

زنان و تجربه‌ی احساسات مجازی

(مطالعه‌ی کیفی چگونگی بروز و ابراز عواطف مجازی دختران شهر قم)

سید علی محمد رضوی* مسعود کیانپور** احسان آقابابایی***

چکیده

فضای مجازی بستری برای تعاملات و کنش‌های متقابل برای ابراز احساسات میان کاربران و از جمله دختران است که قابلیت‌های متفاوتی را برای نقش‌ها و مناسبات اجتماعی آنها فراهم می‌کند. بر همین اساس شناخت چگونگی شکل‌گیری این تعاملات و ابراز احساسات مجازی مهم است. این پژوهش با اتخاذ رویکرد کیفی و روش پدیدارشناسی به توصیف چستی و چگونگی تجربه‌ی زیسته‌ی احساسات مجازی دختران و فرآیند بروز و ابراز آن در فضای مجازی می‌پردازد. جامعه‌ی مطالعه شده شامل دختران شهر قم است که حداقل چهار ساعت از شبانه روز را با فضای مجازی سپری می‌کنند و تحت عنوان کاربران پرمصرف تلقی می‌شوند. داده‌ها از طریق نمونه‌گیری هدفمند و مصاحبه‌ی عمیق با ۱۵ نفر جمع‌آوری و با استفاده از روش تحلیل پدیدارشناسی شش مرحله‌ای مبتنی بر روش ون مانن تحلیل شد. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که تجربه‌ی زیسته شده‌ی احساسات مجازی دختران در دو سطح ذهنی و عینی شدن احساسات شکل می‌گیرد؛ به گونه‌ای که دختران با ورود به فضای مجازی، به نوعی از فضای واقعی جدا می‌شوند و به صورت پنهانی و با تمایل به استفاده از مفاهیم و قالب‌های غیر دیداری احساسات خود را در فضای مجازی منتشر می‌کنند. نتایج نشان داد، آنها با تصاویر و محتوای تبادل شده همذات‌پنداری می‌کنند و چنان در فضای شبکه غرق می‌شوند که با کنشگران دیگر احساس صمیمیت می‌کنند و درونیات غیرقابل انتشار خود را برای دیگران افشا می‌کنند. این وضعیت برای آنها چنان است که حتی بعد از ورود به فضای واقعی احساس حضور در فضای مجازی را دارند.

واژگان کلیدی

احساسات، فضای مجازی، عینی شدن، ذهنی شدن، انقطاع.

*- دکترای جامعه‌شناسی دانشگاه اصفهان (azarbakhsh2005@gmail.com)

** - استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان (نویسنده مسئول) (masoudkianpour@gmail.com)

استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان (ahsan_aqababae@yahoo.com)

تاریخ دریافت: ۹۶/۶/۲۷ تاریخ پذیرش: ۹۶/۹/۲۵

۱. مقدمه و بیان مسئله

فضای مجازی جهانی وسیع و پیچیده است که افراد مختلف را با گرایش‌ها، باورها و اعتقادات گوناگون گرد هم می‌آورد و در آن با هم زندگی می‌کنند. در این راستا فرد می‌تواند فعالیت‌های دنیای واقعی خود را به آن وارد کند. از خصوصیات بارز این فضا بی‌مکانی و بی‌زمانی است. از بین رفتن فاصله‌ی مکانی و افزایش بی‌سابقه‌ی توان انسان‌ها برای مبادله و مراد به با یکدیگر فرآیند هویت‌یابی جمعی افراد را دگرگون کرده است (منتظر قائم، ۱۳۸۱: ۲۳۱). به بیان دیگر فضای مجازی نوعی فرافضا است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۵۸). فضای که به فرد قدرت نمادین بیشتر و امنیت روانی گسترده‌تر می‌دهد. این فضا سیال و بی‌حد است و به آسانی در دسترس همگان قرار می‌گیرد و به علت نبود نشانه‌های فیزیکی و عینی در آن، بی‌جسم، بی‌مکان، تا حدی گمنام و به طرز محسوسی کنترل‌ناپذیر است و جهان ما را به هم پیوسته، در هم تنیده و چند وجهی کرده است (ربیعی، ۱۳۸۷: ۱۵۰).

به موضوع جنسیت به عنوان یکی از حوزه‌های تأثیرگذار در چگونگی بروز و ابراز کنش‌های متقابل نمادین در تعاملات مبتنی بر ارتباطات واسطه‌رایانه توجه شده است. به دلیل رو در رو نشدن مستقیم کنشگران با یکدیگر در ارتباط‌های مجازی، ویژگی‌های این نوع از تعاملات احساسی مجازی با تعاملات احساسی رو در رو متفاوت است. شناخت این ویژگی‌ها بر اساس جنسیت از حوزه‌های جدیدی است که در جامعه‌شناسی احساسات و تعاملات فضای مجازی به آن توجه شده است. زنان با انگیزه‌های مختلفی فضای مجازی را به عنوان بستری برای تعاملات روزمره‌ی خود انتخاب می‌کنند. تعاملات هدفمند حرفه‌ای و مبتنی بر اصول علمی، تجاری و ... در زمره‌ی اهداف این نوشته نیست، بلکه منظور تنها کنش‌ورزی‌های حاوی ارتباطات احساسی مجازی است که بیشتر بر پایه‌ی سرگرمی برای ایجاد خوشایندهایی در زندگی روزمره هستند. با در نظر گرفتن مقوله‌ی جنسیت به عنوان یکی از مؤلفه‌های مهم در برساخت احساسات، اگر چه تعاملات مجازی می‌تواند به ظاهر به اجتماعات انسانی عظیم و توده‌ای منجر شود و نوعی همگرایی مجازی را شکل دهد، ولی واقعیت آن است که احساسات بشری به عنوان یکی از ابعاد و سرشت انسانی و متناسب با ویژگی‌های جنسیتی هر فرد در پرتو این کنش اجتماعی دگرگون می‌شوند و جذابیت‌های ارتباطی و احساسی را در زندگی واقعی ندارند. گفته می‌شود مردان به عنوان بخشی از زندگی اجتماعی یاد می‌گیرند که احساسات خود را پنهان کنند، ولی زنان یاد می‌گیرند احساسات خود را در مقایسه با مردان آزادانه‌تر ابراز کنند، اما همیشه با توجه به نوع احساسات و چگونگی ابراز آنها تفاوت‌هایی بین هر دو جنس وجود دارد (Fischer & et al, 2004:87-94). کاربرد با خلق

احساسات مجازی و پیامدهای زندگی خیالی و مجازی به هویت خود حمله کرده و به نوعی بدن خود را نابود می‌کند. فرد با انتخاب نمایشگر و آواتاری از خود در فضای مجازی با آن زندگی می‌کند و شاکله‌ی هویتی خود را بر اساس علاقه‌ها و آرمان‌های درونی خویش - که ممکن است برای او به عنوان نوعی عقده‌ی درونی باشد - شکل می‌دهد. این وضعیت می‌تواند او را مأیوس و ناامید کند و حتی با احساس تنفر از خود به خودکشی روی بیاورد. شناخت احساساتی که در قالب تکنولوژی‌ها و وسایل ارتباطی واسطه رایانه شکل می‌گیرد، باید مبتنی بر تجربه‌ی زیسته‌ی افراد و جوهر درونی آنها تحلیل شود؛ به دلیل چنین ماهیتی در این تحقیق روش پدیدارشناسی در نظر گرفته شده است.

ظهور انقلاب ارتباطی و اطلاعاتی، این شهر را مانند هر نقطه‌ی دیگر با دگرگونی‌هایی مواجه کرده است. بنابراین با ظهور اینترنت و فضای مجازی، توجه به ارزش‌ها و اصول اسلامی به دلیل ماهیت این جامعه به شدت در معرض اختلال و حتی در برخی موارد تخریب قرار گرفته است. کشور ما جامعه‌ای در حال گذار است که ساختارهای آن هنوز سنتی و تا حد زیادی برگرفته از ارزش‌های دینی و انقلابی است. این وضعیت در شهر قم به لحاظ وجود مراجع جهان تشیع و نمادهای شیعی مانند مسجد مقدس جمکران، حرم حضرت معصومه (ع) و حوزه‌های علمیه نمود بیشتری نسبت به سایر شهرهای کشورمان دارد. تجربه نشان داده است تا نهادینه شدن فرهنگ کاربری مجازی در بسیاری از نقاط کشور، دوگانگی حضور در محیط واقعی و مجازی باعث شده است که مفاسد و آلودگی‌های اخلاقی، افت تحصیلی، نبود بهره‌وری شغلی، انزوا، مشکلات جسمی، از هم پاشیدگی خانواده و تضعیف بنیان‌های جامعه گسترش یابد و در جوامعی همچون قم که حضور سنت‌ها، هنجارها و کنترل‌های اجتماعی بیشتر است، این وضعیت می‌تواند نمود بیشتری داشته باشد. چنین مسائل و چالش‌هایی - که ناشی از کنشگری‌های مبتنی بر حضور مجازی و اثرات برگرفته از آن برای دختران است - نوعی دوگانگی هویتی را برای آنها به همراه می‌آورد.

