

گذران اوقات فراغت زنان در فضای مجازی (شهر تهران سال ۱۳۹۴)

مجید کفاشی^{۱*} و زهرا پیر جلیلی^۲

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی دقیق و عمیق علل حضور زنان در فضای مجازی و درک این پدیده که چرا زنان ترجیح می‌دهند اوقات فراغت خویش را در فضای مجازی سپری کنند، تهیه و تدوین شده است. روش مورد استفاده در این پژوهش کیفی و از نوع تحلیل تماتیک است که در پی مصاحبه عمیق با ۳۰ نفر از زنان دارای مدرک کارشناسی که در محدوده سنی ۳۰ تا ۴۰ سال و همگی خانه دار هستند، هشت تم بدست آمده است که عبارتند از: ارتباط آسان و بی وقفه با دوستان و آشنایان، امکان کسب داده‌ها، امکان حضور همزمان در گروه‌های گوناگون، ابزاری برای به روزبودن، موفقیت بیش‌تر در تربیت فرزندان، آشنایی با طرز تفکر دیگران، توسعه دایره تعاملات افراد و کم هزینه بودن. درانتها هر کدام از تم‌های بدست آمده در چارچوب سه پارادایم جامعه‌شناختی واقعیت اجتماعی، تعریف اجتماعی و رفتار اجتماعی با توجه به الگوهای نظریه‌ای مرتبط تحلیل شده‌اند. که به ترتیب تم نخست با نظریه زیست جهان هابرماس، تم دوم با نظریه مبادله هومنز در قالب قضیه موفقیت، تم سوم با نظریه از جا کندگی فضا و مکان گیدنز، تم چهارم با نظریه تفاوت بوردیبار، تم پنجم با نظریه مبادله هومنز در چارچوب قضیه عقلانیت، تم ششم با نظریه مبادله ریچارد امرسون، تم هفتم با نظریه هاله پوشی گافمن و تم هشتم با نظریه گزینش عقلانی کلمن، تحلیل و تفسیر جامعه‌شناختی شده‌اند.

واژه‌های کلیدی: فضای مجازی، زنان، اوقات فراغت، تعاملات اجتماعی، تحلیل تماتیک.

۱- دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، ایران.

۲- دانشجوی دکترا جامعه‌شناسی واحد علوم و تحقیقات تهران.

*- نویسنده مسئول مقاله: majidkaffashi@gmail.com

پیشگفتار

هنگامی که صحبت از فضای مجازی به میان می‌آید، مردم اغلب به کامپیوتری فکر می‌کنند که به اینترنت متصل است در حالی که این فقط بخش بسیار کوچکی از فضای مجازی را تشکیل می‌دهد. (Dehghan, 2005) بر این باور است که فضای مجازی یک شبکه گسترده جهانی است که شبکه های گوناگون رایانه ای در اندازه های متعدد و حتی رایانه های شخصی را با استفاده از سخت افزارها و نرم افزارهای گوناگون و با قراردادهای ارتباطی به یکدیگر وصل می‌کند. فضای مجازی فقط مجموعه‌ای از سخت افزار نیست بلکه مجموعه‌ای از تعاریف نمادین است که شبکه‌ای از باورها را در چارچوب داد و ستد بیت رد و بدل می‌کند، با غلبه اینترنت بر زندگی روزانه انسان‌ها طبیعی به نظر می‌رسد که بسیاری از مشخصه های جامعه سنتی به درون اینترنت کشیده شوند و در آنجا شکل گیرند، اما از اواخر قرن بیستم، زمزمه های محوریت یافتن عنصر دیگری شنیده شد، این عنصر که در همان دوران صنعتی واجد ارزش بودن خود را به اثبات رسانیده بود، به تدریج با پا گذاشتن به سده بیستم موقعیت خود را تثبیت کرد و تا آنجا پیش رفت که به دوران صنعتی پایان داد و بشر را وارد عصر پسامدرنی یا پسا صنعتی کرد. این عنصر با ارزش داده‌ها نام دارد و حدود یک قرن است که بشر تلاش خود را صرف تجلی آن در تمامی عرصه های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کرده است. (Farahmand, 2008)

به هر روی فن آوری های داده‌ای و ارتباطی به همه فضاهای اجتماعی، سازمانی و فردی در جوامع بشری وارد شده و شیوه زندگی روزمره، کار و معرفت او را به درجات گوناگون تحت تأثیر قرار داده اند. برخورداری از این فن آوری ها، به مثابه وقوع یک «چرخش پارادایمی» در زندگی فردی و اجتماعی انسان است که در آن حتی مفاهیم کهن نیز با هندسه معرفتی جدیدی قابل شناخت هستند. به تعبیر مانوئل کاستلز فن آوری های نوین داده‌ها، نقاط دور عالم را در شبکه های جهانی به همدیگر پیوند می دهند، ارتباطات رایانه ای مجموعه ای از جوامع مجازی را به وجود می‌آورند و در نتیجه آن همه ساختارها و فرآیندهای مادی و معنوی بشری دگرگون می‌شوند (Castels, 2001). در واقع، به تناسب بهره مندی جوامع از فن آوری های داده‌ای و ارتباطی و ایفای نقش در ارتباطات و تعامل بین مردم و تبادل داده‌ها و دسترسی جامعه به این فرآیند، تغییرات اجتماعی شتاب و شدتی بیش‌تر می‌گیرد. از این رو، بیان این که بین فن آوری های داده‌ای و ارتباطی و شکل گیری زندگی اجتماعی پیوندی استوار برقرار شده است، مفهومی اغراق آمیز نیست (Sheykhavandi, 2005). اگرچه فناوری نوین، با توجه به وجوه فنی و ابزاری تعریف می‌شود، اما نگاه علوم اجتماعی به این پدیده معطوف به زمینه ها، عملکردها، آثار و نتایج آن است. دنیس مک کویل بر این باور است که نیازی نیست که یک جبرگرای فناوری باشیم تا باور پیدا کنیم قالب

فناوری که متضمن یک وسیله است، می‌تواند تأثیر خیلی زیادی بر محتوا و دریافت آن چیزی بگذارد که به ارتباطات و آثار احتمالی‌اش مربوط است (Sobhaninegad, 2009).

امروزه در سده بیست و یک که با نام هزاره فناوری داده‌ها شناخته می‌شود، وسایل ارتباط جمعی نقش بسیار مهم و پر رنگی دارند، به گونه‌ای که وظایف و نقش‌های زیادی را برعهده گرفته‌اند و نهادهایی را نیز به مقابله می‌خوانند.

در این بین نقش آگاهی‌سازی و پرکردن اوقات فراغت توده‌ی مردم و بویژه زنان به گونه خاص در کشور ما ایران به صورت آشکار و نقش همگن‌سازی عموم جامعه و حتی می‌توان گفت جامعه جهانی را می‌توان با عنوان نقش و وظیفه پنهان وسایل ارتباط جمعی برشمرد.

در بین وسایل ارتباط جمعی در این هزاره آن که از همه تأثیرگذارتر و با اهمیت‌تر می‌باشد اینترنت است، که به صورت فراگیری استفاده از آن رو به گسترش می‌باشد. از بین تمام امکاناتی که اینترنت به مخاطبین خود ارائه می‌دارد؛ استفاده از شبکه‌های اجتماعی رو به گسترش است؛ بدین جهت که در سایت‌ها و وبلاگ‌ها تعامل بسیار محدود شده و در حد نظرات می‌باشد، اما در جامعه نوین که تعاملات اجتماعی در آن رو به کاهش است و انسان‌ها به عنوان حیوانات فی‌الذات اجتماعی، به دنبال جایگزینی برای آن هستند، شبکه‌های اجتماعی با عنوان یک تعامل اجتماعی مجازی و حتی فراگیر در سطح جهانی می‌تواند جایگزینی برای تعاملات از دست رفته انسانی باشد، اما به اعتدال.

