلبه اصلی تا حدودی متعلق به متغیرهای جهانی و بین‌المللی فاوا است. در نهایت می‌توان چنین گفت که امروزه شکاف دسترسی و استفاده از فاوا در حالت کلی آن به تنهایی تبیین‌گر اثرات و پیامدهای احتمالی این فناوری‌ها از جمله هویت جنسیتی بانوان نیست؛ بلکه متغیرها و عوامل دیگری از جمله گرایش کمتر و یا بیشتر به استفاده از نوع خاصی از این فناوری‌ها و همچنین شکاف کاربری به معنای نوع استفاده از این ابزار و فناوری‌ها نیز تأثیرگذار هستند که خود این عوامل نیز تحت تأثیر متغیرها و عوامل واسطه‌ای و یا تعدیل‌گر مانند تفاوت مکانی قرار دارند.

**تشکر و قدردانی:** سپاس و قدردانی از بانوان و خانواده‌های محترم محله‌های مورد مطالعه (کیانپارس، گلستان، منبع آب)، که در تکمیل و پاسخگویی صبورانه به سئوالات پژوهش ما را یاری نمودند.

**تأییدیه اخلاقی:** موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

**تعارض منافع:** موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

**سهم نویسندگان:** ناهید سجادیان (نویسنده اول)، پژوهشگر اصلی/نگارنده بحث، روش‌شناس (۵۰٪)؛ مرتضی نعمتی (نویسنده دوم)، پژوهشگر کمکی/تحلیلگر (۳۰٪)؛ فروغ گشتیل (نویسنده سوم)، پژوهشگر کمکی/نگارنده مقدمه (۲۰٪)

**منابع مالی:** این مقاله مستخرج از رساله دکتری با عنوان "تحلیل جغرافیایی تأثیر فضای دیجیتال جهانی بر هویت جنسیتی زنان در مناطق شهر اهواز" است.

## منابع

Abassi Ghaderi M, Khalili Kashani M (2013). The effect of the internet on national identity. Tehran: Strategic Studies Research Center. [Persian]

## بحث

به طور کلی یافته‌های این پژوهش؛ تعدیل‌گری نقش مکان و تفاوت‌های مکانی بر اثرگذاری عوامل خارج از محیط‌در اینجا فاوا- بر هویت جنسیتی زنان را تایید می‌کند. همچنین یافته‌های این پژوهش عنوان می‌کند که میزان استفاده و نوع فناوری ارتباطی و اطلاعاتی مورد استفاده نیز اثرگذاری متفاوتی بر هویت جنسیتی زنان را سبب می‌شود. یافته‌های این پژوهش با نظریات: ۱- جغرافیدانان جنسیت (جکسون) که معتقدند: "شکل‌گیری هویت جنسیتی از طریق تفاوت‌های فضایی و مکانی، ایجاد می‌شود" -۲- نظریه کاشت گریب مبنی بر اینکه "مواجهه با رسانه‌ای خاص، بر برخی از افراد و گروه‌ها اثر قوی خواهد داشت و بر برخی از گروه‌ها تأثیری نخواهد گذاشت"، ۳- نظریه استفاده و رضایت‌مندی که بیان می‌کند: "در روابط بین رسانه‌ها و متغیرهای فردی و مکانی، معمولاً افراد امکان در مقایسه با رسانه‌ها نفوذ و تأثیرگذاری بیشتری دارند" -۴- با دیدگاه هویت اجتماعی جنکینز که معتقد است "زمان و مکان از منابع ساخته‌شدن هویت قلمداد می‌شوند و هویت یک فرایند مستمر است که در طی زمان تولید و بازتولید می‌شود"، مطابقت دارد.

همچنین یافته‌های این پژوهش، نتایج پژوهش‌های: جکسون [Jacsoon, 1993]، *دوئل و ماسی* [Davael & Masii, 2010]، *گریول* [Gerwal, 2017]، *هنسن و نارولا* [Henson & Narula, 2009]، *تابان و همکاران* [Taban et al, 2013]، *رضوانی و احمدی* [Rezvani & Ahmadi, 2009]، *خانگی* [Khani: 2007]، *حاتمی و مذهبی* [Hatami & Mazabi: 2011]، *نیکخواه‌قمصری و منصوریان راوندی* [Nikkhah Ghamsari & Mansourian Ravand, 2016]، *ورمقانی و همکاران* [Khajeh Varmaghani et al, 2015]، *خواجه‌نوری و همکاران* [Ahmadi & Aghili, Noori et al, 2011]، *احمدی و عقیلی* [Ahmadi & Aghili, 2015]، *عالی‌پور* [Adlipoor, 2012]، *افشارکهن و کرمانجی* [Afsharkohan & Kermanji, 2017] و *عباسی قادری و خلیلی کاشانی* [Abasi Ghaderi & Khalili Kashani, 2013] را مبنی بر اثرگذاری مکان و فاوا بر هویت به طور کلی و هویت جنسیتی زنان به طور خاص را تایید می‌کند. اما آنچه پژوهش حاضر را با پژوهش‌های نامبرده متفاوت می‌کند فارغ از متفاوت بودن نمونه موردی مطالعه و استفاده از مطالعه تطبیقی این است که این پژوهش‌ها بر اثرگذاری محیط و مکان و ارزش‌های مکانی بر ساخت هویت و نقش‌های جنسیتی به طور کلی پرداخته‌اند در حالی که در این پژوهش نقش تعدیل‌گری مکان در اثرپذیری هویت جنسیتی از فاوا مورد تأکید قرار گرفته است.