نکته‌ی دیگر آنکه، در سال‌های اخیر شهر قم به لحاظ تعداد کاربران همواره در رده‌ی پنجم کشور قرار داشته است و این نشان از وجود یک موج دیجیتالی شدن در جامعه‌ای همچون قم است که به لحاظ بافت مذهبی و ساختارهای سنتی نسبت به سایر شهرها این روند تأمل برانگیز است. این امر باعث می‌شود هویت زنانگی دختران در تعاملات مجازی با اختلالات جدی همراه شود و انتقال ابراز احساسات و عواطف آنها به فضای مجازی در نقش‌ها، کارکردها و مناسبات اجتماعی حال و آینده‌ی آنها تأثیرگذار باشد. حضور مجازی زنان و دختران جوان در شبکه‌های مجازی و نمایش نوعی از خود که ممکن است هیچ سنخیتی با هویت واقعی آنها نداشته باشد،

نوعی دوگانگی را برای آنها به دنبال دارد. بروز آشفتگی احساسی برای دختران، شالوده‌ی نظام اجتماعی را مختل می‌کند. زنان و دختران در نقش مادری و همسری ایفاگر مسئولیت‌های مهمی در شکل‌گیری نظم اجتماعی هستند و بی‌توجهی به موضوع احساسات آنها و چگونگی شکل‌گیری فرآیند احساسات مجازی در آنها و برساخت آن می‌تواند به عنوان یک خطر جدی تلقی شود. بر همین اساس شناخت فرآیند احساسات مجازی و چگونگی شکل‌گیری و برساخت عواطف آنها در فضای مجازی اهمیت دارد.

۲. پیشینه‌ی پژوهش

مشایخ و برجلی در تحقیقی به روش پیمایشی با عنوان «بررسی رابطه‌ی احساس تنهایی نوع استفاده از اینترنت» دریافتند که بین دانش‌آموزان دختر دبیرستانی و چت کردن با اینترنت رابطه‌ی معناداری وجود دارد (مشایخ و برجلی، ۱۳۸۲). همچنین مشخص شد که بین احساس تنهایی و استفاده‌ی آموزشی از اینترنت رابطه‌ی معناداری دیده نمی‌شود. نتایج تحقیق ذکایی که با روش پیمایشی و تعداد نمونه ۱۷۰ جوان ۳۰-۱۵ ساله انجام شده، نشان می‌دهد دختران انتخاب دوست را با وسواس بیشتری انجام می‌دهند و تعداد دوستان اینترنتی آنها محدودتر است. این محدودیت مؤید تمایل بیشتر «واقعی» دختران به منجر شدن دوستی‌های مجازی آنها به پیوند ازدواج است، اگر چه در سطح ذهنی نسبت به آن مطمئن‌اند. به این ترتیب روابط در فضای مجازی چت گسترش روابط واقعی است که دو جنس تجربه می‌کنند و اگر چه مرزبندی‌های جنسیتی در روابط مجازی کم‌رنگ‌تر از روابط حقیقی است، با این حال واقعیت بیولوژیک - و به ویژه اجتماعی - جنسیت در این روابط نیز خود را نشان می‌دهد. در ادامه پژوهشگران تحلیل می‌کنند که دوستی‌های میان دو جنس مخالف در ایران کنترل می‌شود و برای جوانانی که چنین دوستی‌هایی را ترجیح می‌دهند، گپ سرا (چت روم) مکان مناسب، ارزان و کم‌خطری برای گفت‌وگوهای طولانی با جنس مخالف است. گپ به جوان ایرانی کمک می‌کند تا با دنیاهای دیگر ارتباط برقرار کند و حس تعامل با غریبه‌هایی را تجربه کند که توان آسیب رساندن به او را ندارند (ذکایی، ۱۳۸۳). جکسون و همکاران در مطالعه‌ای به این نتایج دست یافتند که در مورد تفاوت جنسی در روان‌شناسی اینترنت زنان بیشتر از پست الکترونیکی و کمتر از وب استفاده می‌کنند. آنها بیشتر اضطراب رایانه‌ای و کمتر کفایت در امور کامپیوتری را احساس می‌کنند و تمایلات کمتری به گفتار و کردار یکنواخت رایانه‌ای نشان می‌دهند (Jacksen & et al, 2001). در پژوهش دیگری، ساویکی و کیلی دریافتند که خانم‌ها به علت خودافشایی صریح و مکرر خود

در گروه‌های منحصرأ خانم و کاربرد جملات «من» و انتقال مستقیم پیام‌هایشان به دیگر اعضای گروه، حالت احساسی بیشتری دارند. ایشان دریافتند که «خانم‌ها به احتمال بیشتر، تشکر می‌کنند، قدردانی و عذر می‌خواهند و به شکسته شدن ادب ناراحت می‌شوند» آنها به بروز احساسات مثبت اهمیت می‌دهند و از اثر منفی جلوگیری می‌کنند (Savicki & Kelley, 2000). هوفیکر و کالورت در پژوهشی «جنسیت، هویت و کاربرد زبانی در وبلاگ‌های نوجوانان» را مطالعه کردند و نتیجه گرفتند خانم‌ها از زبان منفعل‌تر، یاری‌گرایانه و مناسب استفاده نکردند. آنها توضیح می‌دهند خانم‌ها در وبلاگ‌ها فعال‌ترند و این عمل شاید به نقش جنسیتی آنها و احساسی عمل‌کردنشان وابسته باشد (Huffaker & Calvert, 2005). ساویکی پیام‌های گروه‌های بحث اینترنتی را تحلیل کرد و دریافت که گروه‌های با اعضای خانم به خودافشایی تمایل دارند و سعی می‌کنند از تنش‌ها خودداری و برای کاهش آن تلاش کنند و بیشتر احساسات خود را بروز می‌دهند (Savicki, 1996). یافته‌های برق و مک کنا نشان می‌دهد افرادی که علائم افسردگی دارند، ممکن است در جهان مجازی خود را نسبت به ارتباط چهره به چهره راحت‌تر ابراز کنند (Brgh & Mckenna, 2004). مطالعاتی که در مورد چگونگی ابراز احساسات زنان انجام شده، نشان داده است که تفاوت‌هایی در ابراز احساسات آنها در فضای واقعی و مجازی وجود دارد، اما دلایل این تفاوت‌ها کاملاً مشخص نشده است (Hess, Adams & Kleck, 2004)، این طور در نظر گرفته می‌شود که ممکن است تمایل زنان به داشتن سطحی بالاتر از ابراز احساساتی مثل شادی و غم با نقش‌های اجتماعی و انتظارات کلیشه‌ای که بر دختران از سنین پایین‌تر تحمیل شده است ارتباط داشته باشد (Haugh, 1980). دختران در طول رشد خود رویکردهای بسیار متفاوت احساسی از خانواده‌های خود دریافت می‌کنند. از آنجا که خانواده‌های دختران، آنها را نسبت به ابراز احساسات بیشتر ترغیب می‌کنند، بنابراین ممکن است انتظار والدین و جامعه نسبت به تمایل دختران برای ابراز احساسات بیشتر باشد. در جمع‌بندی این پیشینه مشخص است که رویکردهای موجود در تحقیقات بررسی شده بیشتر بر روش‌های کمی مبتنی است، در صورتی که مقوله‌ی احساسات یک مفهوم کیفی بوده و ابراز خود در فضای مجازی با پیچیدگی‌هایی مواجه است که تحلیل آن باید در تجربه‌ی ناب کاربران مورد توجه باشد. تحقیقات مذکور توجه کمتری به تجربه‌ی زیسته‌ی کاربران در ارتباط با تعاملات احساسی در فضای مجازی داشته‌اند. نکته‌ی دیگر آنکه پدیدارشناسی به عنوان یک روش مناسب برای تحلیل چنین وضعیتی در این تحقیقات مورد نظر نبوده است که در تحقیق حاضر می‌توان به این امر به عنوان نقطه متمایزی توجه کرد.

۳. ملاحظات نظری

در این پژوهش، توجه به ادبیات مرتبط با حوزه‌ی احساسات برای بالا بردن حساسیت نظری محقق است. بیش از این نیز اندیشمندان به مفهوم احساسات و شیوه‌ی نمایش خود توجه داشته‌اند. گافمن خود را یک هویت مستقل نمی‌داند به عبارت دیگر خود نه در تملک کنشگر بلکه محصول تعامل نمایشی میان کنشگر و حضارش است. خود اثری نمایشی است که از صحنه‌ی نمایش برمی‌خیزد و در برابر وقفه و قطع در زمان اجرای نمایش آسیب می‌پذیرد. به علاوه افراد هنگام تعامل می‌کوشند جنبه‌ای از خود را نمایش دهند که مورد پذیرش دیگران است (ریترز، ۱۳۹۰: ۲۱۸). کنشگران می‌کوشند خودی را به تماشاگران ارائه دهند که به اندازه‌ی نیرومند باشد که دیگران آن را بپذیرند و طبیعی بیانگرند. بیشتر افراد دوست دارند دیگران قضاوت بهتری از شخصیت آنها داشته باشند، به همین جهت خودی را ارائه می‌دهند که خود ایده‌آل آنها باشد.