ما با عنوان جامعه‌شناس اجازه‌ی ابراز حکمی ارزشی در این رابطه نداریم و نمی‌توانیم یک حکم مطلق صادر نماییم برای همه جوامع بشری. آنچه که مهم است ما باید به دنبال حفظ نظم در جامعه باشیم و اگر این وظیفه را برای خود محترم بشماریم لاجرم باید در این بین و در راستای گرفتن نتیجه منطقی و درست توجهی نیز به نظام‌های سیاسی گوناگون که در میزان تأثیرگذاری این شبکه‌ها بر افشار گوناگون جامعه و به گونه خاص زنان خود اثرگذار هستند داشته باشیم؛ چرا که نوع ایدئولوژی هر جامعه و هر نظام سیاسی با هم متفاوت است و خود این موضوع می‌تواند بر مقدار تأثیر شبکه‌های اجتماعی اثرگذار باشد (Al-sanaa, 1998).

آنچه که در این پژوهش مدنظر است بررسی دقیق‌تر و عمیق‌تر علل حضور زنان در فضای مجازی است و پرداختن به این موضوع که چرا زنان ترجیح می‌دهند بیش‌تر اوقات فراغت خویش را در این فضا سپری کنند.

دنیای کنونی عصر مطبوعات، رسانه‌های گروهی و ارتباطات است. هم‌چنین، عصر تاخت و تاز وسایل ارتباط جمعی از جمله رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت می‌باشد. زن امروز دیگر محدودیت‌های گذشته را ندارد. هر لحظه در هر کجا که باشد می‌تواند با هر نقطه‌ای از جهان که بخواهد ارتباط برقرار کند. زن امروز با توجه به این که چه کسی را الگوی خود قرار دهد شخصیت

خود را در قالب او در می‌آورد. ورود به دنیای مجازی و یا به بیان بهتر زندگی در محیط‌های مجازی امری بدیهی بشمار می‌رود. لازمه تعادل در این محیط‌ها برخورداری از یکسری مهارت‌های فنی و فناوری است. از مهم‌ترین ویژگی‌های اینترنت ایجاد پیوندهای مناسب بین افراد در اقصی نقاط دنیا می‌باشد. با نزدیک کردن ملت‌ها به همراه تقویت تعامل و روابط انسانی درست میان آن‌ها، آرزوی دیرین بشر برای ایجاد آرمان شهری جهانی یا به بیان دیگر، جهانی شدن امکان‌پذیر خواهد شد. واقعیت این است که گسترش شبکه جهانی اینترنت فاصله‌ها را کم کرده و به ایجاد نوعی تشابه بویژه در زنان انجامیده است. جهان گستری جامعه اطلاعاتی که در چارچوب اینترنت تبلور یافته است راه را برای کسانی که اقلیت نامیده می‌شوند و می‌خواستند صدایشان شنیده شود، هموار ساخته است. شبکه اینترنت همانند یک محل مجازی ملاقات عمومی شهروندان جهان است، یک نقطه تلاقی عمومی است که در آن میلیون‌ها نفر از بیش از ۱۵۵ کشور جهان با هم در رابطه قرار می‌گیرند و سازمانی عظیم است که نظم آن از پیش تا حدودی تنظیم شده است. قاعده کلی حاکم بر اینترنت استفاده از داده‌ها به گونه‌ای آزاد است. رسانه‌های جمعی، روزنامه، تلویزیون، ماهواره و ... با ورود خود به عرصه جامعه در هر مقطع زمانی که آمده‌اند، تأثیر خود را بر ساخت جوامع به خصوص غیرصنعتی و مصرف‌کننده این ابزار بوده‌اند، بر جا گذاشته‌اند و روابط اجتماعی بین افراد را دچار تحول و دگرگونی نموده‌اند، تحولات و دگرگونی‌هایی که گاه آثار سازنده و گاه مخرب داشته‌اند. رسانه‌ها با تسخیر همه جانبه ابعاد زندگی انسان‌ها در سطح جهانی زمان و مکان را در هم نوردیده‌اند. از دیدگاه کارکردگرایان می‌توان برای ورود رسانه‌ها به جوامع دو نوع کارکرد قائل شد کارکرد مثبت آن این است که موجب گسترش غیرقابل آموزش و علوم و انتقال فرهنگ و تسریع در ارتباطات و ... می‌شود، اما کارکرد منفی آن این است که موجب کم‌تر شدن روابط اجتماعی و خانوادگی افراد از نظر عاطفی و کاهش ارتباط تعاملی بین افراد جامعه می‌شود (Sheykhavandi, 2005).

نامی ۱ و توماس (Naomi and Tomas, 2010)، در بررسی «شیوع اعتیاد به بازی‌های رایانه‌ای و اینترنت در میان دانش‌آموزان» دریافتند رواج بازی‌های رایانه‌ای بین کاربران ۵۵/۲ درصد و اعتیاد به اینترنت ۵۸/۹ درصد است که بالاتر از گزارش‌های پژوهشگران در گذشته بود. بر اساس یافته‌های آنان هر چه مقدار اعتیاد دانش‌آموزان به اینترنت بیشتر باشد، مقدار تعاملات آنان با خانواده و همسالان کم‌تر خواهد شد.

سبحانی نژاد (Sobhaninegad, 2009)، در بررسی «چالش‌ها و کارکردهای فرهنگی و اجتماعی تلفن همراه و راهکارهای اصلاح آن» دریافت که برخی پیامدهای نامناسب اجتماعی تلفن همراه

شامل اعتیاد روانی، تزلزل ارزش‌ها، کاهش تعامل‌های اجتماعی، ظهور تخلف‌های سایبر، بلوتوث و پیامک‌های غیراخلاقی است. این پیامدها نتایج اخلاقی و فرهنگی نامناسبی را در بر داشته و منجر به رواج رفتارهای ناهنجار در سطح جامعه می‌شود.

سلیمی (Salimi, 2009)، در بررسی «ارتباطات اینترنتی در زندگی» دریافت که احساس تنهایی خانوادگی و اجتماعی، نقش واسطه‌ای بین ادراک حمایت اجتماعی و مقدار استفاده از اینترنت دارد. نکته مهم این‌که احساس تنهایی خانوادگی، مقدار استفاده از اینترنت را مثبت و احساس تنهایی اجتماعی، میزان استفاده از اینترنت را منفی پیش‌بینی می‌کرد.

ناستی زایی (Nastizayi, 2009)، در بررسی «ارتباط سلامت عمومی با اعتیاد به اینترنت و آسیب‌های استفاده نادرست از آن» دریافت که سلامت عمومی کاربران معتاد به اینترنت نسبت به کاربران عادی در معرض خطری بیش‌تر است. بر اساس یافته‌های وی کاربران معتاد به اینترنت دارای تحرک فیزیکی بسیار پایین می‌باشند که این عامل سلامت جسمی آنان را تحت تاثیر قرار می‌دهد. هم‌چنین، این کاربران به جهت وابستگی بیش از اندازه به اینترنت دارای تعاملات خانوادگی پایین هستند.