## نتیجه‌گیری

اگر پیش‌فرض‌های روش‌شناختی موجود در پژوهش حاضر در مورد منطق انتخاب نمونه‌های موردی بررسی شده تفاوت مکانی را جایز واجد پایایی قلمداد کنیم و نتایج حاصل از این بررسی را قابل‌تعمیم

- Henson J, Narula A (2009). New communication technologies in developing countries. Heydari D, translator. Tehran: Media Studies Research Center. [Persian]
- Jackson C (1993). Doing what comes naturally? Women and environment in development. *World Development*. 21(12):1947-1963.
- Jay Dunn R (2005). The social critique of postmodernism. (Translator: Saleh Najafi). Tehran: Pardis Danesh.
- Jenkins R (2012). *Social identity*. 4<sup>th</sup> ed. New York: Routledge.
- Khajeh Noori B, Parnian L, Hemmat S (2016). The relationship between lifestyle and social identity case study: Young people Bandar Abbas. *Journal of Cultural Iranian Research*. 7(1):69-94. [Persian]
- Khani F (2007). In the field of gender geography. Tehran: Samt. [Persian]
- Mohammadi Asl A (2011). *Gender and geography*. Tehran: Golazin. [Persian]
- Movahed A, Zarifi K (2011). Investigating the socio-economic dimensions of the eighth marginal area of Ahvaz. The First Urban Economics Conference of Iran. Tehran. [Persian]
- Mehdizadeh M, Tofighi M (2006). Presentation relationship in virtual space and modern identity. *Journal of Resaneh (Media)*. 26(3):179-200. [Persian]
- Nemati M (2011). Transformation of space-time concepts in the information society; the necessity of reviewing the fundamental geographical information systems. *Journal of Information and Communication Technology of Iran*. 1(1):44-56. [Persian]
- Nikkhah Ghamsari N, Mansourian Ravandi F (2016). Research of relationship between virtual space and gender identity case study of Internet Users in Kashan City. *Journal of Media Studies*. 9(27): 107-120. [Persian]
- Oraki P (2015). Geographical analysis of factors influencing social security from the viewpoint of citizens; case study of Izeh City [dissertation]. Ahvaz: Shahid Chamran University of Ahvaz. [Persian]
- Papoli Yazdi MH, Sahaghi M (2002). Tradition, modernity, reviewing an article: Geography is Human Interaction, Culture, Technology, Management, and Environment. *Quarterly Journal of Geographical Research*. 17(3-2):8-31. [Persian]
- Persian Language and Literature Academy (2018). *Word Dictionary Group. "Farsi. Second Office. Culture Dictionary Approved by the Academy*. Tehran: Persian Language and Literature Academy. [Persian]
- Link:
- Seyfollahi S, Razeghian A (2008). Social factors affecting women's gender identity in Iran; case study: Tehran. *Journal of Social Sciences Research*. 2(3):27-54. [Persian]
- Rezapour D, Chenani Nasab H, Bagheri R (2016). Investigating the relationship between socialization and gender identity case study: female students of payam noor Dezful university. *Journal of Woman in Culture and Art*. 8(3):333-348. [Persian]
- Sadeghi Givi M, Parhizkari B (2010). Explaining the components of the traditional and modern women's identity in poetry Parvin Etesami. *Journal of Farsi Language and Literature*. 3(20):207-227. [Persian]
- Taban M, Pour Jafar M, Pourmand H (2013). Identity and location, phenomenological approach. *HOVIATESHAHR*. 6(10):79-90. [Persian]
- Varmaghani H, Sultanzadeh H, Mizan Dehbashi S (2015). The relationship between gender and space in the private Ahmadzadeh Kermani R (2011). *Rethinking in culture and media*. Tehran: Chapar. [Persian]
- Adlipoor S (2013). Sociological explanation of the consequences of virtual social networks on the social identity of Isfahan [dissertation]. Isfahan: Isfahan University. [Persian]
- Afsharkhan J, Rezaei Karmajani M (2017). Investigating the role of social identity in determining the lifestyle of young people case study: Hamadan City. *Quarterly Journal of Social Sciences*. 4(1):157-188. [Persian]