اندیشمندان حوزه‌ی جامعه‌شناسی احساسات با رویکردهای مختلف به مقوله‌ی احساسات نظر داشته‌اند. برخی، احساسات را دارای ماهیتی برساختی، تفسیرگرا و فرهنگ‌گرا می‌دانند. در مقابل عده‌ای احساسات را با اجزای مستقل فیزیولوژیکی آن تحلیل می‌کنند و با رویکرد اثباتی به آن توجه می‌کنند. در همین حال برخی دیگر از جامعه‌شناسان توجه خود را به ترکیبی از برساختی بودن و اثباتی بودن احساسات برای تحلیل احساسات معطوف می‌دارند. توجه به کنش‌های متقابل در تعاملات کاربران فضای مجازی ذهن را به برساختی بودن ابراز احساسات در این فضا رهنمون می‌کند و مکتب کنش متقابل نمادین و نظریه‌های متأثر از آن می‌تواند مبنای تحلیلی مناسبی برای تحقیق باشد. از آنجا که کنش دختران در فضای مجازی بر اساس مشخصه‌های کنش متقابل نمادین است و همراه با معانی و رمزگان توافقی بین طرفین شکل می‌گیرد، حساسیت نظری مقاله با توجه به آراء وابسته به این مکتب دنبال می‌شود. یکی از اندیشمندان این حوزه کالینز است. در قلب نظریه‌ی کالینز مفهوم «انرژی احساسی» قرار دارد. انرژی احساسی نیروی محرک کل زندگی انسان‌هاست. تعاملات مناسبی این انرژی را ایجاد و منتقل می‌کنند. تعاملات مناسبی طیفی از روابط جنسی بین عشاق تا روابط کاری، بازی فوتبال و ... را دربرمی‌گیرد (Woodhead & Rise, 2010: 31). نظریه‌ی تعاملات مناسبی نشان می‌دهد که احساسات چگونه در فرآیند تعامل منتقل می‌شود (Collins, 2005: 105). کالینز گفت‌وگو را عاملی برای ایجاد انرژی احساسی تلقی می‌کند و هنگام صحبت از زنجیره‌های کنش متقابل آیینی تأکید می‌کند که تمام فرآیندهای شکل‌گیری عضویت گروهی باید در موقعیت‌های کنش متقابل رخ دهد و «گفت‌وگو» فعالیت اصلی در چنین

موقعیت‌هایی است، اما خاصیت گفت‌وگو به گونه‌ای است که الزاماً باید با یک ارتباط دو سویه برقرار شود. در نگاه کالینز مردم جذب افراد کاریزماتیک می‌شوند و از کسانی که تعامل با آنها مستلزم از دست دادن انرژی احساسی است دوری می‌کنند (Collins, 1975). وی به قضیه‌های کلیدی که شرایط سخن و گفت‌وگو را پدید می‌آورد اشاره می‌کند و معتقد است که هر چه درجه‌ی برابری و همسایگی منابع افراد بیشتر باشد، احتمال بیشتری وجود دارد که مبادله‌های گفت‌وگویی بیشتر (الف) شخصی (ب) انعطاف‌پذیر و (ج) دراز مدت باشد. همچنین هر چه مقدار گفت‌وگو بین افراد به ویژه همگان بیشتر باشد، احتمال بیشتری وجود دارد که (الف) عواطف قوی و مثبت (ب) احساس دوست داشتن (ج) توافق حالت‌ها، دیدگاه‌ها و باورهای مشترک و (د) پیوندهای قوی اجتماعی را - که به دلیل مناسب باقی می‌مانند - به وجود آید (ترنر، ۱۳۹۴: ۵۳۷). هوششیلد همانند کالینز تحت تأثیر نظریه‌ی کنش متقابل نمادین بوده است. وی مسئله را از منظری فمینیستی با توجه بیشتر به بدن و همچنین تمرکز بیشتر بر روابط بین احساس و نامتوازن بودن ساختار قدرت می‌کاود (عزیزآبادی، ۱۳۹۲ به نقل از Woodhead & Rise, 2010: 31 & 32). وی با الهام گرفتن از اروینگ گافمن زندگی اجتماعی را مانند یک صحنه‌ی نمایش می‌بیند که هر کسی نقش متفاوتی را بازی می‌کند، اما وی این رویکرد را گسترش می‌دهد و از قواعد احساس نام می‌برد که دلالت می‌کند بر مدیریت احساسات توسط افراد برای انطباق احساسات خود با متن نمایش نامه‌ای که جامعه تعریف کرده است، دلالت دارد. وی در کتاب *احساس مدیریت شده* می‌گوید: «کارکرد احساس نوعی پیام‌رسانی به فرد است و مانند یک عامل به وی پیام می‌دهد که در یک وضعیت خاص انتظار می‌رود چه احساسی را از خود بروز دهد» (Hochschild, 1983: x- xi). وی بر جنبه‌ی تعاملی احساس تأکید دارد و معتقد است، افراد تلاش می‌کنند تا در هر موقعیتی احساساتی را بروز دهند که مناسب آن موقعیت تعریف شده است (Hochschild, 1979: 551). فضای مجازی فراهم کننده‌ی چنین وضعیتی برای دختران است تا بتوانند از طریق گفت‌وگو و تعاملات سایبری انرژی احساسی کسب کنند و به دلیل فراهم کردن موقعیت همسان برای آنها راحت‌تر بتوانند آزادانه خود را نمایش دهند و احساسات درونی خویش را به دیگران بنمایانند. بنابراین آنها با تلاش برای نمایش مطلوب‌تری از خود با گفت‌وگوهای جذاب و عاطفی در فضای مجازی تلاش می‌کنند انرژی‌های احساسی کسب کنند و از این طریق با بهره‌گیری از قواعد احساسات نسبت به مدیریت آنها در این فضا گام برمی‌دارند.

۴. روش‌شناسی پژوهش

با توجه به موضوع این تحقیق که درصدد دستیابی به تحلیلی پدیدارشناسانه از چگونگی بروز و ابراز احساسات مجازی دختران شهر قم در فضای سایبر است، می‌توان جهان‌بینی حاکم بر آن را از نوع جهان‌بینی ساخت‌گرایی اجتماعی دانست. در واقع در این پژوهش با تحلیل داده‌های کیفی درک جهان طبیعی و مجازی کنشگران، رویدادها و پدیده‌های اجتماعی در قالب هرمنوتیک تفسیری انجام شد، بنابراین در تحقیق حاضر از روش کیفی پدیدارشناسی و برای انتخاب نمونه‌ها از نمونه‌گیری مبتنی بر هدف استفاده شد. محقق انتخاب نمونه‌ها را تا اشباع نظری داده‌ها ادامه داد و برای گردآوری اطلاعات از روش مصاحبه‌ی عمیق بهره گرفت. نحوه‌ی اجرای پژوهش بر اساس روش شش مرحله‌ای ون مانن تشریح شده است. دو گام اول در پدیدارشناسی به روش ون مانن (۲۰۰۳)، در بردارنده‌ی طراحی سؤال پژوهش، انتخاب شرکت کنندگان و جمع‌آوری داده‌ها بود، در گام اول، چيستی تجربه سؤالی بود که پژوهشگر را به اجرای پژوهش برانگیخت و در تمام مراحل پژوهش آن را در ذهن داشت؛ در گام دوم، یعنی «جست‌وجوی تجربه‌ی مد نظر به همان شکلی که زندگی شده»، پژوهشگر پاسخ هر سؤال را با سؤالات و جملات پیگیری کننده مثل «بیشتر توضیح دهید»، «برای من یک مثال بزنید»، «منظورتان چیست؟» و «تجربه‌ی خودتان را بگویید» بیشتر بررسی کرد. در گام سوم، متن هر مصاحبه بارها خوانده شده و خطبه‌خط مضمون‌های موجود در آن بیرون کشیده و در نهایت با شناخت نقش هر کدام از مفاهیم مستخرج درباره‌ی مفهوم احساسات مجازی به تفسیر آنها پرداخته شده است. در گام چهارم، محقق با استفاده از مفاهیم تفسیر شده، شاخصه‌ها و معرف‌های احساسات مجازی کاربران را در قالب مقوله‌هایی تدوین کرد؛ در گام پنجم، ضمن پای‌بندی به سؤال اساسی پژوهش، حفظ بی‌طرفی، دوری از تفاسیر سطحی و حفظ اشتغال ذهنی به پدیده‌ی مدنظر در تمام مراحل تحلیل داده‌ها مد نظر بود و در آخرین گام، محقق طرح کلی مطالعه و مستندات انتخابی را بر اساس اهمیتی که اجزا و بخش‌ها باید در ساختار کلی مدل نهایی تحقیق داشته باشند، در نظر گرفته است.

جامعه‌ی آماری این پژوهش در بردارنده‌ی دختران شهر قم که حداقل ۴ ساعت از شبانه روز وقت خود را در فضای مجازی می‌گذرانند و به نوعی در تعاملات مجازی میان فردی یا جمعی واسطه رایانه از طریق اینترنت در شبکه‌های اجتماعی، اتاق‌های خصوصی و عمومی، کلپ‌ها و .. یا گیم‌بازی‌های رایانه‌ای بوده‌اند، انتخاب شده‌اند. همچنین دختران در رده‌ی سنی ۱۸ تا ۳۲ سال نمونه‌ی تحقیق به حساب آمده‌اند و برای مشارکت در تحقیق دعوت شدند. در نهایت تعداد شرکت‌کنندگان در تحقیق به ۱۵ نفر رسید.

اعتباریابی: ون مانن برای اعتبارسنجی پژوهش‌های پدیدارشناسی شاخص‌های جهت‌دار بودن^۱، قوی بودن^۲، غنی بودن^۳ و عمیق بودن^۴ را ملاک قرار می‌دهد (Vanmanen, 1997: 67). محقق برای امتیازیابی این پژوهش از شاخص‌های ون مانن استفاده کرده است؛ **جهت‌دار بودن:** محقق طی فرآیند پژوهش به تبیین احساسات مجازی متعهد بوده و پیوسته هدف پژوهش را در ذهن داشته است؛

قوی بودن: به توان متن در تفهیم مقصود اصلی که از درک معانی ذاتی منابع داده‌ها (متون مصاحبه‌های مبتنی بر تجربه‌ی زیسته‌ی کاربران در ابراز احساسات مجازی) ناشی می‌شود، اشاره می‌کند که در این پژوهش در کنار مفاهیم و عبارات تفسیر شده لحاظ شده است. **غنی بودن:** معانی‌ای که از طریق خاطره، رویداد، اتفاق، داستان، حکایت و سایر اعمال توصیف پدیدارشناسی کشف می‌شود و در پژوهش حاضر از جمله شواهدی است که «غنی بودن» پژوهش را تأیید می‌کند.

عمیق بودن: که تلاش شد متن در بردارنده‌ی توصیف‌های عمیق باشد و ساختارهای معین و ابعاد تبیین‌کننده‌ی پدیده را به تصویر بکشد.