فرهمند (Farahmand, 2009)، در بررسی «نقش تفاوت‌های جنسیتی در مقدار استفاده، نوع کاربری و تأثیرهای گوناگون اینترنت» دریافت که تهدید هویت دختران، اعتیاد، فرهنگ‌پذیری، درگیری در عشق‌های مجازی و سوءاستفاده‌های جنسی، تهدیدهای جدی برای کاربران اینترنتی مؤنث می‌باشد. دختران به جهت حساسیت روحی بیش‌تر نسبت به پسران، بیش‌تر دچار آسیب‌های ناشی از اینترنت می‌شوند.

هوانگ و لیونگ^۱ (Huang and Leung, 2009) به بررسی «اعتیاد چت^۲ در میان نوجوانان چینی» پرداختند. نتایج نشان داد که ۹۵ درصد شرکت‌کنندگان از چت استفاده می‌کنند و ۹/۸ درصد از آنها اعتیاد به آن دارند. کم‌رویی و از خودبیگانگی از خانواده، همسالان و مدرسه با سطوح اعتیاد به چت رابطه مثبت دارد و اعتیاد به آن پیوند معنی‌داری با کاهش عملکرد تحصیلی دارد. درگاهی و رضوی (Dargahi and Razavi, 2007)، در بررسی «اعتیاد به اینترنت» دریافتند که ۳۰ درصد کاربران به اینترنت اعتیاد داشتند و همه آن‌ها درجه‌های گوناگونی از رفتارهای روانی-اجتماعی مانند احساس از خودبیگانگی، ضعف و ناتوانی در انجام امور، رفتار ناهنجار اجتماعی، اجتماع‌گریزی، درون‌گرایی و رفتار احساسی را از خود نشان دادند.

آقامحمدیان و افهمی (Aqamohammadian and Afhami, 2007)، در بررسی «عوامل مؤثر بر گرایش به ماهواره و تأثیر آن بر باورها و رفتارهای دینی» دریافتند که سن، جنس، تحصیلات، محل

1- Huang & Leung

2- Instant Messaging

سکونت و ارزیابی افراد از برنامه های تلویزیون داخلی در گرایش آنان به ماهواره تأثیرگذار است. در بعد عاطفی گرایش به ماهواره، بیش تر، برنامه های ماهواره را لذت بخش می دانستند و کسانی که از ماهواره استفاده نمی کنند، بیش تر به باورهای دینی پایبندند.

کیریتا^۱ (Chirita, 2007)، در «آسیب شناسی استفاده از اینترنت» دریافت که دانش آموزان مقدار زیادی از زمان را صرف استفاده از رایانه می کنند که این باعث رشد نکردن مهارت های اجتماعی، رفتار اعتیادگونه و شکست در مدرسه می شود. به نظر وی هر چه مقدار استفاده از کامپیوتر به وسیله دانش آموزان بیش تر می شود، تعاملات اجتماعی آنان کاهش یافته، در نتیجه مهارت های اجتماعی آنان رشد نخواهد کرد.

عریضی (Arizi, 2006)، در بررسی «ماهواره و هویت جنسیتی دختران جوان» دریافت که ۵۸ درصد پاسخگویان در منزل ماهواره دارند و نسبت به گروهی که ندارند، از سازه هویت جنسی، نمره کم تری دریافت کردند که نشان دهنده تغییر رفتارها و نگرش ها به سمت الگوهای تازه است. به نظر وی دختران جوانی که در منزل خویش ماهواره دارند در مقایسه با گروهی که ماهواره ندارند از پایبندی کم تری نسبت به الگوهای جنسیتی سنتی برخوردارند.

عالیخانی (Alikhani, 2005)، در بررسی «رابطه بین تماشای تلویزیون و ویدئو با رفتارهای خشونت آمیز» دریافت که دانش آموزان متوسطه ساعت های بیش تری از روز را به تماشای تلویزیون و ویدئو اختصاص می دهند. بین مقدار ساعت تماشای این وسایل با رفتارهای خشونت آمیز همبستگی وجود دارد. به بیان دیگر، هر چه ساعات استفاده دانش آموزان از تلویزیون بیش تر باشد، رفتارهای خشونت آمیز بیش تری از خود بروز خواهند داد.

یانگ^۲ (Young, 1998) در پژوهشی با عنوان "اعتیاد به اینترنت" دریافت کسانی که بیش از حد از اینترنت استفاده می کنند، تنها، خسته، افسرده و بدون عزت نفس هستند. در این پژوهش، ۳۸ درصد شرکت کنندگان اظهار داشتند که اینترنت بر آن ها تأثیر منفی گذاشته و به شدت آنان را دچار بیماری های روحی و روانی کرده است. این افراد به جهت کاهش تعاملات در اثر اعتیاد به اینترنت به شدت افسرده شده و احساس تنهایی می کنند.

جوان کانتوف^۳ (Cantov, J, 1984) در مقاله «تأثیر خشونت رسانه ها بر ترس، عصبانیت و اختلال در خواب» عنوان می کند که تماشای خشونت، موجب افزایش ترس و عصبانیت در تماشاچیان جوان می شود. وی با مطالعه در مورد ۵۰ نفر از جوانانی که به گونه مستمر به تماشای فیلم های

1 - Chirita

2 - Young

3 - Cantov.J

خشونت بار می پردازند، دریافت که آنان در تعاملات روزانه با همسالان خود به شدت دچار اختلالات عصبی و رفتارهای خشونت آمیز هستند.

سیریل برت ۱ (Cyril Bert, 1925) در پژوهشی با عنوان "پسران بزهکار و فیلم‌ها" دریافت که ۷ درصد پسران بزهکار به تماشای فیلم‌های سینمایی علاقه وافری داشتند و برخی از فیلم‌ها فنون جنایت را نمایش می‌دهند. آنان با آموزش گرفتن از این فیلم‌ها اعمال جنایت بار انجام می‌دهند. هم‌چنین، بزهکاری را به عنوان یک نوع رفتار تبلیغ می‌کنند.

با توجه به عدم حضور پژوهش در مورد گذران اوقات فراغت زنان در فضای مجازی، احساس نیاز مبرم به پژوهشی عمیق و دقیق در این حوزه احساس می‌شود. بنابراین، این پژوهش در راستای تحقق هدف بالا تهیه و تدوین شده است.

هدف این پژوهش مطالعه کیفی است که با نگاه از درون (رویکرد امیک) به بررسی و تحلیل علل گذران اوقات فراغت زنان در فضای مجازی می‌پردازد. این پژوهش با توجه به هدف ذکر شده در پی پاسخ به پرسش‌های زیر است:

- ۱- علل حضور زنان در فضای مجازی چیست؟
- ۲- چرا امروزه زنان بیش‌تر از هر سرگرمی دیگری تمایل به حضور در فضای مجازی جهت گذران اوقات فراغت خویش دارند؟
- ۳- زنان چگونه فضای مجازی را درک، معنا و تفسیر می‌کنند؟

ابزار و روش

هر پژوهشی برحسب هدف و موضوعی که در پی بررسی آن است، روش مناسب خود را می‌طلبد. در این پژوهش کیفی از روش مصاحبه عمیق برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. روش نمونه‌گیری در این مطالعه، نمونه‌گیری هدفمند (قضاوتی) است. براساس این نمونه‌گیری، نمونه‌هایی انتخاب شدند که ویژگی‌های مورد نظر پژوهشگر را تجربه کرده باشند. بنابراین، از نمونه‌هایی استفاده شده که دست‌کم مدت دو سال از تاریخ حضور آنان در فضای مجازی گذشته است. تعداد نمونه‌های انتخاب شده در این مطالعه ۳۰ نفر که همگی دارای مدرک کارشناسی، خانه‌دار و از طبقه متوسط و در محدوده سنی ۳۰ تا ۴۰ سال می‌باشند. گفتنی است این پژوهش در شهر تهران در سال ۱۳۹۴ انجام گرفته است. مصاحبه با این نمونه‌ها تا آنجا ادامه یافت که پژوهشگر به مرحله اشباع نظری دست یافت. اشباع نظری معیاری است برای تعیین تعداد نمونه‌ها

¹ - Cyril Bert

که براساس آن پژوهشگر تا جایی مصاحبه ها را ادامه می‌دهد که پاسخ به پرسش‌های عمده پژوهش اشباع شده یا داده‌هایی نوین در فرایند گردآوری داده‌ها تولید نشود.