- Ahmadi S, Aghili V, MehdiZadeh M, Mozafari A (2015). Media and reproduction of women's gender identity case study: Representation of women's gender identity in "Zamaneh "and" Tekieh bar bad. *Quarterly Journal of Communication Research*. 22(81):35-56. [Persian]
- Bigdeli Z, Sharifi S (2008). An introduction to the concept of location. *Journal of Library and Information Science*. 11(4):239-254. [Persian]
- Bostan H (2009). *Islam and gender differences*. Qom: Howzwh and University Research Institute.
- Bastani S, Mousainejad P (2013). Gender identity of men and women in Tehran metropolitan area. *Journal of Social and Psychological Studies of Women*. 11(2):29-54. [Persian]
- Behnam J (2012). *Iranians and Modern Thought*. 4<sup>th</sup> ed. Tehran: Farzan Roz.
- Damanbagh S (2013). *Geographic analysis selected indicators of urban quality of life case study: Kianpars, Golestan, and Ameri neighborhoods* [dissertation]. Shahid Chamran University of Ahvaz. [Persian]
- Deputy of Planning and Development of Ahvaz Municipalities (2018). *Ahvaz Municipality Statistics*. [Persian]
- Flint C (2006). *Introduction to Geopolitics*. New York: Routledge.
- Ghanavati T (2013). *Geographic analysis of social inequalities in Ahvaz (Case Study: Shahrak Naft, Golestan, Hassirabad)* [dissertation]. Ahvaz: Shahid Chamran University of Ahvaz. [Persian]
- Ghanbari A (2015). Geography and place identity in the age of globalization. *Quarterly Journal of Geographical Research*. 29(112):161-192. [Persian]
- Grewal M (2017). Mass media and the reconfiguration of gender identities: The Bharatiya Nari in the United States. *Gender Technology and Development*. 7(1):53-73.
- Gregory D, Janston R, Pratt G, Watts MJ, Watts S, editors (2000). *The dictionary of human geography*. 5<sup>th</sup> ed. New York: Wiley-Blackwell.
- Giddens A (2012). *Gender Sociology*. (Sabouri M: Translator). Tehran: Ney. [Persian]
- Giddens A (1992). *Modernity and self-Identity, self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.
- Hekman S (2007). Identity crises, identity, identity politics, and beyond. *Journal of Critical Review of International Social and Political Philosophy*. 2(1):3-26.
- Hafez Nia MR, Ahmadipour Z, Qaderi Hajat M (2008). *Politics and Space*. Mashhad: Papoli. [Persian]
- Hafez Nia MR (2009). *Introduction to Research Methods in the Humanities*. Tehran: Samt. [Persian]
- Hatami MR, Mazhabi S (2011) Media and women's attitudes to their gender identity. *Journal of Iranian Cultural Researches*. 4(2):185-209. [Persian]
- Hemati R, Aslani S (2015). Effective factors of students' academic identity formation with emphasis on the role of the internet. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*. 31(3):121-149. [Persian]

Marketing. 42(3-4):299-310.

Thomas DF, Cross JE (2007). Organization as place builders. Greeley, CO: University of Northern Colorado, Department of Management Faculty Publications.

Woodward K (2004). Questioning Identity: Gender, Class, Nation. London: Routledge.

Wynn E, Katz J (1998). Hyperbole over Cyberspace: Self-Presentation and Social Boundaries in Internet Home Pages and Discourse. The Information Society an International Journal. 13(4):297-327.

Zaki MA (2016). Internet and Iranian Identity. Journal of Information Communication. 12(37):185-206. [Persian]

and general areas of the Qajar period. BAGH-E NAZAR. 12(37):29-40. [Persian]

Lorber J (2000). Using gender to undo gender: A feminist degendering movement. Journal of Feminist Theory. 1(1):79-95.

Malesevic S, Haugaard M, editors (2002). Making Sense of Collectivity, Ethnicity, Nationalism and Globalism. London: Pluto Press.

Caplan PJ, Crawford M, Hyde JS, Richardson JTE (1997). Gender Differences in Human Cognition. New York: Oxford University press.

Simmons G (2008). Marketing to Postmodern Consumers: Introducing the internet chameleon. European Journal of