چگونگی رعایت ابوخه و در پرائنتزگذاری: تعلیق یا ابوخه یا حذف پیش‌داوری‌ها در تحقیق پدیدارشناسی اهمیت بسیار دارد. در این پژوهش محقق تلاش کرد، داده‌ها را بدون پیش‌داوری یا تحمیل عجولانه‌ی معنا، مطالعه کند و این عمل را در همه‌ی مراحل تحقیق مورد نظر قرار داد، برای مثال در طراحی سؤالات سعی شد، سؤالات بدون جهت و بدون بار معنایی نگاشته شوند. توصیف‌ها با توجه به تجربه‌ی خود مشارکت‌کنندگان انجام شد و پیش از انجام مطالعه ابتدا تجربیات، باورها و پیش‌فرض‌های فردی محقق بازنویسی شد تا ضمن آگاهی از آنها از تأثیر آنها در تفسیر جلوگیری شود. همچنین برای تقلیل پدیدارشناختی در این فرآیند تحلیلی، محقق جهان و پیش‌فرض‌ها را در پرائنتز گذاشته تا داده‌ها را در شکل ناب و آلوده نشده با مداخله‌ها و دست‌کاری‌های خارجی شناسایی کند. در مجموع، برای بالا بردن صحت و اعتبار مطالعه از روش‌هایی نظیر کنار گذاشتن دانش قبلی محقق، برگشت به شرکت‌کنندگان و سؤال از آنها هنگام تجزیه و تحلیل داده‌ها و جمع‌آوری داده از طرق مختلف استفاده شد.

1- Orientarion.

2- Strength.

3- Richness.

4- Depth.

۵. یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر، پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها سه مضمون اصلی و چندین مضمون فرعی به دست آمد که به تفکیک در زیر توصیف و تحلیل می‌شوند. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که تجربه‌ی زیسته‌ی احساسات مجازی دختران برای معنابخشی به زندگی‌شان است. در این راستا دختران حین تعامل مجازی به نوعی ذهنی شدن و هم‌ذات پنداری احساس روی می‌آورند تا احساسات خود را ابراز کنند. در این فرآیند ذهنی آنها با احساس رهایی، خود و احساساتشان را از جهان واقعی به جهان مجازی منتقل می‌کنند. احساسات اولیه‌ی آنها به صورت نامرئی و در قالب مفاهیم غیردیداری در شناخت و انتخاب کاربران تعامل کننده بروز می‌یابند و ابراز این احساسات با احساس صمیمیت با افراد و درگاه‌های مجازی شکل می‌گیرد. دختران، خود و احساسات و تعاملات مجازی خویش را با حضور در فضای مجازی هم‌ذات پنداری می‌کنند و به عینی شدن احساسات خود متمایل می‌شوند. در این عرصه، دختران با شبکه‌ای کردن احساسات به تعاملات عینی و بیرونی تمایل پیدا می‌کنند و این امر باعث می‌شود به دیگران اعتماد کنند، احساس همدلی کنند، احساسات خود را برای آنها ابراز کنند و نوعی از خوداظهاری در ارتباطات مجازی را برای خود برگزینند. آنها پس از تعامل و پایان ارتباط، نوعی انضمام و پیوستگی در احساسات را با خود از دنیای مجازی به جهان واقعی به همراه می‌برند. در جدول شماره‌ی ۱ جزئیات آنها مشاهده می‌شود که به دلیل کمبود فضا کدهای توصیفی در این جدول نیامده است.

جدول (۱). مضامین اصلی تحلیل یافته‌ها

مضمون اصلی	زمینه‌ی احساسی	مضمون سطح سوم	مضمون سطح دوم
کیفیت حضور	زمینه‌یایی بروز	معنابخشی به زندگی	حالت تفریحی
			بی‌تمرکزها
			حالت انحرافی
			جذب دیگری
			حالت تجربی
ذهنی شدن احساس مجازی	چگونگی ابراز	در حین تعامل مجازی	ورود به دنیای دیگر
			سفر در روایا
			پرواز روح و ماندن جسم
			ترجیح غیردیداری بودن احساس
			تصویرسازی ذهنی از طرف مقابل
			صمیمیت انسانی و کاربر محور
			صمیمیت تکنولوژیک و درگاه محور
			هم‌ذات پنداری درونی
			هم‌ذات پنداری بیرونی
			اتصال احساسی
			جمع‌گرایی احساس
			اشتراکی شدن احساس
			کنش جمعی احساس
نیروسازی احساس جمعی			
عینی شدن احساس مجازی	پس از تعامل احساس	افشاگری احساسی	صراحت ابراز احساسات
			داوطلبانه شدن ابراز احساسات
			انضمام درونی
			انضمام بیرونی

۵-۱. کیفیت و چرایی حضور و بروز احساسات

دختران دلایل و چگونگی ابراز احساسات مجازی خود را برای معنابخشی به زندگی توصیف کردند. معنا بخشی به زندگی یکی از مهم‌ترین مقوله‌ها برای ابراز احساسات دختران در فضای مجازی بوده است. در این میان برای معنا بخشیدن به زندگی چند مفهوم اساسی در گفته‌های مصاحبه‌شوندگان وجود داشت که این مفاهیم را می‌توان در حالات زیر قرار داد. یکی از این حالت‌ها «حالت تفریحی»^۱ است که دختران موارد و انگیزه‌هایی همچون نیاز به استراحت کردن، رهایی از فشارهای زندگی روزمره و نشاط درونی و روحی را برای معنابخشی به زندگی خود عنوان می‌کردند. معنای دوم مورد نظر کاربران «جذب دیگری»^۲ بوده است. در این حالت، کاربران به دنبال «دیگری مطلوب» بوده‌اند که ارزش واسپاری احساساتشان را داشته باشند. معنای موجود در حالت سوم «حالت انحرافی»^۳ است. حالت انحرافی نشان دهنده کسانی است که نسبت به اهداف و ارزش‌های زندگی روزمره‌ی خود بیگانه‌اند. این حالت با مفاهیم عامیانه‌ای همچون «سر کار گذاشتن» و «سر به سر گذاشتن» پیوند می‌خورد. کاربران با کنش‌های بی‌هدف خود تنها در جست‌وجوی نوعی لذت و دستیابی به معنایی انحرافی برای زندگی واقعی خود هستند. حالت بعدی «بی‌تمرکزی»^۴ است؛ کاربرانی که برای رهایی از احساسات نامطلوب زندگی واقعی خود لذت‌های بی‌معنی را دنبال می‌کنند. ویژگی اصلی این حالت جست‌وجوی معنا در مراکز احساسات دیگران در طول تعاملات سایبری است. حالت پنجم تجارب کاربران «حالت تجربی»^۵ است که در جایی دیگر کمتر امکان تجربه‌ی آن وجود دارد و تجربه‌ی جدید از احساسات در فضای سایبری برای ابراز کنش‌ها و تحرکات احساسی را شامل می‌شود. کاربران در این باره عنوان کرده‌اند که تعاملات احساسی خود را یک تجربه تلقی می‌کنند و این تجربه‌ای است که تنها از طریق حضور در فضای مجازی می‌توان آن را کسب کرد.

۵-۲. ذهنی شدن احساس مجازی

این مضمون در بردارنده‌ی چهار مضمون فرعی است که دختران در ابراز احساسات خود و ورود به دنیای مجازی در ابتدا با درونی کردن احساسات و ابراز نکردن آنها به شیوه‌ی عینی در تعامل با دیگران روی آوردند. این ذهنی شدن احساس بیشتر در طول دوره‌ی تعامل مجازی در

- 1- Recreational mode
- 2- Other absorb
- 3- Diversionary mode
- 4- Centerless
- 5- Experiential mode

تجربه‌ی زیسته‌ی دختران شکل گرفته بود. این مضمون مضامین فرعی زیر را شامل می‌شود:

۵-۲-۱. رها شدن از جهان واقعی^۱

مضمون رهاشدن از جهان واقعی در تجربه‌ی زیسته‌ی مشارکت کنندگان دربردانده‌ی سه مضمون فرعی یعنی «ورود به دنیای دیگر»، «سفر در رؤیا» و «پرواز روح و ماندن جسم» تجربه شده است. مشارکت کنندگان پس از حضور در جهان مجازی و آغاز تعامل با دیگری، نوعی احساس رهایی و آزادی از جهان واقعی را تجربه کرده‌اند. آنها بیان کرده‌اند که هدف از این رهایی - که به مثابه حس پرواز برای آنها بوده است - باعث ایجاد نوعی احساس جدا شدن از مرزها و عالم فیزیکی واقعی و همراه شدن روح با آنها در جهان جدید بوده است. در این میان از این حس به «پرواز روح و ماندن جسم» تعبیر کرده‌اند. این پرواز و رهایی از کنترل‌های دنیای عینی برای آنها مانند سفر در رویا بوده است که گاهی چنان در این فضا حضور می‌یافتند که احساس دوگانگی در رؤیا و واقعیت را برایشان به دنبال داشته است. سارا یکی از مشارکت کنندگان در این باره می‌گوید:

«چطوری بگم! همون اولش یه جورایی آدم فک می‌کنه واقعاً میزنه بیرون از این دنیا، (ورود به دنیای دیگر) میره یه جایی که خودتی و خیالای خودت، یعنی می‌خوام بگم یه جوروی انگار توی رؤیا داری سفر می‌کنی، (سفر در رؤیا) یا میری یه جایی که دیگه فقط جسمت اینجاس، روح میره توی یه دنیای دیگه (پرواز روح و ماندن جسم). انگار هم بیداری هم توی رؤیایی. بعضی وقتا که یکی از دوستامو بعد از مدت‌ها می‌دیدم فک می‌کردم واقعاً بیدارم یا دارم خواب می‌بینم که دوستمو اینجا دارم می‌بینم...»

فرشته یکی از مشارکت کنندگان تجربه‌ی زیسته‌ی خود را چنین بیان کرده است:

"تو نت که میرم فک می‌کنم میرم یه دنیای دیگه یعنی می‌پریم یه دنیای دیگه، اصلاً فک می‌کنم بریده میشم از همه‌ی بدبختیام (ورود به دنیای دیگر)..."