برای طبقه‌بندی دلایل حضور زنان در فضای مجازی، پس از مصاحبه با ۳۰ نفر از زنان (که پژوهش به مرحله اشباع نظری رسید و دیگر داده‌ای نوین تولید نشد) داده‌های بدست آمده از مصاحبه مورد بررسی قرار گرفت و از میان آن‌ها مفاهیم بدست آمد، سپس مفاهیم مرتبط در یک گروه قرار گرفته و به شکل مقولاتی (که شامل همان تم‌ها می‌باشد) درآمد.

این فرایند را نمونه‌گیری نظری می‌خوانند که به دنبال نمونه‌گیری هدفمند می‌آید (Mihammadpour, 2010). برای تحلیل و تفسیر داده‌ها از شیوه تحلیل تماتیک استفاده شد که از متعارف‌ترین و پرکاربردترین روش‌های تحلیل داده‌های کیفی است. تحلیل تماتیک عبارت از تحلیل مبتنی بر استقرای تحلیلی که طی آن پژوهشگر از راه طبقه‌بندی داده‌ها و الگویابی درون داده‌ای و برون داده‌ای به یک سنخ‌شناسی تحلیلی دست می‌یابد. به بیان دیگر، تحلیل تماتیک عبارت است از عمل کدگذاری و تحلیل داده‌ها با این هدف که داده‌ها چه می‌گویند. این نوع تحلیل به دنبال الگویابی در داده‌هاست. زمانی که الگویی از داده‌ها بدست آمد، باید حمایت موضوعی از آن انجام گیرد. به بیان دیگر، تم‌ها از داده‌ها نشأت می‌گیرند (Thomas, 2008).

یافته‌ها

پس از انجام مصاحبه با ۳۰ نفر از زنان مورد مطالعه، مقوله‌های متعددی بدست آمد. با تحلیل داده‌های پژوهش، ۹ مقوله خاص استخراج شدند که عبارتند از: ارتباط آسان و بی‌وقفه با دوستان و آشنایان، امکان کسب خبرها، امکان حضور هم‌زمان در گروه‌های گوناگون، ابزاری برای به روز بودن، آگاهی از مطالب آموزنده و مفید، موفقیت بیشتر در تربیت فرزندان، آشنایی با طرز تفکر دیگران، توسعه دایره تعاملات افراد و کم هزینه بودن.

مقوله‌های استخراج شده در بخش برآیند در چارچوب یک الگوی موضوعی با عنوان «گذران اوقات فراغت زنان در فضای مجازی» ارائه شده است. حال به توصیف و تحلیل تم‌های هشت‌گانه یاد شده با استناد به برخی مصاحبه‌های انجام گرفته می‌پردازیم:

۱) ارتباط آسان و بی‌وقفه با دوستان و آشنایان

از مهم‌ترین دلایل قابل ذکر برای حضور زنان در فضای مجازی، ارتباط آسان و بی‌وقفه آن‌ها با دوستان و آشنایانشان می‌باشد. یکی از مصاحبه‌شوندگان در پاسخ به این پرسش مقدماتی که در اصل چرا حضور در فضای مجازی برای ایشان جذاب است، چنین می‌گوید: «جذابیتش تو اینه که ارتباط نزدیک و بی‌زحمتی با دوستان و فامیل‌های دور و نزدیک دارم، هر وقت دلم می‌خواد می‌تونم با اون‌ها ارتباط برقرار کنم و اون‌ها هم هر وقت فرصت کردن جواب من رو می‌دن، این

طوری هم از احوال اون‌ها باخبر می‌شم و هم این‌که لازم نیست حتماً حضوری به دیدنشون برم و یا تلفنی صحبت کنم (سمیرا، ۳۷ ساله)».

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، ارتباط آسان و بی وقفه با دوستان و آشنایان به حالتی اشاره می‌کند که زنان بنا به دلایلی امکان ارتباط حضوری و یا تلفنی با دوستان و آشنایان خویش را ندارند و برای تأمین خواسته خود در این راستا ترجیحاً از قضای مجازی استفاده می‌کنند. از نظر هابرماس ارتباط آزاد و باز به معنای عقلانی شدن ارتباط درون زیست جهان است. عقلانی شدن و ارتباط در زیست جهان معنای مثبتی دارد به این معنی که افرادی که با همدیگر کنش متقابل می‌کنند برای رسیدن به تفاهم متقابل، از نظر عقلانی برانگیخته می‌شوند تابع ارتباط آزاد و باز برسند و در نتیجه برای رسیدن به توافق از روش‌های عقلانی استفاده می‌کنند. به بیان دیگر، مردم درباره مسایل مباحثه می‌کنند و توافق بدست آمده صرفاً مبتنی بر بهترین استدلال است، اما همان‌گونه که می‌دانیم از نظر هابرماس منبع نظام درون زیست جهان است، اما ساختارهای متمایز مخصوص به خود را دارد و تا حدود زیادی به صورت مجزا و جدای از زیست جهان عمل می‌کند و دچار عقلانیت پیشرونده می‌شود. عقلانی شدن نظام بدین معنی است که قدرت نظام و ساختارهایش افزایش یافته، کنترل و هدایت هرچه بیشتر بر زیست جهان را اعمال می‌کند (Habermas, 2000).

فضای مجازی نیز از مصادیق بارز نظام در جهان مدرن کنونی است که با تجهیز شدن و عقلانی شدن بیش از پیش خود، تسلط بی حد و حصری بر زیست جهان انسانها که همان روابط رو در رو و باز در کنش متقابل و تعامل انسانی است را زیر تسلط خود درآورده و هر روز بیشتر و بیشتر زیست جهان انسانی را به استعمار می‌کشد.

۲) امکان کسب خبرها

یکی از دلایل حضور زنان در فضای مجازی، امکان کسب خبرها در زمینه‌های گوناگون علمی، سیاسی، مذهبی و ... می‌باشد.

یکی از مصاحبه شونده‌گان چنین می‌گوید: «فضای مجازی برای من بیشتر حکم یک شبکه اطلاع رسانی رو داره، خیلی راحت می‌تونم از وقایع علمی روز باخبر بشم، در جریان رویدادهای سیاسی قرار بگیرم و یا اخبار و آگاهی‌های مذهبی رو دریافت کنم (پری، ۳۶ ساله)».

همان‌گونه که مشاهده می‌شود زنان با حضور در فضای مجازی می‌توانند انواع خبرها را دریافت کرده و در جریان تازه‌ترین رویدادهای علمی، وقایع سیاسی و اخبار مذهبی و ... قرار بگیرند.

یکی از قضایای جرج هومنز، قضیه موفقیت می‌باشد که چنین می‌گوید: «در مورد همه اعمالی که اشخاص انجام می‌دهند، اغلب این‌گونه است که هر عملی از یک شخص اگر مورد پاداش قرار گیرد، احتمال تکرار آن عمل به وسیله همان شخص افزایش می‌یابد». به بیان دیگر، رفتار فرد با

قضیه موفقیت سه مرحله دارد: نخست، کنش یک شخص؛ دوم، نتیجه همراه با پاداش و سرانجام، تکرار کنش نخستین یا کنشی که دست‌کم از برخی جهات با کنش نخست مشابه باشد. یکی از مواردی که در این قضیه به آن تأکید می‌شود، این است که هر چه فاصله زمانی میان رفتار و پاداش کوتاه‌تر باشد، احتمال بیش‌تری دارد که یک شخص آن رفتار را تکرار کند (Homans, 1984)، اما آنچه که توجه ما را در این بخش معطوف به قضیه موفقیت هومنز می‌کند این است که کنشگران (زنان در این پژوهش) به واسطه حضور در فضای مجازی به راحتی و با سرعت بالا می‌توانند انواع داده‌ها را دریافت کرده و در جریان تازه‌ترین اخبار و رویدادهای روز قرار بگیرند و در واقع این رخداد پاداشی است که به دلیل حضور در فضای مجازی به ایشان اهدا می‌گردد و دریافت این پاداش آنی که همانا بدست آوردن تازه‌ترین خبرها در اسرع وقت می‌باشد، ایشان را هر چه بیش‌تر و بیش‌تر به حضور در این فضا و دریافت پاداش‌های مکرر دعوت می‌کند.

۳) امکان حضور هم‌زمان در گروه‌های گوناگون

یکی از دلایل ذکر شده زنان برای حضور در فضای مجازی، امکان حضور هم‌زمان در گروه‌های گوناگون می‌باشد.

یکی از مصاحبه‌شوندگان چنین می‌گوید:

«فضای مجازی برای من بیش‌تر یک شبکه اطلاع‌رسانی بشمار می‌رفت. برای برقراری ارتباط با گروه‌های واقعی که به اون‌ها علاقمندم، اما نمی‌تونم حضوری در همه اون‌ها شرکت کنم مثل موسیقی، خیاطی، آشپزی و... (الهام، ۳۲ ساله)».

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، زنانی که تمایل به عضویت در گروه‌های گوناگون از جمله موسیقی و خیاطی و آشپزی و... را دارند، اما بنا به دلایلی امکان حضور در همه این گروه‌ها به صورت حقیقی برای آن‌ها وجود ندارد، فضای مجازی را به عنوان مسیری جایگزین برای عضویت در این گروه‌ها می‌یابند و از روش مجازی از امتیازهای عضویت در این گروه‌ها بهره‌مند می‌شوند.

از نظر گیدنز جدایی زمان از مکان بالاتر از هر چیز مستلزم گسترش بعد تهی زمان است که هرم اصلی جدا کردن مکان از محل نیز بشمار می‌رود. به بیان دیگر، تهی شدن زمان تا اندازه زیادی پیش‌شرط تهی شدن مکان است. گیدنز مفهوم محل را به محیط مادی فعالیت اجتماعی که به گونه‌ای جغرافیایی مشخص شده باشد، اطلاق می‌کند. در این معنا در جوامع پیشامدرن، مکان و محل اغلب بر هم منطبق بودند زیرا ابعاد مکانی زندگی اجتماعی برای بیش‌تر افراد و از بیش‌تر جهات مورد چیرگی حضور یا تسلط فعالیت‌های محلی بود. پیدایش مدرنیته با تقویت روابط میان دیگران غایب، بیش از پیش مکان را از محل جدا ساخت. این دیگران از جهت محلی از هر گونه موقعیت کنش متقابل رو در رو به دورند. گیدنز بر این باور است که در دوران مدرنیته محل، بیش از پیش توهمی می‌شود، یعنی موقعیت‌های محلی کاملاً زیر نفوذ و رخنه عوامل اجتماعی دور از

خودشان درمی‌آیند و به وسیله آن‌ها شکل می‌گیرند. پیشرفت‌های شگفت‌آور فناوری‌های ارتباطی در این دوران، روند گسست مکان و فضا را به شدت شتاب می‌بخشد و رشته‌های پیوندزنده فضای اجتماعی با مکان و سرزمین معین را بیش از پیش پاره می‌کند. بدین ترتیب، امر اجتماعی مدرن از دایره تنگ و محدود مکان‌رهایی می‌یابد و در فضایی بسیار فراخ گسترش پیدا می‌کند (Giddens, 2005). یکی از پیامدهای این پدیده، حضور روزافزون کنشگران (زنان در این پژوهش) در فضای مجازی به جهت امکان حضور هم‌زمان در گروه‌های گوناگون می‌باشد زیرا از این راه جایگزینی مطمئن برای حضور فیزیکی خویش در محل‌های گوناگون فراهم می‌کنند.

۴) ابزاری برای به روزبودن

یکی دیگر از دلایل ذکر شده به وسیله زنان جهت حضور در فضای مجازی، به روزبودن و هم‌زمان با مدروز پیش رفتن است.

یکی از مصاحبه‌شوندگان چنین می‌گوید:

«اگه تو فضای مجازی حضور دارم به خاطر اینه که از کسانی که چنین امکانی رو دارند عقب نمونم، میدونید که امروزه هرکی تو گروهها و برنامه‌های بیش‌تری حضور داشته باشد به روزتر و با کلاس‌تر قلمداد میشه (پریسا، ۳۴ ساله)».

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، گروهی از زنان به این جهت فضای مجازی را برمی‌گزینند که به نوعی آن را ابزار به روزبودن تلقی می‌کنند و در واقع، با این نوع مشارکت در فضای مجازی و عضویت در گروه‌های گوناگون احساس پیش‌رفته بودن و همسو بودن با جریان مد در جامعه را در خود تقویت می‌کنند.

ژان فرانسوا بوردیاری نظریه‌پردازان نیازهاک ه‌گویای خرید چیزهای گوناگون برحسب نیاز است را در جامعه مدرن امروزی رد کرده و استدلال می‌کند که الگوی مصرف افراد در جامعه کنونی با نظریه تفاوت بهتر از نظریه نیاز تبیین می‌شود. به نظر وی افراد مصرف می‌کنند تا از سایر مردم متفاوت باشند و چنین تفاوت‌هایی با آنچه مصرف می‌کنند و چگونگی این مصرف تعریف می‌شود. از سوی دیگر، نیاز به تفاوت هرگز ارضاء شدنی نیست زیرا افراد به یک تفاوت پیوسته و همیشگی برای تمایز خودشان از سایر افراد جامعه نیازمندند. وقتی اشیایی را مصرف می‌کنند، در واقع نشانه‌هایی را به دیگران انتقال می‌دهند؛ از جمله این‌که به چه گروه‌هایی تعلق دارند و در همین فرایند، دیگرانی که در تعامل با ایشان هستند نشانه‌هایی را دریافت می‌کنند زیرا آن‌ها نیز رمز مورد نظر را می‌دانند و بنابراین، معنای آن را درک می‌کنند. در جامعه مدرن کنونی، دنیای ارتباطات و فضای مجازی یکی از ابزارهای تفاوت بشمار می‌رود و به نوعی وسیله‌ای تلقی می‌شود که افراد را به طبقه خاصی منتسب کرده و از عموم جامعه جدا می‌کند. همین امر، انگیزه‌ای را در افراد (در این پژوهش

زنان) ایجاد می‌کند که به گونه‌ای فزاینده تمایل به حضور در فضای مجازی در ایشان متجلی می‌شود (Baudrillard, 2000).

۵) موفقیت بیش‌تر در تربیت فرزندان

گروهی دیگر از زنان که شامل زنان دارای فرزند می‌باشند علت حضور خویش را در فضای مجازی موفقیت بیش‌تر خویش در تربیت فرزندان‌شان عنوان می‌کنند.