میترا هم در این باره می‌گوید:

«می‌تونم بگم این آدم‌ها دو تا جسم دارند یکیشو توی فضای واقعی جا می‌ذارند و یکیشو با خودشون میارن اینجا؛ یعنی می‌خوام بگم این جسم مجازیش غیر از اون واقعیش، اصلاً اون جسم حقیقیشونو اونجا جا می‌ذارن و همون جا ره‌اش می‌کنن. اون جسمی که دوس دارن باهاش با هر کسی برای خودشون رابطه برقرار کنن با خودشون اینجا میارن (پرواز روح و ماندن جسم)».

۵-۲-۲. تمایل به نامرئی بودن احساس

مفهوم نامرئی شدن به درونی شدن و انتزاعی بودن احساس دلالت می‌کند که در ارتباطات مجازی طرفین ارتباط آن را رؤیت نمی‌کنند. در این حالت احساسی، کنشگران در فضای مجازی تمایل دارند احساسات خود را به صورت غیردیداری و از طریق شنیداری یا مکتوب و یا در قالب تصاویر دریافت کنند. این شکل دریافت احساسات برای آنها جذاب‌تر است. این مضمون در نگاه مصاحبه‌شوندگان شامل دو مفهوم «ترجیح غیردیداری بودن برای دریافت احساس» و «تصویرسازی ذهنی از طرف مقابل» می‌شود.

مشارکت‌کنندگان در توصیف این مضمون ابراز کرده‌اند که در ارتباطات مجازی چه زمانی که در هر دو طرف ارتباط واسطه رایانه، کاربران و کنشگران باشند و چه زمانی که تکنولوژی یا رایانه یک سر این طیف ارتباطات باشد (مثل تعامل فردی کاربر با رایانه یا زمانی که مشغول انجام بازی رایانه‌ای است)، نمایش نشانه‌ها، الفاظ معنامند احساسی و تصاویر باعث شکل‌گیری احساسات می‌شوند، اما در بسیاری از موارد بروز آن در حالات ذهنی و انتزاعی باقی می‌ماند و امکان دیده شدن برای مشارکت‌کنندگان - که در فضای تعامل احساسی مجازی هستند - وجود ندارد، مگر زمانی که از امکانات و قابلیت‌های سمعی و بصری مجازی برای ارتباطات مجازی بهره گرفته شود. در این صورت برخی از همان واقعیت حاکم بر ارتباطات احساسی واقعی در این ارتباطات مجازی ظهور و بروز پیدا می‌کنند و نیز شرایط حاکم بر آن را خواهند داشت.

کنشگران ابراز کرده‌اند که همین رؤیت‌ناپذیری فرستنده‌ی پیام باعث جذابیت بیشتر تعامل و شکل‌گیری احساسات لذت‌گرایانه در آنها می‌شود. در این حالت آنها خودشان به صورت ذهنی از کنشگر دیگر در ذهنشان تصویرسازی و چهره‌ی مطلوب و دلخواهی از آن در ذهن خود مجسم می‌کنند که این وضعیت باعث پسندیده‌تر و مطلوب‌تر بودن تعامل غیردیداری مجازی برای آنها می‌شود.

سانایز در توصیف این مفاهیم، تجربه‌ی زیسته‌ی خود را اینچنین بیان کرد:

«زمانی که از طریق تایپ و نوشتن یا ویس با کسی صحبت می‌کنم اون عطشی که در من به وجود میاد خیلی بیشتره نسبت به زمانی که با وب کم دارم چهره‌ی طرف رو می‌بینم {ترجیح غیردیداری بودن برای دریافت احساس}. این طوری حسم اینه که خودم دارم برای خودم و توی ذهنم شکل و شمایل طرف رو می‌سازم! رؤیایپردازی می‌کنم! این طوری اون چیزی که از طرف مقابل می‌شنوم را توی ذهنم پردازش می‌کنم {تصویرسازی

ذهنی از طرف مقابل} و به تصویری ارزش می‌سازم که همه‌اش ذهنی خودمه {تصویرسازی ذهنی از طرف مقابل}. ولی وقتی دارم قیافه‌ی طرفو می‌بینم اون حسه دیگه برام نیست یا حداقل دیگه خیلی کمتره نسبت به قبل!».

دنیا جذابیت این ارتباط احساسی نامرئی را در «راحت‌تر بیان کردن آنچه در درون کاربر است» عنوان و اینگونه توصیف می‌کند:

«همین که نمی‌بینی اونیه که داری باهاش ارتباط برقرار می‌کنی، آدم به جوری میشه! به آدم بیشتر می‌چسبه تا اینکه از نزدیک بخوای ببینیش! {ترجیح غیردیداری بودن برای دریافت احساس}. فک می‌کنم اینکه اینجا راحت‌تر می‌تونی هر چی درونته بریزی بیرون و بهش بگی، جذابیتش به همینه!».

۵-۲-۳. احساس صمیمیت

مفهوم احساس صمیمیت در فضای سایبر را می‌توان به معنای احساس نزدیکی کردن و همدلی به دیگران تصور کرد که پیامد آن احساس خودمانی شدن و اعتماد داشتن به طرف مقابل و محرم دانستن آنها برای ابراز واقعیات خود است. این احساس تعلق خاطر می‌تواند در درون خود نوعی ارتباط نزدیک و خودمانی با کاربران دیگر یا مجازی و درگاه‌های مجازی در اینترنت داشته باشد. این مضمون صمیمیت که در توصیف احساسات و بیان مشارکت کنندگان وجود داشت، دربردارنده‌ی دو مفهوم وابسته و دو جنبه‌ی «صمیمیت انسانی و کاربر محور» و «صمیمیت تکنولوژیک و درگاه محور» دارد.

الف. صمیمیت انسانی و کاربر محور

مفهوم صمیمیت انسانی و کاربر محور که به نوعی صمیمیت نامتقابل از راه دور با شخصیت‌های مجازی تلقی می‌شود در بیان مصاحبه‌شوندگان به حالتی اطلاق می‌شود که آنها در تعامل با کاربر انسانی نوعی وابستگی به آن پیدا می‌کنند و این عامل باعث ایجاد صمیمیت در آنها می‌شود. در بالاترین وجه کاربران در این نوع از ارتباط مبتنی بر صمیمیت از راه دور و تعلق و وابستگی مجازی ممکن است کاراکتر یا الگویی انسانی را برای اعمال و رفتارشان انتخاب کنند.

سانیز در این باره می‌گوید:

«یه سری شخصیت‌ها که معروف شدن تو فضای مجازی به دلیل حالا یه کار مردم پسند یا یه عمل خیر یا حتی یه ویژگی خاص که مردم بهشون اقبال نشون دادن، خب این شخصیت‌ها را همه دوس دارن... این که بگم چه جور دوس داشتنیه خب! یه جور دوس داشتنه دلپه! یعنی چون یه ویژگی متفاوت و محبوب دارن و به خاطر همین هم محبوب شدن، آدم با دیدن اسمشون یا تصویرشون احساس می‌کنه که دوستشون داره!».

شیدا خوش آمدن و محبت درونی به قیافه‌ی این شخصیت‌ها را تنها محدود به کاراکترهای مثبت نمی‌داند و خوش آمدن از کارهای آنها را برای ایجاد این وابستگی و صمیمیت از راه دور کافی دانست:

«حالا همه‌ی این شخصیت‌ها را که همیشه گفت همشون چون قشنگن آدم باهاشون ارتباط برقرار می‌کنه! اتفاقاً یه عده‌شون مصداق کارای شر و خلافن و با یه قیافه‌ی نکبتی و حال به هم زن خوب ادا در میارن و مسخره می‌کنن یه سری چیزایی که بیخودی مردم دوستشون دارن! به نظرم همین شخصیت‌های شر و خفن را هم آدم خوشش میاد ازشون، همین که خوشش میاد یعنی یه جوری دوستش داره و باهاش ارتباط برقرار می‌کنه! همینش هم یه نوع حسه، حالا قرار نیست که از قیافه خودشون خوشمون بیاد، همین که یه کارایی می‌کنن که آدم خوشش میاد کافیه!».

ب. صمیمیت تکنولوژیک و درگاه محور

در این گونه از صمیمیت - که نوعی صمیمیت نامتقابل از راه دور با درگاه‌ها و ورودی‌های اطلاعاتی فضای سایبر تلقی می‌شود - صفحات مجازی و نفس تکنولوژیک فضای سایبر باعث احساس خودمانی شدن و ارتباط نزدیک با آن می‌شود. حال این درگاه یا صفحه‌ی مجازی یک ویژگی ممتاز و پسندیده برای کاربران دارد که آنها را جذب خود کرده است. این صمیمیت از راه دور به گونه‌ای است که کاربر نسبت به آن درگاه احساس تعهد، هم بودگی و تعلق می‌کند. کنشگران از طریق تعامل احساسی با آنها در درون خود یک نوع «ارتباط مداوم احساسی» ایجاد کردند. مشارکت کنندگان مواردی مانند تسهیل در برقراری ارتباط و پیشینه‌ی ذهنی مثبت خود نسبت به این درگاه‌ها و صفحات مجازی را عاملی برای جذاب بودن و احساس محبت درونی نسبت به آنها ابراز داشته‌اند.

نیکی پیشینه‌ی ذهنی مثبت را عاملی برای ایجاد صمیمیت درونی و از راه دور نسبت به درگاه مجازی دانست و می‌گوید:

«یه همایشی دانشگاه برگزار کرده من اونجا دو تا چکیده مقاله دادم که پذیرفته شدند و یکیشون هم پرزنت شد، وقتی ماکت سایتو پس زمینه ورود به صفحه آدرس می‌بینم احساس دل بستگی در من نسبت به اون سایت پیدا میشه!».

میترا تسهیل دسترسی و آسان کردن ارتباط گیری را عاملی برای دوست داشتن درگاه مجازی عنوان کرد و گفت:

«من شخصاً تلگرامو خیلی دوس دارم، یعنی تو این چن وقت نبوده که من بخوام چن ساعت ازش دور باشم، یه بار گوشیم ریست شد و تلگرامم پرید اونقدر اعصابم به هم ریخت و در به در گشتم که بتونم چطوری همیشه اون داده‌هامو برگردونم که نشد. فک کنم با این وضعی که من دارم تنها فقط اون وقتی که من دیگه نباشم اون وقته که بین من و تلگرام جداییه!... خب! یه جوری آدم بهش وابسته میشه و همش توی ذهنشه که مثلاً الان این پیامو فرستادم برای فلانی الان دریافتش کرده؟ چه واکنشی داره نسبت بهش؟ کیا برام پیام فرستادن؟ یه نوع حس انتظار در آدم به وجود میاره و اینکه آسون کرده ارتباط رو آدم دوسش داره!».

۵-۲-۴. هم‌ذات پنداری احساس

هم‌ذات پنداری یکی از مفاهیمی است که در روابط متقابل میان کنشگران در فضای مجازی برای تعامل احساسات به آن توجه می‌شود. در هم‌ذات پنداری کنشگر یا کنشگران از طریق متصور شدن خود به جای «دیگری» تلاش می‌کند تا درون‌مایه‌های مبتنی بر تجربه‌ی زیسته‌ی او را با روابط همدلانه بفهمند. این مفهوم ناظر به دو بعد درونی و بیرونی است. از آنجا که کنشگر با رجوع به خود و مفروض داشتن و ایجاد احساس درونی در خود برای شکل‌دهی به احساس در این روابط مجازی تلاش می‌کند، نوعی تکیه بر سطح ذهنی کنشگرانه‌ی خود است. در بعد بیرونی احساس مجازی، کنشگر متناسب با فهم احساسی فرد دیگر و ورود به حوزه‌ی تجربه‌ی زیسته‌ی طرف مقابل کنش‌هایی از خود در برابر او بروز می‌دهد که به صورت روابط همدلانه می‌تواند متجلی شود.

الف. هم‌ذات پنداری درونی

مفهوم درونی شدن احساس از طریق ورود به دنیای دیگری و تصور و مفروض داشتن خود به جای آن در فضای سایبر ایجاد می‌شود. در این حالت احساسی، کاربر ساز و کارهای احساسی را

در ذهن خود مجسم می‌کند و از طریق پنداشتن خود به جای دیگری یا قرار گرفتن در موقعیتی احساسی در فضای مجازی، به ذهنی شدن احساس روی می‌آورد. در نگاه مشارکت کنندگان این حالت بیش از همه باعث ایجاد احساساتی همچون ترس، اضطراب، استرس و خوشحالی برای آنها شده است. آنها ابراز داشته‌اند که این پنداشت خود به جای دیگری یا تصور خود در موقعیتی احساسی در فضای مجازی، هیجان کنشگری آنها را در محیط سایبری بالاتر می‌برد.

ب. هم‌ذات پنداری بیرونی

هم‌ذات پنداری بیرونی احساس در فضای سایبر به مجموعه فعالیت‌ها و اقداماتی که کاربر از طریق هم‌ذات پنداری خود با دیگری برای همسان شدن با او از طریق نمایش، تقلید یا انجام عملی مشابه با کنش دیگری در فضای حقیقی از خود ابراز می‌دارد، گفته می‌شود. بیرونی شدن احساس نمود عینی حالات احساسی است که فرد از طریق مشابه سازی خود با دیگری در فضای واقعی انجام می‌دهد. کاربران بیرونی شدن احساس را به همانند سازی خود با دیگری توصیف کرده‌اند. مشارکت کنندگان در بیان تجربه‌ی زیسته‌ی خود مفاهیم «هم‌ذات پنداری درونی» و «هم‌ذات پنداری بیرونی» در احساسات را که از طریق همانندسازی خود با شرایط موجود در فضای سایبر یا با دیگری کنشگر شکل دادند، به صورت زیر توصیف کرده‌اند:

دنیا تجربه‌ی خود برای هم‌ذات پنداری و احساس عینی و ذهنی خود برای همانندسازی با دیگری را این گونه توصیف کرد:

«توی یکی از گروه‌ها بچه‌ها یک کلیپی گذاشتن که خانم بازیگری که من عاشقش هستم استیل بدنی مطلوب من رو داشت من با دیدن اون کلیپ تصمیم گرفتم که لاغر شم و خودمو مثل اون توی فرم اون در بیارم! {هم‌ذات پنداری بیرونی} خیلی اذیت شدم از خورد و خوراکم زدم حتی ناراحتی معده گرفتم ...».

هانیه تجربه‌ی خود از طریق دیدن تصاویر واقعی‌ کربلا از طریق دوربین واقعیت مجازی که هر دو مفهوم ذهنی شدن و عینی شدن احساس را برای او به همراه داشته است، این گونه توصیف کرده است:

«با دیدن این صحنه‌ها اون تجسمات قبلی که درباره‌ی حادثه‌ی کربلا داشتیم را در واقعیت مجازی دیدم! {درونی شدن احساس}. نمی‌تونم ببینی و تحت تأثیر قرار نگیری! {بیرونی شدن احساس}. نمی‌تونم! خودم هم جدی نمی‌گرفتم! انگار اونجا حضور داشتم! {بیرونی شدن احساس}. هر طرف نگاه می‌کردم مظلومیت امام حسین و یارانشو می‌دیدم! {بیرونی

شدن احساس}، حس می‌کردم برگشتم به اون زمان و در میدان جنگ هستم! {درونی شدن احساس}، می‌خواستم کمک کنم دستامو اونور و اینور می‌بردم تا چادر آتش نگیره، {درونی شدن احساس}، کمکی بکنم، اما می‌فهمیدم که اثری نداره! نتونستم طاقت بیارم خیلی سخت بود، واقعاً نتونستم!.. اصلاً اشک امانم نمی‌داد {بیرونی شدن احساس}، تا چند وقت، عینکو گذاشتم کنار اما آتیش رو هم که می‌دیدم دوباره دلم می‌سوخت...».

۳-۵. عینی شدن احساس مجازی

مضمون عینی شدن احساس مجازی از محوری‌ترین مفاهیم موجود در این تحقیق است که به نوعی کاربران احساسات خود را در فضای مجازی از مرحله‌ی ذهنی بودن بیرون می‌آوردند و آن را در خارج از اذهان و درونیات خود منتشر می‌کردند. این مضمون محوری شامل مضامین سطح دوم زیر است:

۱-۳-۵. شبکه‌ای شدن احساسات

مضمون شبکه‌ای شدن احساسات بر هم‌افزایی و جمع‌گرایی کاربران برای تبادل احساسات خود و به نمایش گذاشتن آنها دلالت می‌کند. این مضمون در بردارنده‌ی مفاهیم «اتصال احساسی»، «جمع‌گرایی احساس»، «اشتراکی شدن احساس»، «کنش جمعی احساس» و «نیروسازی احساس جمعی» است. مشارکت کنندگان اتصال احساسی در فضای مجازی را برای تفریح و سرگرمی و ابراز احساسات خود عنوان کردند. این اتصال و پیوند میان آنها به شکل‌گیری جمع‌گرایی احساسی منجر می‌شود که با همدیگر و در درون یک جمع، احساسات مجازی خود را ساماندهی و ابراز می‌کنند. کنشگران در همین میان با به اشتراک گذاشتن احساسات و عواطف خود نسبت به نمایش احساسات خود و ثبت آنها در فضای مجازی نوعی کنش جمعی احساسی را برای همدیگر به ارمغان می‌آورند. آنها بیان کردند که این کنش‌های جمعی احساسی را به منظور نیروسازی و انرژی بخشی به فعالیت‌ها و کنش‌های روزمره‌ی خود دنبال می‌کنند.

سپیده این مضمون را با اهداف و مفاهیم فرعی آن در کنش‌های جمعی خود چنین بیان می‌کند:

«یه گروه با دوستان ایجاد کردیم فقط مسخره بازی! یعنی هر چی توی این گروه می‌نویسیم برای خندیدن {جمع‌گرایی احساس}، خب توی زندگی واقعی هزار مشکل هست که کمتر می‌تونیم همدیگرو ببینیم اما اینجا دیگه راحت‌تر با همدیگه کانکت می‌شیم {اتصال احساسی} و می‌گیم و می‌خندیم، {کنش جمعی احساس}».

فرزانه هم در این باره می‌گوید:

«توی به گروه طنزی عضوم. در طول روز چند بار که میرم تلگرام حتما بهش سر می‌زنم، توی این گروه مجازی مسائل روز رو با چاشنی طنز میارن و واقعاً برای برون رفت از مشکلات خوبه که هر چند ساعت یه بار سر بزنی خودتو رفرش کنی {نیروسازی احساس جمعی}. این یکی از ویژگی‌های خوبه اینترنته که آدم‌ها را به هم وصل می‌کنه {اتصال احساسی}. می‌بره توی این چت روم‌ها و کانال‌های مورد علاقه تا بتونند خودشونو خالی کنند {نیروسازی احساس جمعی}. افسردگی‌هاشون و گرفتاری‌هاشونو برای چند دقیقه که شده بریزن دور {نیروسازی احساس جمعی}».

۵-۳-۲. افشاگری احساسی

احساسات در فضای مجازی فرصت ظهور و بروز بیشتری پیدا می‌کنند، خاصیت گمنامی و عدم حضور باعث می‌شود کاربران در کنترل و عدم ابراز احساسات خود سختگیری نکنند و متناسب با امیال و عواطف درونی، فضای مجازی را به عنوان بستر مناسبی برای خودافشایی مسائل و تجربه‌های زیسته‌ی خود برگزینند. کاربران ممکن است در ارتباطات احساسی خود برای خوداظهاری، در فضای مجازی نسبت به فضای واقعی احساس امنیت روحی و روانی بیشتری کنند. بنابراین این احساس امنیت می‌تواند یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها در خودافشایی افراد در فضای مجازی باشد. این مفهوم در بردارنده‌ی دو مضمون «صراحت ابراز احساسات» و «داوطلبانه شدن ابراز احساسی» است که در بیان مصاحبه‌شوندگان آمده است.