یکی از مصاحبه‌شوندگان چنین می‌گوید: «ما مادرا تو این دوره زمنه باید بیش‌تر حواسمون به بچه هامون باشه، من با عضو شدن تو گروه‌های تربیتی فرزندان، مطالبی بسیار مهم رو درباره اون‌ها یاد می‌گیرم و تو برخورد باهاشون پیاده می‌کنم، احساس می‌کنم واقعاً مفیده ... (سیمین ۳۸ ساله)».

همان‌گونه که مشاهده می‌شود گروهی از زنان دارای فرزند به جهت تربیت بهتر فرزندان‌شان مبادرت به حضور در فضای مجازی کرده‌اند، آن‌ها به این مطلب اشاره کرده‌اند که با عضویت در گروه‌های تربیتی به راحتی می‌توانند از مفیدترین و کارآمدترین مباحث تربیتی باخبر شده و آن‌ها را در زندگی خود بکار ببندند و اذعان کرده‌اند که این شیوه منجر به موفقیت بیش‌تر آن‌ها در امر تربیت فرزندان‌شان شده است.

یکی از قضایای مطرح شده به وسیله جرج هومنز قضیه عقلانیت است که می‌گوید «به نظر می‌رسد مردم از میان بدیل‌های موجود دست به گزینش می‌زنند؛ این عملی است که با توجه به ادراک فرد در زمان مورد نظر، مبتنی بر تعداد بیش‌تری از پاداش‌ها و نیز احتمال بیش‌تر برای کسب آن‌هاست». از منظر اقتصادی، کنشگرانی که براساس قضیه عقلانیت عمل می‌کنند، سودمندی‌های خود را بیشینه می‌کنند. به گونه‌ای اساسی، مردم کنش‌های بدیل گوناگون در دسترس‌شان را بررسی و در مورد آن‌ها نتیجه‌گیری می‌کنند. آن‌ها مقدار پاداش‌های مربوط به هر جریان عملی را با هم مقایسه می‌کنند. هم‌چنین، آن‌ها احتمال دریافت واقعی پاداش‌ها را نیز محاسبه می‌کنند. بنابراین، تعاملی بین ارزش پاداش و احتمال دستیابی وجود دارد. مطلوب‌ترین پاداش‌ها آن‌هایی هستند که هم بسیار ارزشمند و هم بیش‌تر قابل دستیابی باشند. قضیه عقلانیت هومنز حاکی از این است که انجام دادن یا انجام ندادن یک کنش، به ادراکات مردم در مورد احتمال موفقیت بستگی دارد و همان‌گونه که می‌دانیم ادراک از احتمال بالا یا پایین بودن موفقیت، تحت تأثیر موفقیت‌های گذشته و شباهت موقعیت کنونی با موقعیت‌های موفق گذشته شکل می‌گیرد. در نتیجه هومنز، کنشگر را یک سودجوی عقلانی بشمار می‌آورد. در دنیای مدرن امروز، استفاده از فناوری ارتباطات و داده‌ها، بویژه فضای مجازی، یکی از مواردی است که کنشگر عقلانی را مجاب به دریافت سود بیش‌تر با حضور بیش‌تر در این فضا می‌کند. این مطلب در پژوهش حاضر شامل زنانی می‌شود که برای کسب مطالب مفید جهت تربیت بهتر فرزندان خویش، حضوری

همیشگی را در فضای مجازی تجربه می‌کنند و در واقع، دریافت مطالب آموزنده در جهت هدفشان که از نظر ایشان آموزنده تلقی می‌شود، همان سودی است که کنشگر عقلانی از کنش خویش بدست می‌آورد (Homans, 1984).

۶) آشنایی با طرز تفکر دیگران

یکی دیگر از دلایلی که زنان مصاحبه شونده در توضیح علت حضور خویش در فضای مجازی به آن اشاره کرده اند، آشنایی با طرز تفکر دیگران در گروه‌های عضویتی است.

یکی از مصاحبه شوندگان این گونه می‌گوید: «برای من خیلی جالبه که تو گروه دوستانم، هرکسی تلاش می‌کنه افکار و اعتقادات خودش رو مطرح کنه و در واقع اونها رو به دیگران القا کنه، یکی فقط مباحث مذهبی به اشتراک می‌گذاره، اون یکی فقط مباحث روان شناسی مطرح می‌کنه، یکی فقط جک به اشتراک می‌گذاره و این برای من خیلی جذابه (مریم، ۳۵ ساله)».

همان گونه که مشاهده می‌شود، برخی از زنان به جهت آشنایی با طرز تفکر افراد گوناگون که در فضای مجازی عضویت دارند، تمایل به حضور در این فضا را دارند. در واقع، آگاهی از نقطه نظرات دیگران و آشنایی با دیدگاه‌های آن‌ها که هر فردی به چه حوزه‌ای علاقمند است و در چه زمینه‌ای مطالب خویش را به اشتراک می‌گذارد، یکی از جاذبه‌های مهم و تأثیرگذار برای حضور زنان در فضای مجازی است.

در نظریه مبادله سطح کلان ریچارد امرسون، کنشگران می‌توانند افراد و یا جمع‌ها باشند. در این نظریه امرسون با رابطه مبادله‌ای میان کنشگران سروکار دارد. یک شبکه مبادله‌ای چندین مؤلفه دارد: نخست، یک چنین شبکه‌ای از روابط اجتماعی تعدادی کنشگر فردی یا جمعی تشکیل می‌شود. دوم، کنشگران گوناگون، تنوعی از منابع ارزشمند دارند. سوم، همه کنشگران چه فردی و چه جمعی در این شبکه فرصت‌های مبادله و روابط مبادله‌ای با یکدیگر دارند. سرانجام، تعدادی از این روابط مبادله‌ای وجود دارند و با یکدیگر مرتبط می‌شوند تا یک ساختار شبکه‌ای منفرد را شکل دهند. بنابراین، در شکل‌گیری یک ساختار اجتماعی، دست‌کم می‌توان دو رابطه مبادله‌ای بین کنشگران را مشاهده کرد. در یک رابطه مبادله‌ای، قدرت یک کنشگر بر دیگری تابع وابستگی آن کنشگر به کنشگر دیگر است. قدرت و وابستگی نابرابر به عدم تعادل در روابط می‌انجامد، اما اینها طی گذر زمان به سوی یک رابطه متوازن‌تر حرکت می‌کنند. این وابستگی متقابل، تعیین‌کننده ماهیت متقابل کنش آن‌ها و مقدار قدرتی است که بر یکدیگر اعمال می‌کنند. در جامعه مدرن امروزی، ارتباطات شبکه‌ای مانند فناوری داده‌ها و ارتباطات و به گونه خاص فضای مجازی، گونه‌ای از ارتباط را بین افراد تعریف می‌کند که کنشگران گوناگون حاضر در این فضا می‌توانند منابع خود را در اختیار یکدیگر قرار داده و از این راه با دیدگاهها و طرز تفکر یکدیگر آشنا شوند. (Emerson, 2000).

(۷) توسعه دایره تعاملات افراد

یکی از دلایل عمده ای که زنان مصاحبه شونده در تشریح علت حضور خویش در فضای مجازی ذکر کرده اند، توسعه دایره تعاملات ایشان است. یکی از مصاحبه شونده‌گان چنین می‌گوید: «فضای مجازی رو دوست دارم به خاطر این که به راحتی می‌تونم با محیط بیرون از خونه ارتباط برقرار کنم، این طوری دیگه احساس تنهایی و دورافتادگی از جامعه رو ندارم به علاوه، هر طور که دلم می‌خواد خودم رو معرفی می‌کنم (مینا، ۳۴ ساله)».