فرزانه در توصیف احساسات خود می‌گوید:

«یه مشکل روحی داشتم که باید تحت نظر مشاور درمانم رو ادامه می‌دادم، یه سری مباحثی که مشاور خواستار پاسخ از سوی من به اونها بود را شرم داشتم و احساس خجالت می‌کردم و نمی‌تونستم در حضور ایشان بیان کنم و مشاور اون اطلاعات را برای درمان من کلیدی می‌دونست، پیشنهاد شد که به صورت آنلاین و از طریق شبکه با هم تعامل کنیم تا من راحت‌تر اونا را بیان کنم و همین‌طور هم شد و من برای بیان اون اطلاعات راحت‌تر بودم و تونستم سؤالات مشاور را پاسخ بدم! {داوطلبانه شدن ابراز احساسی}».

مصاحبه‌شونده‌ی دیگری می‌گوید:

«همکارمون توی اداره مدت‌ها بود که یه پولی ازش می‌خواستم و به بهانه‌های مختلف نمی‌داد، باهاش هم رودربایستی داشتم که چطوری ازش بگیرم و چی بهش بگم، هر کاری

کردم نتونستم در حضورش جدی و رسمی پولمو مطالبه کنم، رفتم توی تلگرامش و کاملاً تند و تهدیدآمیز و با ذکر این خصوصیت بد اون که مال مردم برات ارزشی نداره را نوشتم و ازش خواستم که زودتر برگردونه، من عمراً بتونستم این چنین درخواستمو پیشش مطرح کنم، من خیلی کمرو و احساساتی هستم و زود مثل لبو قرمز میشم! {صراحت ابراز احساسات}».

۵-۳-۳. انضمامی شدن احساس

«انضمامی شدن احساس» از دیگر مضامینی است که در تجربه‌ی زیسته‌ی دختران پس از تعامل کاربران در فضای مجازی یا در ارتباط کاربر با رایانه از طریق حضور و تعامل فردی در فضای مجازی هنگام بازی‌های رایانه‌ای ایجاد شد. منظور از انضمامی شدن احساس پیوستاری شدن احساسات است که در فضای مجازی شکل می‌گیرد و به فضای واقعی کشانده می‌شوند. در واقع تجربه‌ی زیسته‌ی کاربران حاکی از آن بود که آثار احساسی کنش‌های کنشگران و بر ساخت‌های احساسی آنها مثل غم، شادی، خشم و ترس و سایر احساسات منتج از این موارد پس از کنشگری در فضای مجازی به دنیای واقعی کاربران پیوست می‌شود. منظور از این مضمون، تداوم و همراه شدن احساساتی است که کاربر با حضور در فضای مجازی آنها را کسب می‌کند و حتی بعد از تعامل در این فضا، آن احساسات در امتداد زندگی خود به فضای عینی و واقعی کشیده می‌شود و در روابط فردی و اجتماعی او بعد از ترک فضای سایبری تأثیرگذار است.

این احساسات مجازی می‌توانند بعد از فارغ شدن از محیط مجازی در «انضمام درونی» فرد و یا در «انضمام بیرونی» او نمود پیدا کنند و محیط فیزیکی او را تحت تأثیر احساسات بر ساختی او در فضای مجازی قرار دهند.

عاطفه تجربه‌ی انضمام درونی احساسات مجازی خود را این گونه توصیف می‌کند:

«وقتی در تلگرام فیلم دوربین مجلس را زمانی که تروریست‌ها وارد مجلس شدند و مردم را به رگبار بستند دیدم و اون صحنه‌ای که یکی از شهدا تلاش می‌کرد بره زیر صندلی‌های سالن انتظار تا از دست تروریست‌ها در امان باشه، ولی نهایتاً یه تروریست دیگه اومد و تیر خلاص زد بهش، تا دو شبانه روز احساس خیلی بدی داشتم. طوری که شب اول به سختی خوابم برد و وقتی بیدار شدم هم همون صحنه اومد جلو روم. این احساس همیشه همراه بود و اون صحنه هی مجسم می‌شد برام و یه جور احساس ناامنی هم با من بود. خداییش خیلی ناراحت کننده بود.»

کیمیا هم انضمام بیرونی احساسات خود را در تجربه‌ی خود چنین می‌گوید:
«تو تلگرام یکی از دوستانم با یه حرف مزخرفی منو ناراحت کرد، اونقدر ازش متنفر شدم که بلاکش کردم بعد تلگراممو حذف کردم و برا چن روز فاتحه‌ی اینترنت و وب را خونده بودم».

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج‌ها نشان می‌دهد دختران برای معنابخشی به زندگی به ابراز احساسات مجازی خود روی آوردند. آنها فرآیند شکل‌گیری احساسات مجازی خود را با دو مفهوم اصلی ذهنی شدن و عینی شدن در ابراز احساسات خلق کردند. دختران در مضمون ذهنی شدن احساس، به رها شدن از جهان واقعی احساسات خود و بروز آن در قالب مفاهیم گفتاری، شنیداری و مکتوب روی آوردند. آنها با احساس صمیمیت با کاربران دیگر که در فضای مجازی حضور داشتند، راحت‌تر به بیان اسرار و درونیات خود پرداختند. این نوع از خوداظهاری دختران می‌تواند باعث نوعی دوگانگی در هویت درونی آنها و در ارتباطات خود با دیگران در فضای واقعی شود. اختلال هویتی و ارتباطی در دختران در دراز مدت به شکل‌گیری چالش‌های جدی در روابط اجتماعی و نقش‌های متصور برای آنها در آینده منجر می‌شود. احساس صمیمیت مجازی می‌تواند باعث انتقال عواطف دختران از محیط واقعی به محیط مجازی شود. این امر اگر با تصور آرمانی بودن فضای مجازی برای بروز عواطف و احساسات آنها مبدل شود، نه تنها سبب ایجاد دوگانگی عاطفی و هویتی در دختران می‌شود، بلکه به بدبینی‌های زندگی اجتماعی و بیماری‌های روحی و روانی نیز در آنها منجر می‌شود. در واقع دختران با هم‌ذات‌پنداری درونی و بیرونی خود در فضای مجازی و نیز شبکه‌ای کردن ارتباطات احساسی به تعاملات عینی و بیرونی تمایل پیدا کردند. احساس صمیمیت و بروز عواطف خود همراه با اعتماد و دل‌بستگی به دیگران در تعاملات مجازی از پیامدهای این امر قلمداد می‌شود. در این میان، دختران با انضمام و پیوستگی احساسات خویش از محیط مجازی به فضای واقعی به بروز و ابراز ارتباطات خود اقدام کردند. تقریباً هیچ پژوهش داخلی مشخصاً به تجربه‌ی زیسته‌ی کاربران در ابراز احساسات مجازی دختران و با استفاده از روش پدیدارشناسی توجه نشان نداده است. یافته‌های این پژوهش در نوع خود و در میان پژوهش‌های داخلی در فضای مجازی جدید است. در واقع معدود پژوهش‌های داخلی که برخی از احساسات را موضوع خود قرار دادند، یک احساس خاص مثل عشق را با مطالعه‌ی کارکردهای فضای مجازی و تأثیر در دگرگونی شکلی این احساس توصیف کردند. در تحقیقات خارجی به این موضوع توجه شده ولی گستردگی احساسات مجازی و استفاده از روش پدیدارشناسی مورد توجه پژوهش‌گران نبوده است. نتایج

این پژوهش برخلاف نگرش‌های پوزیتیویستی - که در نظر آنها احساسات به صورت عینی قابل تحقق هستند و ریشه در مسائل بیولوژیکی دارند - نشان می‌دهد که برای شناخت احساسات و چگونگی ابراز و بروز آن باید به واقعیت‌های ذهنی افراد رجوع کرد و تجربه‌ی زیسته‌ی آنها مبنای مناسبی برای تحلیل این وضعیت است. تفسیر ماهیت و چگونگی پدیده‌ی احساسات مجازی در تناسب با تجربه‌ی زیسته‌ی دختران و زمینه‌های بروز و ابراز آنها علاوه بر اینکه باید در تحلیل شرایط اجتماعی دختران مد نظر قرار گیرد، بایستی هم‌راستا با نقش‌های جنسیتی دختران و موقعیت فیزیولوژیک آنها در زندگی روزمره مورد توجه واقع شود.

در تناسب با سنخ‌شناسی نظریات حاکم بر جامعه‌شناسی احساسات، این پژوهش مؤید توجه به احساسات مجازی در رویکرد برساخت‌گرایی اجتماعی است که تأکید می‌کند، احساسات زاییده‌ی محیط اجتماعی هستند. در بین نظریه‌های این رویکرد به مکتب کنش متقابل نمادین و نظریات گافمن، کالینز و هوقشیلد در جامعه‌شناسی احساسات می‌توان توجه کرد. در مجموع، ماهیت فضای مجازی به گونه‌ای است که مسئله‌ی رهایافتگی و عریان‌سازی^۱ بدن از احساسات به همان سادگی که صورت می‌پذیرد، مجدداً برقرار می‌شود. رابطه‌ی میان کاربران و جهان احساساتشان و تداوم بر حضور آن در فضای سایبر تابع وجود محرک‌های احساسی و جذابیت‌های هیجانی است که می‌تواند دختران را در یک عرصه‌ی زمانی در این پیوند نگهدارد. این فرآیند رها شدن از جهان واقعی و حضور دختران در فضای مجازی نقطه‌ی آغازین تمامی کنش‌های احساسی آنها در جهان مجازی است. به عبارت دیگر حضور و پیوند آنها در فضای مجازی با حضور و احساس رهایی بدن فیزیکی‌شان از محیط واقعی شکل می‌گیرد و سرآغاز همه‌ی تغییرات و تحولات کنشی است که در این فضا برای دختران جریان پیدا می‌کند، اما این حضور احساسی سایبری می‌تواند با شکل‌گیری ناکامی‌ها، شکست‌ها و انقطاع، وابستگی‌ها و نفرت‌ها و با «احساسات مجازی سرریز شده» مختل شده و به یک فرآیند رفت و برگشتی تبدیل شود. در این فرآیند، جریان رهایی و بریدگی از محیط حقیقی مدام دچار تغییر وضعیت می‌شود و با حضور مقطعی دختران در جهان عینی - مجازی همراه می‌شود. آنها در تعاملات مجازی خود از طریق پل احساسی و با اتکا به تجربه‌ی زیسته‌ی خود یا انتقال از طریق تصور و با فرض خود به جای «دیگری»، به کنش‌های احساسی آن «دیگری» پای می‌گذاشتند و هیجان‌ات و کنش‌های احساسی «دیگری» را در خود متصور می‌شدند. این امر فرد را به دنیای دیگری پیش می‌برد تا آنجا که خودش را «دیگری» فرض

می‌کند و با نمود احساساتی همچون ترس، شگفتی، خشم، خوشحالی و ... می‌تواند همراه باشد. در چنین شرایطی احساس دوگانگی‌ها، اختلال‌های هویتی، اعتمادهای کاذب و آرمانی پنداشتن فضای مجازی را برای ابراز و بروز ناگفته‌های درونی یا علایق و احساساتی که امکان ابرازشان در دنیای واقعی وجود ندارد، به دنبال دارد. در این میان امکان سوء استفاده‌ها از این احساسات و همراه سازی‌های احساسی کاذب و مقطعی افزایش می‌یابد و هویت حقیقی و دخترانه‌ی آنها تحت تأثیر این نوع صمیمیت‌ها و خودافشاگری‌های مبتنی بر اعتمادهای نابجا مخدوش می‌شود. این «دیگری‌ها» در صورت جایگزین شدن در تعاملات سنتی یا مسلط شدن بر دختران در ابراز و بروز احساسات خود، به شکل‌گیری مسائلی اجتماعی منتهی می‌شود که آثار زیان‌باری بر پیکره‌ی سنتی جامعه‌ای مانند قم دارد. فراروی دختران از قلمرو سنتی خود و آرمانی‌اندیشیدن و تلاش برای دستیابی مؤلفه‌های ذهنی که از مشخصه‌های عصر مدرن است با گشودگی احساس و جست‌وجوی تکیه‌گاه احساسی در محیط سایبر می‌تواند فرجامی ناخوشایند در نقش‌ها و مسئولیت‌های اجتماعی حال و آینده آنها در پی داشته باشد. با توجه به ویژگی‌های روان‌شناختی و فیزیولوژیکی دختران - که آنها را به لحاظ موقعیت‌ها و جایگاه‌های خود در مقام همسری و مادری احساسی‌تر از مردان بار آورده است - منضم شدن احساسات مجازی برای آنها می‌تواند باعث تداخل، سرآسیمگی و آشفتگی احساسی در زندگی واقعی آنها شود و در صورت نهادینه شدن این وضعیت نامطلوب اثرات و خسارات روحی و روانی بر پیکره‌ی آنها وارد کند. برای جامعه‌ای مانند شهر قم با توجه به حساسیت‌های ایدئولوژیک و هنجارهای مسلط سنتی در آن، حضور مجازی دختران با این مضامین می‌تواند به دوگانگی‌های حضور در فضای اجتماعی - مجازی آنها منجر شود و تعارضات درونی و اجتماعی را در پی داشته باشد. بنابراین لازم است حضور مجازی آنها به شکلی منطقی و مطلوب برای بهبود ارتباطات اجتماعی مجازی همراه با سواد مجازی و دیجیتالی به گونه‌ای رقم بخورد که بتواند به ارتقای کیفی نقش‌ها و عملکردهای جنسیتی آنها منجر شود.

سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران امور فرهنگی باید بیش از پیش نسبت به آگاه‌سازی کاربران و والدین آموزش‌های لازم را به صورت جدی و مستمر دنبال کنند. توجه به آموزش سواد رسانه‌ای و دیجیتال و برجسته‌سازی مخاطرات و تهدیدات موجود در فضای مجازی برای دختران و خانواده‌ها می‌تواند تا حد زیادی نقشی خنثی‌کننده در شکل‌گیری هویت‌های عاطفی دوگانه و مخدوش داشته باشد. مهم‌تر از همه خانواده‌ها، مدارس و نهاد آموزش و پرورش، رسانه‌ها و به ویژه مطبوعات و تلویزیون با آثار نمایشی و محصولات عرضه کردنی برای آگاه‌سازی بیش از دیگران می‌توانند منشأ اثر باشند. توجه به آموزه‌ها و مبانی اعتقادی افراد و تلاش برای مستحکم‌سازی این ساخت

عقیدتی و نگرشی در دختران از طریق آموزش‌های دینی و نهادهای مسئول تا حد زیادی می‌تواند آنها را هنگام تعاملات مجازی و ابراز عواطف یاری رساند.

منابع

◀ ترنر، جاناتان اچ (۱۳۹۴). *نظریه‌های نوین جامعه‌شناختی*، ترجمه‌ی علی اصغر مقدس و مریم سروش، تهران، جامعه‌شناسان.

◀ ذکایی، سعید. «جوانان و فراغت مجازی»، *مطالعات جوانان*، ش ۶، (۱۳۸۳).

◀ ربیعی، علی. «رسانه‌های نوین و بحران هویت»، *مطالعات ملی*، سال ۴، ش ۳۶، (۱۳۸۷).

◀ ریتزر، جرج ۱۳۹۰. *نظریه‌های جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن*، ترجمه‌ی خلیل میرزایی و علی بقایی سهرابی، تهران، جامعه‌شناسان.

◀ عزیزآبادی، زهره ۱۳۹۲. *فهم چگونگی شکل‌گیری احساسات مذهبی و مناسبات آن با کنش سیاسی دانشجویان*، (پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی به راهنمایی دکتر علیرضا محسنی تبریزی، تهران، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران)، ۱۳۹۲.

◀ کاستلز، مانوئل ۱۳۸۰. *اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، ترجمه‌ی احد علی‌قلیان و افشین خاکباز، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

◀ کریمی مله، علی. «تحلیل رهبری امام خمینی (ره) در جریان انقلاب اسلامی از منظر جامعه‌شناسی احساسات»، *پژوهشنامه انقلاب اسلامی*، سال ۴، ش ۱۶، (پاییز ۱۳۹۴).

◀ کیانپور، مسعود. «تجارب مدیریت احساسات در نظام مراقبت‌های پزشکی - مطالعه موردی شهر تورنتو»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، دوره ۲۳، ش ۴، پیاپی ۴۸، (۱۳۹۱).

◀ کیانپور، مسعود و علی ربانی‌خوراسگانی. «جامعه‌شناسی احساسات»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، ش ۳۴، (۱۳۸۸).

◀ مشایخ، مریم و احد برجعلی ۱۳۸۱. «بررسی رابطه احساس تنهایی و نوع استفاده از اینترنت در گروهی از دانش‌آموزان دبیرستانی» *تازه‌های علوم شناختی*، سال ۵، ش ۱، (۱۳۸۱).

◀ منتظر قائم، مهدی ۱۳۸۱. *امنیت در فضای مجازی*، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ادبیات.

▶ Hochschild, Arlie Russell. 1983. *The managed heart: commercialization of human feeling*, London. England University of California Press, Ltd.

▶ Bargh, J. A., & McKenna K. Y. A. (2004). "The Internet and social life". *Annual Review of Psychology*, 55.

▶ Collins, Randall. (2005). *Conflict Sociology: towards an explanatory science*. New York:

▶ Eagly, A. H. 1987. *Sex differences in social behavior: A social-role inter-*

pretation. Hillside, NJ: Erlbaum.

- ▶ Fischer, A. H., Mosquera, P. M. R., Van Vianen, A. E. M., & Manstead, A. S. R., "Gender and culture differences in emotion". *Emotion*, 4 (1), (2004).
- ▶ Haugh, S. S., Hoffman, C. D., & Cowan, G. "The eye of the very young beholder: Sex typing of infants by young children". *Child Development*, 51, (1980).
- ▶ Hess, U., Adams Jr, R. B., & Kleck, R. E. "Facial appearance, gender, and emotion expression. *Emotion*", 4 (4), (2004).
- ▶ Hochschild, Arlie Russell. "Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure". *American Journal of Sociology*. V. 85, (1979).
- ▶ Huffaker, D. A., & Calvert, S. L. "Gender, identity, and language use in teenage blogs". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10 (2), (2005), <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>> Retrieved 11.08.06.
- ▶ Jackson L.A. Ervin K. S. Gardner. P. D. & Schmitt. N, "Gender and the internet: Women communicating and men searching In Sex Roles". 44, (2001).
- ▶ Savicki, V. "Gender language style and group composition in internet discussion groups". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2 (3), (1996), <http://jcmc.indiana.edu/vol2/issue3/savicki.html>> Retrieved 11.08.06.
- ▶ Savicki, V., & Kelley, M. "Computer mediated communication: Gender and group composition". *CyberPsychology & Behavior*, 3 (5), (2000).
- ▶ Van manen M. 1997. *Researching lived experience: Human science for an action sensitive pedagogy*. London, Althouse press.
- ▶ Van manen M. 2003. *Researching lived experience: Human science for an action sensitive pedagogy*. Albany New York press.
- ▶ Woodhead, linda & ole rise, (2010). *A Sociology of Religious Emotion*: Published in US ,by oxford University Press .