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، گروهی از زنان حضور در فضای مجازی را به عنوان مغری برای خروج از انزوا و تنهایی خانه قلمداد می‌کنند. در واقع، با حضور در این فضا به نوعی جدایی و انزوای از جامعه را جبران کرده و در واقع، همان تعاملاتی را که در محیط حقیقی تمایل به تجربه آن را دارند و بنا به دلایلی برای‌شان امکان پذیر نمی‌باشد، در فضای مجازی جستجو می‌کنند و به نوعی فضای مجازی جایگزینی برای تعاملات اجتماعی حقیقی می‌گردد. نکته‌ای که در این راستا قابل تأمل به نظر می‌رسد این است که حضور در فضای مجازی، لزوماً به معنای ارایه خود حقیقی نیست و این موضوع یکی از دلایل مهمی است که افراد را بیش‌تر از قبل تحریک و تشویق به حضور در این فضا می‌کند.

از نظر اروین گافمن افراد در زمان کنش متقابل تمایل دارند برداشت معینی از خود را نمایش دهند که مورد پذیرش دیگران باشد. کنشگران امید دارند با این حال که نیاز اجتماعی خویش یعنی کنش متقابل با افراد را ارضاء می‌کنند، برداشتی از خود به مخاطب ارایه کنند که به اندازه کافی نیرومند بوده و منجر به این شود که مخاطب آن را به گونه‌ای تعریف کند که کنشگر می‌خواهد آن‌گونه تعریف شود. گافمن استدلال می‌کند که چون مردم روی هم رفته، تلاش می‌کنند یک تصویر آرمانی از خودشان در اجرای جلوی صحنه به نمایش بگذارند، به ناچار احساس می‌کنند که چیزهایی را باید در اجراهایشان پنهان کنند. برای مثال، کنشگران ممکن است لازم ببینند تنها محصولات نهایی خویش را نمایش دهند و فرآیند دخیل در تولید آن‌ها را پنهان کنند. روی هم رفته، کنشگران اغلب می‌کوشند این برداشت را القاء کنند که اجرای نقشی را که در آن لحظه انجام می‌دهند، تنها اجرای آن‌ها و یا دست‌کم مهم‌ترین اجرای آن‌هاست. فن دیگری که اجراکنندگان نقش بکار می‌برند، هاله‌پوشی است. کنشگران اغلب می‌کوشند با محدود ساختن تماس بین خودشان و مخاطب، مخاطبشان را در هاله نگه دارند. در واقع، می‌کوشند با ایجاد فاصله اجتماعی بین خودشان و مخاطب، برای خود ابهتی را نزد مخاطب ایجاد کنند و این به واقع، همان رویدادی است که در جهان مدرن و در غالب فضای مجازی در حال اتفاق افتادن است و در حقیقت انگیزه‌ای قوی و با این حال، جذاب برای افرادی است که تمایل بسیار برای حضور در این فضا را

دارند زیرا که تعامل خود را به شکل دلخواه خویش با مخاطب مورد نظر برقرار می‌کنند (Goffman, 1959).

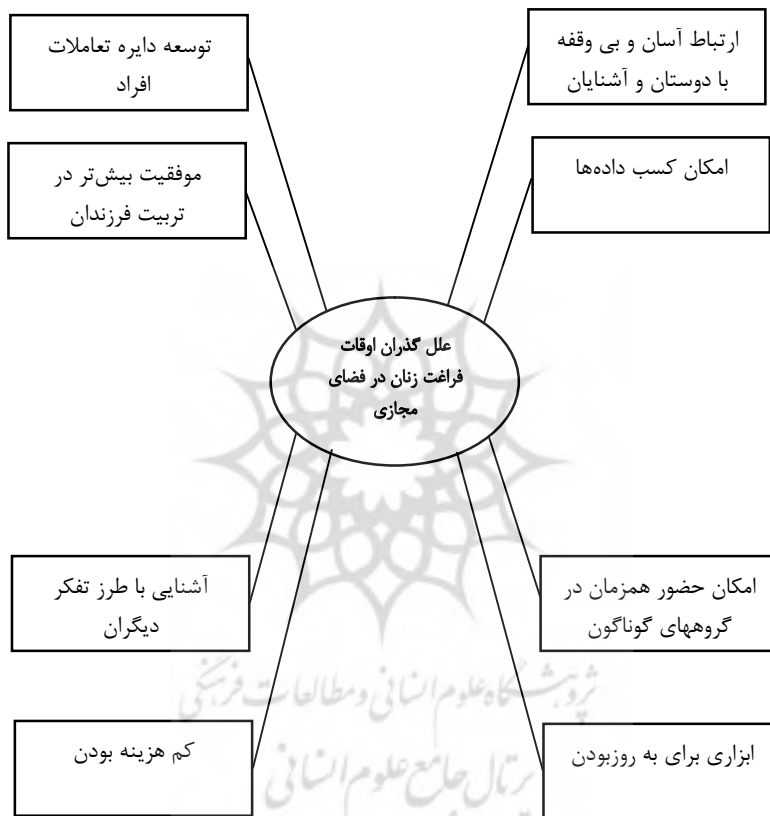
۸) کم هزینه بودن

یکی از عمده دلایلی که زنان در تشریح حضور خویش در فضای مجازی عنوان کرده اند، کم هزینه بودن حضور در این فضا برای آن‌ها می‌باشد. یکی از مصاحبه شونده‌گان چنین می‌گوید: «خیلی خوشم می‌آید به خاطر این که باکم‌ترین هزینه می‌تونم با دوستانم ارتباط برقرار کنم دیگه نیازی نیست تلفنی باهاشون صحبت کنم که هزینه سنگینی بهم تحمیل بشه، لازم نیست کلی پول کلاس آشنایی و موسیقی و ... رو بدم (فاطمه، ۳۱ ساله)».

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، کم هزینه بودن از عمده دلایل حضور زنان در فضای مجازی می‌باشد چرا که راحتی می‌توانند در گروه‌ها و کلاس‌های گوناگون عضویت داشته و از مزایای آن‌ها بهره‌مند شوند بدون این که کم‌ترین هزینه‌ای بابت داده‌ها و آموزش‌های دریافتی خود بپردازند و یا این که با دوستان و آشنایان خود در داخل و خارج از کشور ارتباط دائمی داشته باشند بدون این که هزینه تماس تلفنی و یا ارسال نامه را پرداخت کنند.

از نظر جیمز کلمن، تمرکز نظریه‌گزینش عقلانی بر روی کنشگران است. کنشگران به عنوان موجوداتی هدفمند یا قصدمند در نظر گرفته می‌شوند؛ یعنی کنشگران مقصودهایی دارند که کنشهایشان معطوف به آنهاست. همچنین کنشگران به عنوان دارندگان رجحانها به حساب می‌آیند. در واقع، نظریه‌گزینش عقلانی با هدف‌ها و قصدهای کنشگر شروع می‌شود. کلمن بر این باور است که مردم نسبت به هدف‌ها به یک روش هدفمند عمل می‌کنند و هدف‌ها و همچنین، کنش‌ها به وسیله ارزش‌ها شکل می‌گیرند. از نظر وی، کنشگران و منابع، دو عنصر کلیدی در نظریه‌گزینش عقلانی بشمار می‌روند. منابع آن چیزهایی هستند که کنشگران بر آن‌ها کنترل و در آن‌ها منفعت دارند. کلمن با توجه به این دو عنصر توضیح می‌دهد که چگونه کنش متقابل آن‌ها به سطح نظام منتهی می‌شود و در واقع فناوری داده‌ها و ارتباطات و به بیان دیگر، فضای مجازی یکی از مصادیق بارز نظام بشمار می‌رود که کنشگران اجتماعی (در پژوهش کنونی زنان) به لحاظ داشتن رجحان‌هایی هدفمندانه گام برداشته و ضمن برخورداری از مزایای موجود در فضای مجازی از تمامی ابعاد آن سود می‌جویند که تا حدودی نیز به صورت رایگان در اختیار این کنشگران قرار می‌گیرد. (Coleman, 2000)

«الگوی شاخص تماتیک گذران اوقات فراغت زنان در فضای مجازی»



بحث و نتیجه گیری

باتوجه به این که فناوری‌های داده‌ای و ارتباطی به همه فضاهای اجتماعی، سازمانی و فردی در جوامع بشری وارد شده و شیوه زندگی روزمره، کار و معرفت او را به درجات گوناگونی تحت تأثیر قرار داده است، به تناسب بهره مندی جوامع از این فناوری‌ها و ایفای نقش در ارتباطات و تعامل بین مردم و تبادل داده‌ها و دسترسی جامعه به این فرایند، تغییرات اجتماعی شتاب و شدتی بیش‌تر می‌گیرد، اما ما به عنوان جامعه شناس اجازه ابراز حکم ارزشی در این رابطه نداریم و نمی‌توانیم یک حکم مطلق صادر نماییم و جهت هر نوع اظهارنظری در این حوزه ابتدا بایستی پژوهشی دقیق و عمیق انجام داده و تمام ابعاد موضوع را مورد بررسی قرار دهیم.

آنچه که در این پژوهش مورد بررسی دقیق و عمیق قرار گرفت، علل گذران اوقات فراغت زنان در فضای مجازی بود که با استفاده از روش کیفی از نوع تحلیل تماتیک انجام شد و تم‌های متعددی از خلال مصاحبه با ۳۰ نفر از زنان دارای مدرک کارشناسی که در محدوده سنی ۳۰ تا ۴۰ سال، ساکن تهران، همگی خانه دار و از طبقه متوسط بودند، در سال ۱۳۹۴ استخراج شد. مهم‌ترین این تم‌ها عبارتند از: ارتباط آسان و بی وقفه با دوستان و آشنایان، امکان کسب داده‌ها، امکان حضور هم‌زمان در گروه‌های گوناگون، ابزاری برای به روز بودن، موفقیت بیش‌تر در تربیت فرزندان، آشنایی با طرز تفکر دیگران، توسعه دایره تعاملات افراد و کم هزینه بودن که به ترتیب تم نخست با نظریه زیست جهان هابرماس، تم دوم با نظریه هومنز در قالب قضیه موفقیت، تم سوم با نظریه ازجاکندگی فضا و مکان گیدنز، تم چهارم با نظریه تفاوت بوردیاری، تم پنجم با نظریه هومنز در چارچوب قضیه عقلانیت، تم ششم با نظریه مبادله ریچارد امرسون، تم هفتم با نظریه هاله پوشی گافمن و تم هشتم با نظریه گزینش عقلانی کلمن، تحلیل و تفسیر جامعه شناختی شده اند.

روی هم رفته، می‌توان چنین نتیجه گرفت که امروزه فضای مجازی بخشی عمده از زندگی زنان را به خود اختصاص داده است. به گونه‌ای که بخش عمده‌ای از تعاملات، سرگرمی‌ها و آموزش‌های آنان در این فضا و بدون حضور در فضاهای فیزیکی متعدد انجام می‌گیرد. بنابراین، عاملی مهم در شکل دهی سبک زندگی و چگونگی تفکر آنان بشمار می‌رود.

امید است نتایج بدست آمده از این پژوهش گامی مثبت در راستای شناخت نیازهای زنان و برطرف کردن آسیب‌ها و معضلات حضور زنان در فضای مجازی برداشته و هم‌چنین، موجبات جلب نظر و انگیزه دیگر محققان جهت پژوهش‌های بیش‌تر در این حوزه را فراهم بیاورد.

پیشنهادها

۱. افزایش سواد رسانه ای زنان در جهت استفاده فعال و نه منفعل از فضای مجازی.
۲. استفاده از این فضا جهت ارتقاء فرهنگی زنان توسط مسئولان ذیربط.
۳. فعالیت و حضور پررنگ تر گروههای آموزشی متناسب با فرهنگ ایرانی _ اسلامی در فضای مجازی.
۴. برنامه ریزی برای تولید محتوای متناسب با فرهنگ ایرانی _ اسلامی به وسیله مسئولان ذیربط.

References

- Alikhani, (2005). Tv and deviance, Social mag, N12. (Persian)
- Giddens, A. (2005). "The Encyclopedia of Social Theory", Oxford, England, Blackwell.
- Aqamohammadian & Afhami, (2007). The impact of satellite on beliefs, Social mag, N5. (Persian).
- Arizi, (2006). Sattelite and sexual identity, Noor mag, N8, (Persian).
- Cantov, (1984). Impact of media violence on young people, Social mag, N5.
- Castels, M. (2011). Networking sociology, translated by Aligholi and Khakbaz, Tehran, Tarheno. (Persian)
- Chirita (2007). Pathology of internet using, Social mag, N12.
- Cyril Bert, (1925). Deviance boys and films, Social mag, N7.
- Dargahi and Razavi, 2007, Internet addiction, 2007, Social mag, N14. (Persian).
- Dehghan, A. (2005). Internet gambling, Journal of Coltural studies. N23, (Persian).
- Goffman. E. (1959). "The Presentation of Self in Everyday Life", Garden City, Anchor.
- Farahmand, (2009). Sextual diffrents in internet, Noor mag, N13 (Persian).
- Farahmand, M. (2008). Douthers in using of Internet, Studies of women, N11. (Persian)
- Homans, G. (1984) "Coming to My Sences", New Brunswick.
- George Ritzer, (2001) "Explorations in the Sociology of Consumption", London: Sage.
- Hung & Leung, (2009). Internen addiction between young people, Social mag, N32.
- Colman, J. (2000). "Rational Choice", Oxford, England: Blackwell.
- Baudrillard, J. (2000). "Selected Interviews", London, .
- Habermas, J. (2000). "The Blackwell Companion to Major Social Theorists", Oxford, England: Blackwell.

- Karen, S.C. & Whitmeyer, J. (2000). "Richard Emerson". In George Ritzer, ed. The Blackwell Companion to Social Theorists, Malden, MA, and Oxford, England: Blackwell.
- Mohammadpour, A. (2010). Anti research in qualitative method, Tehran, Jameeshenasan. (Persian)
- Naomi & Tomas, (2010). Internet gaming between students, Social mag, N23.
- Nastizayi, (2009). Internet pathology, Noor mag, N21. (Persian)
- Salami, (2009). Internet networking in life, Noor mag, N18. (Persian)
- Sheykhavandi, D. (2005). Sociological of deviance in Iran, Tehran, Qatreh. (Persian)
- Sobhaninejad, M. (2009). Chalanges and Functions of mobile, Journal of cultural and engineering, N31. (Persian)
- Sobhaninhjad, (2009). Challenges Functions of mobile, Noor mag, N12. (Persian)
- Thomas, J. & Harden, A. (2008). Methods for the Thematic Synthesis of Qualitative Research, ESRC National center for Research Methods, Social Science Research unit, London.
- Young, 1998, Internet addiction, Social mag, N8.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی