

هویت یابی واقعی - وانمودی دختران در سیالیت فضای مجازی: مطالعه کیفی دانشجویان دختر دانشگاه یاسوج

● آرمان حدیری^۱، حمید صداقت^۲، خیری حمیدپور^۳

چکیده

با گسترش فضای مجازی و رسانه‌ای شدن فضای فرهنگی، هویت‌یابی افراد نیز دگرگون شده است. از منظر جامعه‌شناختی، تحلیل نمود هویتی زنان در فضاهای مجازی که آزادی کمتری در فضاهای «واقعی» سنتی برای ابراز هویت خود دارند، اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا فضای مجازی ظرفیت بیشتری برای خلق و بازنمایی هویت مطلوب و آرمانی دارد. به علاوه، استفاده از رویکردهای کیفی برای فهم عمق و سیالیت فرایند هویت‌یابی سودمندتر است. از این رو، مقاله پیش رو فرایند هویت‌یابی ۱۶ نفر از دانشجویان دختر دانشگاه یاسوج در فضای مجازی را با رویکردی کیفی واکاوی کرده است. تکنیک جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه بدون ساختار و نیمه‌ساختاریافته بوده است. روش نمونه‌گیری غیرتصادفی، هدفمند و با حداکثر تنوع؛ راهبرد تحلیل داده‌ها کدگذاری سه‌مرحله‌ای باز، محوری و گزینشی بوده است. بر اساس ماهیت مضامین مصاحبه‌ها، علل، بسترها و پیامدهای استفاده این دختران از فضای مجازی ذیل ده مقوله محوری «ماهیت ارتباط، ابراز جنبه‌های متفاوت خود، استفاده هدفمند جهت تأمین نیازها و خدمات متنوع، ارضای تمایلات روحی - فیزیولوژیک، پرکردن اوقات فراغت، ضعف شخصیت روانی و مهارتی، نابسامانی زندگی خانوادگی، خودهای متفاوت ارائه‌شده در فضای مجازی، قابلیت‌های فضای مجازی در زندگی مدرن و دامنه آسیب‌های فضای مجازی» تحلیل شدند. در سطحی انتزاعی‌تر، می‌توان گفت مقوله هسته «فضای مجازی پژواک فضای واقعی و جولانگاه خودهای واقعی - وانمودی» بازتاب‌دهنده روند هویت‌یابی دختران مورد مطالعه در فضای مجازی است که ناشی از تأثیر دوسویه ویژگی‌های روان‌شناختی - فیزیولوژیک - اجتماعی دختران و شرایط زیست فرهنگی - اجتماعی آنان در فضای واقعی جامعه است.

واژگان کلیدی

هویت‌یابی، فضای مجازی، واقعی - وانمودی، نظریه زمینه‌ای، دانشجویان دختر.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۲۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۰۴

۱. استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه یاسوج (نویسنده مسئول) armanhedari90@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری بررسی مسائل اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه یاسوج hamidsedaghat40@yahoo.com

۳. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه یاسوج khireyhamidpor@gmail.com

مقدمه

امروزه، جهان، با پشت‌سر گذاشتن دوران صنعتی، وارد عصر اطلاعات شده است. در عصر اطلاعات و در جامعه اطلاعاتی، بخش زیادی از وقت انسان‌ها در فضای مجازی سپری می‌شود. فضای مجازی فضایی کاملاً صنعتی و محصول فناوری‌های نوین ارتباطات، مخابرات و رایانه است. این فضا دارای ویژگی‌های متمایز از فضای واقعی است. فضای مجازی قابلیت‌های متعدد و چندگانه‌ای دارد و کاربران این فضا می‌توانند در این فضا فعالیت‌های متکثری را موازی، همانند، مغایر یا فراتر از فعالیت‌هایشان در فضای واقعی دنبال کنند. در این مقاله، تنها بازنمایی هویتی کاربران دختر دانشجو در این فضا مورد توجه و تحلیل جامعه‌شناختی قرار گرفته است. در کل، هویت افراد در این اجتماعات و فضاهای مجازی می‌تواند همسان یا متفاوت با دنیای فیزیکی و واقعی ساخته و بازنمایی شود. می‌توان گفت هویت در فضای مجازی به دو نوع حقیقی و مجازی تقسیم‌بندی می‌شود. در بعضی از تعاملات اینترنتی مثل تجارت الکترونیک، حضور در کلاس‌های آموزشی و دانشگاه الکترونیکی ما تا حد زیادی ناچاریم با هویت حقیقی و واقعی خودمان ظاهر شویم؛ زیرا تعامل ما در فضای اینترنتی مشروط و منوط به شناسایی و تصدیق هویت حقیقی ما از طریق ابزارهای الکترونیکی مختلف از سوی طرف مقابل است؛ اما در بسیاری از تعاملات دیگر (مانند اینستاگرام، گروه‌های واتساپ، بازی‌های اینترنتی و گفت‌وگو) به علل گوناگون می‌توانیم به صورت ناشناس و با هویت جعلی و مجازی ظاهر شویم. مثلاً در وبگاه‌های مختلف عضو می‌شویم، رایانامه جعلی برای خودمان می‌سازیم و یا در شهرهای الکترونیکی (مثل تلگرام، اینستاگرام، واتساپ و...) با هویتی مجازی ظاهر می‌شویم و یا با دیگران با هویتی ناشناس چت می‌کنیم (شهریاری و خسروی، ۱۳۹۰: ۱۰۵).

در این مقاله بیشتر بازنمایی هویتی افراد در فضاهای مجازی غیررسمی - که افراد، به دلخواه، می‌توانند با هویت واقعی یا جعلی خود وارد شوند - و تحلیل زمینه‌ها و علل مرتبط با نحوه بازنمایی آنان مورد توجه بوده است. برای تعریف کردارهای رسانه‌ای برخط^۱ اصطلاحاتی مانند «دیجیتال»، «مجازی»، «تعاملی» و «رسانه‌های جدید» به کار برده می‌شوند که همگی بیانگر هرگونه و همه فناوری‌های دیجیتالی نوظهور و تکاملی هستند که اغلب نتیجه نوآوری‌های دو دهه اخیر در محاسبه کردن شخصی^۲، اینترنت و تلفن‌های یاخته‌ای^۳ هستند (Zemmels, 2012). در این مقاله، در همه جای متن، تنها از اصطلاح فضای مجازی استفاده شده است.

قبل از شروع بحث، ترسیم مختصر وضعیت فضاهای اینترنتی و سیر زمانی کمیت کاربران

1. Online Media Practices
2. Personal Computing
3. Cellular

اینترنتی در ایران ضروری است. بر اساس آمارهای رسمی و غیررسمی، تعداد کاربران اینترنتی در ایران روند افزایشی سریعی دارد. در سال‌های اخیر، شبکه جهانی اینترنت ضریب نفوذ خود را در زندگی افراد افزایش داده و به یکی از جنبه‌ها و ابعاد کاربردی و بااهمیت در زندگی افراد تبدیل شده است. بر اساس آمار سازمان داده‌ها و آمار اینترنت، ایران، با داشتن ۳۶ میلیون و ۵۰۰ هزار کاربر (معادل ۴۷ درصد جمعیت کشور)، رتبه سیزدهم را در جهان دارد (خبرگزاری تابناک، ۲۳ اسفند ۱۳۹۰). بر اساس آماری دیگر، ۵۳ درصد مردم ایران حداقل عضو یک شبکه اجتماعی هستند که بیشترین درصد کاربران (۷۲ درصد) نیز جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال هستند (خبرگزاری پایداری ملی، ۲ مرداد ۱۳۹۵). نظرسنجی ملی اسفند سال ۱۳۹۷ نیز نشان داد تعداد کاربران فعال ایرانی تلگرام بین ۴۰ تا ۴۵ میلیون نفر بوده‌اند.^۱ این کاربران ساعتی چند در هفته یا ماه را به استفاده از جنبه‌های مختلف اینترنت از قبیل جست‌وجوی اخبار و اطلاعات، چک کردن رایانامه و نرم‌افزارهای ارتباطی و گفت‌وگو، خرید یا امور بانکی، اشتراک مطالب و موضوعات مورد نظرشان اختصاص می‌دهند (توسلی و جلالوند، ۱۳۹۴: ۹۶).

آمار و ارقام مذکور همگی بیانگر استفاده گسترده افراد، به‌ویژه جوانان، از فضاهای مجازی است؛ اما آنچه تاکنون کمتر شناخته شده است نوع بازنمایی هویتی افراد در این فضا و عوامل، زمینه‌ها و پیامدهای مرتبط با آن بوده است. مهم‌تر آنکه، بیشتر پژوهش‌ها کمی و توصیفی بوده و به‌صورت عمیق و از منظر کاربران، نوع بازنمایی ترجیحی و علل و زمینه‌های مرتبط با نوع هویت‌یابی ترجیحی را واکاوی نکرده‌اند. از این‌رو، با نوعی خلأ پژوهشی در خصوص کیستی و چیستی ارائه‌شده دختران جوان و تحلیل زمینه‌ها و بستری‌های مرتبط با این پدیده و پیامدهای آن برای دختران مواجه هستیم. هرچه از دامنه شهرهای مرکزی و کلان‌کشوری به سمت شهرهای حاشیه‌ای و کوچک‌تر حرکت می‌کنیم، این کمبود و خلأ پژوهشی مشهود و محسوس‌تر است. پژوهش پیرامون جوانان از این نظر اهمیت دارد که آن‌ها در جبهه تعامل با رسانه‌های جدید هستند و آن‌ها را در کردارهای روزمره‌شان تحقق می‌بخشند (Zemmel, 2012). بر این مبنای، در این پژوهش کوشش شده تا با استفاده از روش کیفی مبتنی بر نظریه زمینه‌ای، هویت بازنمایی‌شده دانشجویان دختر دانشگاه یاسوج در فضای مجازی و علل، زمینه‌های فردی-اجتماعی و پیامدهای مرتبط با نوع هویت‌یابی آنان در این فضا مورد تحلیل و واکاوی جامعه‌شناختی قرار گیرد. پیش‌فرض محوری محققان این بوده است که شناسایی کیستی و چیستی هویت جوانان تنها با گفت‌وگوی باز، عمیق و همه‌جانبه با مشارکت‌کنندگان در این فضاها و شناسایی علل، تجربه و تعاملات آنان در این فضاها

1. www.irna.ir/news/83323337

امکان‌پذیر است. در این زمینه، سوالات اساسی پژوهش عبارت‌اند از: مهم‌ترین زمینه‌های فردی-اجتماعی (زمینه‌ای، علی و مداخله‌گر) مرتبط با بازنمایی هویتی دانشجویان دختر دانشگاه یاسوج در فضاهای مجازی کدام‌اند؟ کنشگران یادشده هویت خود را در فضای مجازی چگونه تعریف و ارائه می‌کنند؟ مهم‌ترین پیامدهای استفاده از فضای مجازی در زندگی این کنشگران کدام‌اند؟

پیشینه پژوهش

با توجه به فراگیر شدن استفاده از اینترنت و گستردگی و تنوع فضای مجازی و کاربران آن در کشور، پژوهش‌های متعدد دانشگاهی در خصوص استفاده از اینترنت در کشور صورت گرفته است که هرکدام از آن‌ها به سهم خود می‌توانند به شناخت ما از وضعیت فضای مجازی و نوع استفاده افراد از آن کمک کنند. در اینجا تنها پژوهش‌هایی ذکر شده‌اند که تا حد زیادی با پژوهش پیش رو ارتباط دارند.

در پژوهشی، عبداللهیمان و رضانیا (۱۳۸۸) به بررسی «تجربه خود زنانه در فضای مجازی» پرداخته‌اند. بر اساس این پژوهش، تجربه خود زنانه در ارتباطات اینترنتی متأثر از نوعی فقدان اطمینان در فضای اینترنتی و درعین حال ارجاع به مبانی فکری و اعتقادی در دنیای واقعی بوده است. بر اساس مطالعه قاسم‌زاده عراقی و ذوالقدر (۱۳۹۳) پیرامون «تفاوت‌های معرفی خود در محیط‌های مجازی»، ارزیابی کاربران درمورد مقبولیت اطلاعات ارائه‌شده در پروفایل‌ها تحت تأثیر سه عامل تغییرات زمانی، شرایط معرفی خود در ارتباطات با واسط رایانه‌ای و نیز انتظارات مشترک میان کاربران بوده است.

رحیمی سحابی و مولایی توتاخانه (۱۳۹۵)، با «بررسی رابطه میان انواع خود در خودگشودگی جوانان در شبکه‌های اجتماعی»، پی بردند کاربران خود را موفق، نخبه، مثبت، توانمند، کمترغیرمذهبی و مخالف نظام معرفی کرده‌اند. همچنین میان جنسیت و نحوه خوداظهاری تفاوت معناداری وجود دارد. پرهیز و ذوالفقاری (۱۳۹۷)، با بررسی مقایسه‌ای هویت واقعی و مجازی جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال شهر یاسوج، پی بردند بین هویت واقعی افراد در دنیای واقعی و هویت آن‌ها در دنیای مجازی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. همچنین، تفاوت‌های هویت (خود اختلافی) در برخی ابعاد بر اساس متغیرهایی مانند سن، جنسیت، تحصیلات، سطح درآمد و میزان استفاده از فضای مجازی معنی‌دار بوده است. بابایی‌فرد و خداکریمیان گیلان (۱۳۹۷)، با بررسی تأثیر فضای مجازی بر هویت افراد، به این نتیجه رسیدند که فضای مجازی بر هویت افراد نقش مؤثری داشته است. شبکه‌های اینترنتی باعث دگرگونی در هویت افراد شده‌اند تا جایی که افراد با پدیده بحران هویت در فضای مجازی مواجه شده‌اند. با هویت سیال و متکثری

که در چنین فضایی شکل گرفته است، فرد از چارچوب معین و انعطاف‌ناپذیری که در جهان خارج دارد جدا می‌شود و این فضا به فرد امکان بروز بیشتر خود را می‌دهد و در چنین فضایی فرد از قیدوبندها رها می‌شود و در فضایی بسیار بی‌مرزتر از جهان واقعی مجال فعالیت می‌یابد. بر اساس پژوهش عباسی شوازی و عباسی آتسگاه (۱۳۹۷)، هیچ‌گونه ارتباط مستقیم و معناداری بین نوع و میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی با روابط خانوادگی وجود ندارد؛ بلکه این ارتباط از مسیر متغیرهای میانجی، یعنی زمان خانواده و خانواده شبکه‌ای، محقق می‌شود. بر اساس پژوهش هاشمی‌نسب (۱۳۹۹)، تعامل در شبکه‌های اجتماعی نیز همچون تعامل در دنیای بیرون متشکل از اجراهاست؛ با این تفاوت که اجراگران در فضای مجازی از طریق واسطه به ایفای نقش‌هایشان می‌پردازند.

پراترو^۱ (۲۰۰۹)، با روش کیفی و با تحلیل «شکل‌گیری هویت در جامعه معاصر از طریق تأثیر رسانه‌ها»، پی برد تأثیر رسانه در رفتار و ایدئولوژی منعکس می‌شود و این امر، به‌نوبه خود، هویت اجتماعی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در پژوهش او، هویت به‌عنوان فرایندی پویاست که تحت تأثیر رسانه‌ها شکل خاصی به خود گرفته است.

بک و همکاران^۲ (۲۰۱۰) در مطالعه خود به دنبال رابطه پروفایل‌های فیس‌بوک و ویژگی‌های شخصیتی افراد بوده‌اند. در این پژوهش، دو فرضیه اساسی مطرح شد. مطابق فرضیه اول - یعنی «فرضیه زندگی واقعی بسط‌یافته» - شبکه‌های اجتماعی برخط بستر اجتماعی گسترده‌ای را فراهم می‌کنند که افراد می‌توانند در آن با نمایش ویژگی‌های شخصیتی واقعی خود فهم متقابل بین‌فردی را ممکن کنند. مطابق فرضیه دوم - «فرضیه هویت مجازی مطلوب» - پروفایل‌ها در شبکه‌های اجتماعی برخط برای نمایش «خودهای مطلوب» استفاده می‌شوند؛ به این معنا که کاربران از طریق پروفایل‌هایشان ابعادی از خود را نشان می‌دهند که بیانگر شخصیت واقعی آن‌ها نیست. در این مطالعه، فرضیه اول تأیید و فرضیه دوم رد شد. به عقیده نویسندگان، در این مطالعه شواهدی مبنی بر خودایدئال‌سازی مشاهده نشد.

شفی، نایان و عثمان^۳ (۲۰۱۲) پی بردند هویت مجازی متنی و ادراک بصری بر اساس ارزش‌های مربوط به ارتباط اجتماعی، محبوبیت و دامنه خود ادراک شده از طریق نام‌های کاربری و زبان و تصاویر پروفایل به‌دقت انتخاب‌شده در پروفایل‌های دانشجویان بازسازی می‌شوند. فرهنگ و جنسیت ممکن است یافته‌های این پژوهش را تحت تأثیر قرار دهند.

1. Protheroe
2. Back et al.
3. Extended real-life hypothesis
4. Idealized virtual identity hypothesis
5. Shafie, Nayan & Osman

همچنین، هویت مجازی و تأثیر بصری دانشجویان بر اساس مقادیر مرتبط با ادراک همسالان، ارتباط اجتماعی و محبوبیت بازسازی می‌شود. پروفایل دانش‌آموزان شامل تصاویر و اطلاعاتی است که هویت واقعی و ایدئال خود را به‌عنوان هویت مجازی‌شان نشان می‌دهد. کاربران مرد راحت‌تر از کاربران زن از نام واقعی خود به‌عنوان نام کاربری و از عکس خود در پروفایلشان استفاده می‌کنند.

بر اساس تحلیل چانگ و هئو^۱ (۲۰۱۴) از نظریه‌های بازدید که خودافشایی دانشجویان در فیس‌بوک را پیش‌بینی می‌کند، علل استفاده از فضای مجازی و خودافشایی در آن متفاوت با علل طرح‌شده در ادبیات کنونی تجارت الکترونیکی است. گوندوز^۲ (۲۰۱۷)، با بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر هویت‌سازی، نشان می‌دهد افراد از طریق شبکه‌های اجتماعی ابعاد مختلفی از هویت‌ها را نشان می‌دهند و با توجه به موقعیتشان، شخصیت‌های خاصی را در شبکه‌های مجازی از خود ارائه می‌دهند و ممکن است از نام واقعی خود استفاده کنند یا نکنند. پژوهش توفکسی^۳ (۲۰۱۸)، در دانشگاه مریلند در خصوص آماده‌سازی، شایعه، فیس‌بوک و فضای شخصی، نشان داد نگرش به آماده‌سازی اجتماعی و نمایش خود دو خوشه تأثیرگذار در پذیرش وبگاه‌های شبکه اجتماعی برخط هستند. کاربران به شایعات و کنجکاوی و سخنان کوتاه و عمومی و ناکارآمد افراد تمایل دارند. این افراد در گستره وسیعی از ارتباط با دوستان نزدیک خود بودند؛ اما آن‌ها را کمتر از سایر کاربران می‌دیدند. نتایج پژوهش وست، لوئیس و کوری^۴ (۲۰۱۹) نیز نشان داد والدین، به‌سبب خجالتی بودن فرزندشان یا به علل دیگر، به‌ندرت، از سوی دانش‌آموزان به‌عنوان دوستان فیس‌بوک پذیرفته می‌شوند و مورد استقبال قرار می‌گیرند. از نظر دانش‌آموزان، جهان اجتماعی خصوصی آن‌ها همانند جهان عمومی است.

مبانی نظری پژوهش

منطق و هدف ارائه ادبیات نظری در پژوهش‌های کمی با پژوهش‌های کیفی متفاوت است. در پژوهش‌های کمی، هدف از بیان ادبیات نظری استنتاج گزاره‌های نظری و استخراج فرضیه‌های تجربی به‌منظور سنجش روابط بین متغیرهای پژوهش است؛ اما در کار کیفی، هدف از ارائه نظریات تنها حساس‌سازی^۵ محقق جهت درک و فهم عمیق‌تر مضامین و استخراج مقوله‌های مکتوم در داده‌های گردآوری‌شده است. در اینجا، به‌اختصار، نظریه

1. Chang & Heo
2. Gündüz
3. Tufekci
4. West, Lewis & Currie
5. Sensitizing

رسانه‌ای شدن فرهنگ^۱ به منظور حساس‌سازی محققان جهت تحلیل داده‌ها بیان می‌شود. این نظریه بیانگر جایگاه، نفوذ و تأثیر رسانه‌ها بر جامعه و فرهنگ است. در گذشته، رسانه‌ها قلمرویی مجزا از جامعه و فرهنگ تصور می‌شدند. در نتیجه، محققان تمایل داشتند بر تأثیری تمرکز کنند که پیام‌های رسانه‌ای معینی بر افراد و نهادها داشتند؛ اما امروزه، رسانه‌ها به قدری در جامعه و فضای زندگی نفوذ کرده‌اند که به هیچ‌وجه نمی‌توان آن‌ها را از نهادهای فرهنگی و اجتماعی متمایز دانست. به علاوه، امروزه، تنوع رسانه‌ای در قلمرویی جهانی - محلی، شخصی - فراشخصی، تک‌خصیصه‌ای - چندخصیصه‌ای و... آزادی و انتخاب کنشگران و استفاده چندگانه از آن‌ها را امکان‌پذیر کرده است. به تعبیر ژیزک^۲، «سوژه به گره‌گاهی^۳ تبدیل شده است که موضوع‌های ایدئولوژیکی بسیار گوناگون و حتی رقیب در آنجا هم‌گرا می‌شوند» (Zemmel, 2012). متناسب با بحث این مقاله، رسانه‌ای شدن فرهنگ بیانگر این است که رسانه‌ها بنیان دانشی را شکل می‌دهند که در جامعه فراهم می‌شود و گردش می‌یابد. آلتید و اسنو^۴ (۱۹۷۹)، با طرح «تقدم فرم بر محتوا»، معتقدند که مهم‌ترین اثر رسانه‌ها «قالب‌بندی کردن^۵» است و رسانه‌ها تعیین‌کننده چگونگی قالب‌بندی مواد، انتخاب شیوه بازنمایی و انتخاب تصویری از تجربه اجتماعی در رسانه‌ها هستند. آن‌ها جنبه‌های فنی و سازمانی رسانه‌ها را هم مد نظر قرار می‌دهند. به علاوه، رسانه‌ای شدن فرهنگ معاصر توصیف‌گر «فرایندی است که از طریق آن، تولیدات فرهنگی رسانه‌ای به‌عنوان مراجع فرهنگی اهمیت یافته‌اند و از این رو، به توسعه و حفظ اجتماعات فرهنگی کمک می‌کنند» (Hjarvard, 2008).

هیپ^۶ دو موضع متفاوت را هنگام بحث از رسانه‌ای شدن از هم متمایز می‌کند: اول موضعی است که از طریق آن مفهوم رسانه‌ای شدن فهم «منطق رسانه‌ای^۷» را که در حوزه‌های اجتماعی گوناگون فعال است، تسهیل می‌کند. بر اساس این موضع، کنشگران و سازمان‌های همه بخش‌های جامعه بر اساس منطق رسانه‌ای تغییر می‌کنند و سازگار می‌شوند. همچنین در این موضع، «منطق رسانه‌ها^۸» وجود دارد که بر اساس آن، عملکرد سازمانی و فنی و زیبایی‌شناختی رسانه‌ها و راه‌هایی که رسانه‌ها منابع مادی و نمادین را تخصیص می‌دهند و از

1. Mediatization of culture
2. Zizek
3. Nodal point
4. Altheide & Snow
5. Formatting
6. Hepp
7. Media logic
8. The logic of media

طریق قواعد رسمی و غیررسمی عمل می‌کنند مورد توجه قرار می‌گیرد. موضع دوم منتقد بینش خطی موجود در موضع اول پیرامون نقش رسانه‌هاست. در این موضع استدلال می‌شود که همه ابعاد جامعه، در حقیقت، تنها از طریق «رسانه‌ها» شکل نمی‌گیرند؛ بلکه همچنین از طریق اعمال تخصیص، تغییر و مقاومتی شکل می‌گیرند که الزاماً به رسانه‌ها مربوط نمی‌شود. بر این اساس، گفته می‌شود که فشارهای تأثیرگذار مربوط به رسانه‌ها در جامعه به قدری ناهمگون‌اند که نمی‌توانند به «منطق رسانه‌ای» واحد تقلیل داده شوند. هیپ موضعی «بینابین» دارد؛ او، از یک‌سو، استدلالی را می‌پذیرد که بر گردش قدرتمندانه، پویا و غیرخطی معنا تأکید دارد. از سوی دیگر، او تحولات رسانه‌ها در زمینه «حوزه‌ای ویژه» را هم مورد توجه قرار می‌دهد (Hjarvard, 2008).

هیپ و هجاروارد استدلال می‌کنند که ما ناچاریم رسانه‌ای شدن حوزه‌های فرهنگی معینی را به‌دقت و به‌تفصیل بررسی کنیم و یک منطق رسانه‌ای خطی واحد را مسلم فرض نکنیم. به‌هرحال، از نظر هیپ، مفهوم رسانه‌ای شدن به‌شرطی سودمند است که ما آن را به فرض «منطق رسانه‌ای» مرتبط نکنیم؛ بلکه آن را به‌صورت کلی‌تر به‌عنوان چارچوبی برای پژوهش رابطه بین رسانه‌ها و تغییر فرهنگی درک کنیم. هجاروارد نیز معتقد است که سودمندی مفهوم رسانه‌ای شدن به‌عنوان ابزاری تحلیلی و اعتبار تجربی‌اش باید از طریق مطالعات واقعی رسانه‌ای شدن در بخش‌های خاصی ثابت شود. به عبارتی، نظریه رسانه‌ای شدن باید بتواند، از طریق ابزارهای تحلیل واقعی، اثرهای رسانه‌ها بر نهادهای گوناگون و قلمروهای فعالیت انسانی را نشان دهد (Hjarvard, 2008).

با وجود اهمیت نظریه رسانه‌ای شدن، می‌توان گفت، امروزه، رسانه‌های دیجیتال و جامعه‌پذیری برخط نیاز به باز مفهوم‌پردازی کردن رابطه میان رسانه‌ها و مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان رسانه‌های جدید و تنوع کاربرد مردم و گروه‌های اجتماعی، سنی و جنسیتی از رسانه‌های گوناگون در بسترهای زمانی - مکانی متفاوت را به امری ضروری تبدیل کرده‌است. پژوهش‌های رسانه‌ای سنتی مردم جوان را گروهی خاص می‌دیدند که نیازمند حمایت در برابر رسانه‌ها و تأثیرات بالقوه منفی‌شان هستند. حتی می‌توان، متأثر از ظهور رسانه‌های جدید، از اصطلاح «بازرسانه‌ای شدن» استفاده کرد. بازرسانه‌ای شدن فرایندی را توصیف می‌کند که از طریق آن رسانه‌ای «تکنیک‌ها، اشکال و اهمیت اجتماعی دیگر رسانه‌ها را اخذ می‌کند و در صدد احیا و مدبندی کردن مجدد آن‌ها به نام [امری] واقعی است» (Zemmel, 2012). در خصوص آثار و پیامدهای رسانه‌های نوین در زندگی روزمره، «تصورات هویتی» جایگاه محوری

1. Online Sociolization
2. Remediation

دارند؛ زیرا رسانه‌های جدید نقشی محوری در زندگی جوانان دارند. جوانان با مصرف کردن بیشتر رسانه‌ها در زندگی روزانه‌شان از چندکارکردی بودن^۱ [آن‌ها] لذت می‌برند. این نسل، بعد از خوابیدن، بیشتر وقتشان را صرف رسانه‌ها می‌کنند تا هر چیز دیگری. به اختصار، می‌توان گفت رابطه رسانه‌ها و هویت در نظریه‌های آلتوسر^۲ (ساخت سوژه منفعل از طریق دستگاه‌های ایدئولوژیک)، آپادورای^۳ (مشروط و زمینه‌ای بودن بنیادهای معنا در ماهیت «سرگردان»^۴ جامعه در قرن بیستم)، تربورن^۵ (تاریخی و زمینه‌مند بودن سوژه تا غیرتاریخی بودن آن)، ادوارد سعید (بینامتنی بودن زمینه‌های اجتماعی: بینامتنیت)، فیسک (تولید خلاقانه متن مصرف‌شده)، بورديو (بازنمایی پرکتیس‌های اجتماعی به‌عنوان شاخص‌های هویتی عادت‌واره و بازتولیدکننده آن)، فوکو (خودمراقبتی و خودنظارتی سوژه در فضاهاى اجتماعى جدید) و گیدنز (مدیریت خودبازاندیشانه در فضای جهانی- محلی شدن رسانه‌ای) متفاوت هستند (Zemmel, 2012)؛ اما همان‌طور که گفته شد، بر اساس جایگاه نظریه در پژوهش کیفی، به اختصار می‌توان گفت رسانه‌های جدید با داشتن قابلیت‌های فناورانه، فرامحلی بودن، کنترل‌ناپذیر بودن، نداشتن مواضع سلسله‌مراتبی و نابرابری‌های رایج اجتماعی و سیاسی و فرهنگی واقعی و... در تعامل با زمینه واقعی-مجازی زندگی در فضایی بین‌متنی و ویژگی‌ها و نیازهای فردی امکان تحقق «انواع هویت‌های اجتماعی» واقعی، دلخواه و وانمودی را برای افرادی فراهم کرده‌اند که هویتشان در فضای واقعی تا حد زیادی به «استیضاح» کشیده شده یا مورد بی‌توجهی و حتی سرکوب قرار گرفته است. با در نظر داشتن این زمینه نظری، تحلیل و فهم مضامین مصاحبه‌های مشارکت‌کنندگان با سهولت بیشتری صورت می‌گیرد. البته، در این پژوهش، در بین رسانه‌های جدید، تنها استفاده از فضای واتساپ و اینستاگرام و تا حد کمتری تلگرام تحلیل شده است.

روش پژوهش

روش مورد استفاده در پژوهش پیش رو کیفی و از نوع روش نظریه زمینه‌ای بوده است. مشارکت‌کنندگان در پژوهش دانشجویان دختر دانشگاه یاسوج در سال تحصیلی ۱۳۹۸-۱۳۹۹ بوده‌اند. انتخاب و دسترسی به دانشجویان برای گفت‌وگو و مصاحبه غیرتصادفی، هدفمند و غیراحتمالی بوده است. بدین منظور، دخترانی جهت مصاحبه و گفت‌وگو انتخاب شدند که از فضای مجازی واتساپ، اینستاگرام و تلگرام استفاده می‌کردند و از این نظر اطلاعات و

1. Multitasking
2. Althusser
3. Apadurai
4. Diasporic
5. Therborn

تجربه‌ای غنی داشتند. معیار دیگر در انتخاب افراد نمونه تمایل و ابراز علاقه صریح آنان برای شرکت در مطالعه بود. مصاحبه‌ها به صورت فرایندی در دو مرحله متمایز و جداگانه گفت‌وگویی باز و نیمه‌ساختاریافته صورت گرفت. در ابتدا، برای شناسایی ابعاد و دامنه موضوع با چند نفر از مشارکت‌کنندگان گفت‌وگو و مصاحبه باز صورت گرفت. از ویژگی این مصاحبه‌ها انعطاف‌پذیری، عمیق و طولانی بودن آنهاست. در ادامه، جهت تکمیل اطلاعات و تعمیق خصیصه‌ها و ابعادی خاص، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته صورت گرفت. مصاحبه‌ها، به دو صورت بر اساس موافقت یا عدم موافقت مشارکت‌کنندگان، با گوشی همراه ضبط یا به صورت دستی ثبت می‌شدند. برای تحلیل داده‌ها، متن همه مصاحبه‌ها روی برگه‌های کاغذ نوشته شدند و سپس مفهوم‌بندی و کدگذاری شدند. در کنار سؤالات مرتبط با موضوع اصلی پژوهش، پرسش‌های مربوط به اطلاعات فردی مانند سن، جنسیت و پایه تحصیلی نیز مطرح و یادداشت شدند. مصاحبه‌ها به صورت انفرادی بود و مدت زمان هر یک از مصاحبه‌ها، به اقتضای نیاز، تمایل و دستیابی به اطلاعات لازم از دو تا نیم ساعت نوسان داشت. تعداد مشارکت‌کنندگان در مصاحبه ۱۶ نفر بودند و معیار انتخاب آنها معیارهای حداکثر تنوع، نمونه‌گیری نظری و در مواردی گلوله برفی بوده و معیار و منطق کفایت نمونه‌گیری و توقف مصاحبه‌ها «اشباع نظری» و اطلاعاتی بوده است.

واحد تحلیل داده‌ها جمله بوده و از روش کدگذاری سه‌مرحله‌ای باز، محوری و گزینشی برای تحلیل داده‌ها استفاده شد. برای کدگذاری باز، متن مصاحبه‌ها چندین بار خوانده شد و تم‌های اصلی آن استخراج شد و به صورت کدهایی ثبت شد. سپس، کدهای مشابه، بر اساس معیاری مرتبط با موضوع پژوهش و ویژگی‌های مشترکشان، در سطحی انتزاعی‌تر ذیل مقوله‌های انتزاعی‌تر کدگذاری محوری قرار گرفتند. به‌علاوه، در این مرحله خصیصه‌های هر مقوله در راستای ابعاد مربوطه و متعددشان مبنای نمونه‌گیری و پرورش بیشتر کدها قرار گرفتند. نهایتاً در مرحله کدگذاری محوری، مقوله‌های مجزای حاصل از تحلیل داده‌ها در مرحله قبل بر اساس مدل پارادایمی (نمودار ۱) و با توجه به فاکتورهای تقدم و تأخر زمانی، جایگاه علی و پیوند مربوطه‌شان با پدیده موردبررسی در یکی از جایگاه‌های محوری «شرایط علی»، «شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر»، «راهبردها» و «پیامدهای» مربوطه جایابی شدند. در نهایت، کدگذاری انتخابی به‌منظور یکپارچه‌سازی و پالایش مقوله‌ها صورت گرفت. محققان، با توجه به زمینه و علل و بسترهای پدیده موردبررسی و با ملاحظه ادبیات تجربی و نظری موضوع، مقوله‌ای گسترده و انتزاعی را برای پوشش دادن نسبی روند موضوع موردبررسی از دید مشارکت‌کنندگان «انتخاب» کردند. این مقوله هویت‌یابی

هویت‌یابی واقعی - وانمودی دختران در سیالیت فضای مجازی

واقعی-وانمودی دختران در سیالیت فضای مجازی نامیده شد. برای اعتباریابی یافته‌های پژوهش از تکنیک‌های مختلفی مانند خواندن مکرر مصاحبه‌ها، مشورت محققان با یکدیگر جهت بهبود نام‌گذاری مقولات پژوهش و ارزیابی نتایج از سوی چند نفر از مشارکت‌کنندگان در پژوهش استفاده شد. برای ارزیابی و اعتبار کار در مراحل مختلف پژوهش، از پیشینه‌های تجربی و نظری جهت حساس‌سازی محققان، مقایسه یافته‌های پژوهش با پژوهش‌های دیگر و در مواردی نام‌گذاری مقولات استفاده شد. همچنین، به‌منظور اعتماد و همکاری صمیمانه مشارکت‌کنندگان به آنان اطمینان داده شد که هویت واقعی‌شان در هنگام بیان نتایج پژوهش مکتوم خواهد ماند. برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. برخی از مهم‌ترین اطلاعات زمینه‌ای مشارکت‌کنندگان در پژوهش

نام	سن	میزان تحصیلات		تحصیلات والدین		شغل والدین	
		مادر	پدر	مادر	پدر	مادر	پدر
شیوا	۲۵	کارشناسی ارشد ریاضی	ابتدایی	ابتدایی	کشاورز	خانه‌دار	
لیلا	۳۰	دکتری کشاورزی	بی‌سواد	بی‌سواد	کشاورز	خانه‌دار	
مریم	۲۲	کارشناسی برق	لیسانس	لیسانس	معلم	معلم	
غزاله	۲۱	کارشناسی عمران	فوق لیسانس	دیپلم	کارمند بهزیستی	خانه‌دار	
ساناز	۲۲	کارشناسی کشاورزی	دیپلم	لیسانس	آزاد	کارمند اداره	
سمیرا	۲۱	کارشناسی تاریخ	فوق دیپلم	دیپلم	آزاد	آموزش و پرورش	
سارا	۲۵	کارشناسی ارشد علوم سیاسی	بی‌سواد	بی‌سواد	کشاورز	خانه‌دار	
ویدا	۳۰	دکتری شیمی	لیسانس	لیسانس	آزاد	خانه‌دار	
پرینا	۲۸	کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی	سیکل	-	آزاد	کارمند بازنشسته	
مهسا	۲۰	کارشناسی علوم سیاسی	دیپلم	سیکل	آزاد	آموزش و پرورش	
نهال	۲۹	کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی	دیپلم	ابتدایی	جهاد کشاورزی	-	
مژگان	۲۵	کارشناسی ارشد فیتوشیمی	لیسانس	لیسانس	معلم	خانه‌دار	
گلشن	۲۸	کارشناسی ارشد شیمی	سیکل	-	بازنشسته	خانه‌دار	
فهیمه	۲۵	کارشناسی ارشد فیتوشیمی	دیپلم	دیپلم	کارمند	معلم	
مرضیه	۲۴	کارشناسی عمران	دیپلم	دیپلم	پتروشیمی	-	
مینا	۲۳	کارشناسی مکانیک	لیسانس	سیکل	آزاد	خانه‌دار	
					آزاد	خانه‌دار	
					آزاد	خانه‌دار	

ویژگی‌های نمونه

برخی ویژگی‌های کلی مصاحبه‌شوندگان به این شرح است: میانگین سنی مشارکت‌کنندگان ۲۵ سال بود. به لحاظ تحصیلی سعی شده حداکثر تنوع دیده شود؛ به این صورت که از رشته‌های متفاوت و مقاطع متفاوت تحصیلی: ۷ نفر کارشناسی، ۷ نفر کارشناسی‌ارشد و ۲ نفر دکتری به صورت تصادفی انتخاب شدند. تحصیلات والدین از بی‌سواد تا فوق‌لیسانس بود (پدران: ۲ نفر بی‌سواد؛ ۱ نفر ابتدایی؛ ۲ نفر سیکل؛ ۵ نفر دیپلم؛ ۱ نفر فوق‌دیپلم؛ ۴ نفر لیسانس؛ ۱ نفر فوق‌لیسانس و مادران: ۲ نفر بی‌سواد؛ ۲ نفر ابتدایی؛ ۲ نفر سیکل؛ ۴ نفر دیپلم؛ ۴ نفر لیسانس) پدران اکثر مشارکت‌کنندگان آزاد و شغل مادران آنها خانه‌داری است. همچنین، از نظر قومیت سعی شده است حداکثر تنوع دیده شود؛ به این صورت که با قومیت‌های متفاوت (لر، ترک، فارس، لک، کرد) مصاحبه شده است.

یافته‌های پژوهش

در این بخش تحلیل داده‌ها بر اساس کدگذاری سه‌مرحله‌ای اشتروس و کوربین^۱ ارائه شده است. پس از انتزاع مفاهیم از جملات و گزاره‌های اصلی، مفاهیم مشابه در سطحی انتزاعی‌تر ذیل یک خرده‌مقوله جای داده شده‌اند. در واقع، طبقه‌بندی داده‌ها و مفاهیم مشابه بر اساس ویژگی مهمی صورت گرفت تا مقولات اصلی تولید شوند. در مرحله بعد، مقوله‌های جزئی‌تر با هم ذیل مقوله‌های کلی و انتزاعی‌تر به نام مقوله‌های محوری قرار گرفتند (کدگذاری محوری). بر اساس تحلیل داده‌ها و مضامین مصاحبه‌ها، می‌توان علل، زمینه‌ها و فرایندهای منتهی به هویت مشارکت‌کنندگان در این مطالعه در فضای مجازی را ذیل ۱۰ مقوله محوری مقوله‌بندی و تحلیل کرد: ماهیت ارتباطی، ابراز جنبه‌های متفاوت خود، استفاده هدفمند جهت تأمین نیازها و خدمات متنوع، ارضای تمایلات روحی-فیزیولوژیک، پرکردن اوقات فراغت و تنهایی، ضعف شخصیت روانی و مهارتی، نابسامانی زندگی خانوادگی، خودهای متفاوت ارائه‌شده در فضای مجازی، قابلیت‌های فضای مجازی جهت ملزومات زندگی مدرن و دامنه آسیب‌های فضای مجازی. در اینجا به سبب کمبود فضا و صرفاً جهت آشنایی با روند کدگذاری و تحلیل مفاهیم و استخراج مقوله‌های پژوهش، بخش محدودی از روند کار در جدول ۲ آمده است.

هویت‌یابی واقعی - وانمودی دختران در سیالیت فضای مجازی

جدول ۲. روند استخراج مفاهیم و نام‌گذاری مقوله‌های پژوهش

مقوله هسته	مقوله اصلی	خرده‌مقوله	مفاهیم
هویت‌یابی واقعی - وانمودی دختران در سیالیت فضای مجازی	ابراز جنبه‌های متفاوت خود	اشتراک تصاویر	نمایش عکس‌های شخصی و خانوادگی
		بیان احساسات	دوست‌یابی، گفت‌وگو، بیان مشکلات روحی
		جذابیت‌های ظاهری	خصوصیات روانی، خصوصیات جسمانی
	استفاده هدفمند جهت تأمین نیازها و خدمات متنوع	نیاز انسجام اجتماعی	تعامل با دوستان، برقراری تماس با خانواده
		مقاصد اطلاعاتی	اطلاع از اخبار، ارسال مطالب برای دیگران، استفاده علمی، اطلاع از حوادث روزمره
	ارضای تمایلات روحی - فیزیولوژیک	ارضای نیازهای روانی	آرامش، پرکردن خلأهای عاطفی، نیاز به هم‌صحبتی، پرکردن تنهایی، همدردی
		آزادی عمل در فضای مجازی	قطع آنی ارتباط، نبود شناخت چهره به چهره در ارتباط، گمنامی در چت‌های اینستا
		ارضای نیاز جنسی	دریافت و ارسال تصاویر و فیلم‌های مبتذل
	خودهای متفاوت ارائه‌شده در فضای مجازی	خود واقعی	بی‌مسئولیتی در دنیای مجازی، نبود محدودیت خانواده، آزادی دنیای مجازی
		خود وانمودی	معرفی خود با هویت ساختگی، معرفی خود با هویت دیگری، ارضای تمایلات و آرزوها، تأییدشدن
		خود دلخواه	تقلید از شخصیت فرد محبوب، کسب اعتبار از جانب افراد، تمرین نقش برای آینده

در ادامه، به توضیح و تحلیل هریک از مقولات ده‌گانه و مقوله هسته پرداخته‌ایم.

ماهیت ارتباطی: ارتباط فراگرد انتقال اطلاعات، احساسات، حافظه‌ها و فکرها در میان مردم است. افراد در فضای مجازی ممکن است با افرادی ارتباط برقرار کنند که هیچ آشنایی قبلی با آن‌ها ندارند، یا دارای ارتباطی محدود با آن‌ها باشند. یا برعکس، ارتباط با کسانی است که همدیگر را کاملاً می‌شناسند و حتی پیوندهای سببی، نسبی یا دوستی نزدیک دارند؛ کسانی که رابطه با آن‌ها در فضای مجازی بسط و تداوم رابطه در دنیای واقعی محسوب می‌شود. «مارک پاستر^۱ بر این باور است که اینترنت، به‌عنوان رسانه‌ای در قرن بیستم، ناظر پیدایی سیستمی از ارتباطات بوده که توزیع و انتقال گسترده پیام‌ها را از یک نقطه به نقطه‌ای دیگر امکان‌پذیر ساخته است. این سیستم‌ها، ابتدا از راه الکتریکی کردن اطلاعات، یکدست شده و سپس با دیجیتالی‌سازی کردن آن‌ها توانسته است که بر عوامل فضا و زمان غلبه کند» (پاستر، ۱۳۸۷: ۱۳).

در این مطالعه، بر اساس مضمون گفته‌های مشارکت‌کنندگان، ماهیت ارتباط آن‌ها را می‌توان در دو خرده‌مقوله ارتباط پایدار و ارتباط ناپایدار تحلیل کرد.

ارتباط پایدار: منظور ارتباطی است که به لحاظ زمانی تداوم بیشتری دارد و معمولاً بیشتر تقویت‌کننده ارتباطات دوستی و خانوادگی و فضای واقعی محسوب می‌شود. برای مثال، لیلا در این باره می‌گوید:

«از واتساپ واسه ارتباط با دوستانم و خانوادم زیاد استفاده می‌کنم.»

ارتباط ناپایدار: ارتباط ناپایدار، برعکس، به ارتباطی گفته می‌شود که از نظر زمانی کوتاه است، از نوع ابزاری است و به‌قصد برآوردن یکی از نیازهای افراد صورت می‌گیرد. گلشن می‌گوید:

«خیلی وقتاً از طریق گروه‌ها با افرادی آشنا می‌شم و تو اون حیظه ازشون کمک می‌گیرم و دوستیم در همون حد هست و بعد از اینکه کارم تموم می‌شه شاید کلاً شماره یا آیدی‌ش رو پاک کنم.»

ابراز جنبه‌های متفاوت خود: خود^۲ مفهومی از کیستی و چیستی شخص است و اثری نمایشی است که از صحنه بی‌واسطه‌ای در حال ارائه شدن پدیدار می‌شود (ریتزر^۳، ۱۳۹۰: ۲۵۰). خود انواع و اقسامی دارد که می‌توان حداقل از سه نوع خود واقعی، خود وانمودی و خود

1. Pasteur
2. Self
3. Ritzer

مطلوب یا دلخواه سخن گفت. خود موجود آن خودی است که هم‌اکنون داریم و شاید بتوان از آن به‌عنوان خود واقعی نیز نام برد؛ اما دو خود دیگر - خود دلخواه و خود وانمودی - غیرواقعی هستند؛ یعنی، فرد در خود دلخواه خود آرمانی را در ذهن خود تصور می‌کند و در خود وانمودی نیز فرد خودش را به نمایش می‌گذارد و اینجاست که سعی دارد خودی که ارائه می‌دهد خود ایدئال باشد (رحیمی سحابی و مولایی توتا خانه، ۱۳۹۵: ۱۴۵). خودافشایی فرایند آشکارکردن شفاهی اطلاعات شخصی درباره‌ی خویشتن است (Berg & Derlega, 1987). اطلاعات شخصی به اطلاعات خصوصی و محرمانه‌ای گفته می‌شود که بدون دخالت‌دادن مستقیم یا غیرمستقیم افراد دیگر و توسط خود ما قابل دست‌یافتن نیستند. خوداظهاری در این پژوهش ناظر به خودافشایی است که فرد با آشکارسازی، نمایش و عمومی کردن امور مربوط به حوزه شخصی‌اش را با افراد دیگری که شاید لزوماً هم آشنایی قبلی با آن‌ها ندارد به اشتراک می‌گذارد. خوداظهاری اشتراک تصاویر، بیان احساسات و جذابیت‌های ظاهری را شامل می‌شود که شخص بدون اجبار بیرونی و بنا به درخواست خویش به نمایش و اشتراک آن با دیگران رضایت داده است. الکساندر ماری، در طبقه‌بندی بیست‌گانه نیازها، «نیاز به خودنمایی» را مطرح و آن را این‌طور تعریف می‌کند: «نیاز به خودنمایی یعنی خود را طرف توجه قرار دادن، روی دیگران تأثیر گذاشتن، دیگران را تحریک کردن، کنجکاوی آن‌ها را برانگیختن و آن‌ها را سرگرم کردن.» ماری، با اشاره به تأثیر عوامل درونی در نیازها، بیان می‌کند که رفتار شخص فقط از نیازها یا انگیزه‌های درونی او ناشی نمی‌شود؛ بلکه محیط زندگی او و نوع نگاه او به آن محیط نیز در این رفتار مؤثر است؛ بنابراین، هر اندازه از انگیزه‌های درونی شخص و عوامل بیرونی یا محیطی او (به‌خصوص از اینکه او چگونه آن‌ها را می‌نگرد و درک می‌کند) آگاهی بیشتری داشته باشیم، بهتر می‌توانیم رفتار او را پیش‌بینی کنیم (رحیمی نیک، ۱۳۷۴: ۲۱). طبق نظریه ماری، فضای مجازی امکانات مناسبی را برای ابراز جنبه‌های متفاوت خود فراهم می‌کند. شبکه‌های اجتماعی از این جهت اهمیت دارند که افراد از طریق آن دست به افشاجاری خود (خودنمایی) می‌زنند و از ارتباطات اجتماعی ناشی از آن برای نشان‌دادن علائق و دیدگاه‌های ذهنی خود استفاده می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی فرصتی را برای خودنمایی کاربران فراهم می‌کنند و کاربران کارهایی را که نمی‌توانند در فضای واقعی انجام دهند یا حتی قبلاً نمی‌توانستند انجام دهند، به راحتی، حتی اگر نمایشی باشد، در این فضا انجام می‌دهند یا وانمود می‌کنند که قادر به انجام آن هستند. مشارکت‌کنندگان در این مطالعه از فضای مجازی، به طرق گوناگون، جنبه‌ها و انواع گوناگونی از خودهاشان را ارائه کرده‌اند. بعضی از این طرق شامل این موارد بوده‌اند:

اشتراک تصاویر: بسیاری از دختران از طریق انتشار و نمایش عکس‌های شخصی و خانوادگی‌شان در وضعیت واتساپ و پیج‌های اینستاگرام به ارائه خودشان به دیگران می‌پردازند.

لیلا: «وضعیت‌هام، عکس تفریحاتم می‌ذارم. خیلی وقتا اون تایم خوبی که با دوست‌پسرم داشتم رو عکس می‌گیرم و می‌ذارم. تولد دوستانم و شبایی که تو خوابگاه خوشیم و دورهمیم عکسش رو می‌ذارم وضعیتم.»

بیان احساسات: احساسات در فضای مجازی فرصت ظهور بیشتری پیدا می‌کنند. خاصیت گمنامی و حتی عدم حضور باعث می‌شود افراد در کنترل و ابراز نکردن احساسات خود سخت‌گیری نکنند و متناسب با آرزوها و عواطف درونی خود، فضای مجازی را به‌عنوان بستر مناسبی برای خودافشایی مسائل و تجربه‌های زیسته خود برگزینند. دختران، در ارتباطات احساسی خود برای خوداظهاری، در فضای مجازی احساس امنیت روحی و روانی بیشتری می‌کنند؛ بنابراین، این احساس امنیت می‌تواند یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها در خودافشایی افراد در فضای مجازی باشد. طبق نظر هابرماس^۱، در محیط‌های تعاملی اینترنتی افراد معمولاً راحت‌تر می‌توانند نیازهای خود را مطرح کنند و این طرح کردن نیازها باعث شکل‌گیری فضای گفت‌وگو و مباحثه می‌شود. کاربران در این شبکه به گفت‌وگو می‌پردازند، احساسات خود را ابراز می‌کنند و از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند.

مریم در توصیف احساسات خود می‌گوید: «وقتی که از همه چی و همه کس خسته می‌شم می‌رم تو اینستا یا وضعیت واتساپ اون حال و مشکلی رو که دارم حالا با یه عکس نوشته یا حتی یه عکس خودم که نشون می‌ده حال درونم چطوریه به اشتراک می‌ذارم.»

جاذبیت‌های ظاهری: پروفایل، وضعیت و صفحه اینستاگرام هر شخص بخشی از هویت مجازی‌اش را نشان می‌دهد. برخی از افراد با نشان دادن بخشی از خصوصیت جسمی و روحی خود به خودافشایی می‌پردازند. گفته‌های ویدای سی‌ساله مؤید این نکته است.

ویدا: «خب من خوشگلم؛ چرا خوشگلیم رو نشون ندم. اینستا هم مثل یه آلبوم شخصی هست که می‌تونی عکسات رو اونجا یادگاری بذاری.»

1. Habermas

استفاده هدفمند جهت تأمین نیازها و خدمات متنوع: نیازهای انسان در جامعه، تحت تأثیر ارتباط دوسویه با محیط اجتماعی پیرامون، از تحول و پویایی برخوردار است. به علاوه، زمینه‌ها و امکانات فراهم‌آوردن تنوع نیازها در بسترهای اجتماعی متفاوت یکسان نیست؛ چه‌بسا در شرایطی همه نیازهای انسان در فضای واقعی زندگی برآورده نشود. امروزه، فضای مجازی فرصتی را برای افراد یا طیفی از افراد فراهم کرده که نیازهای خود را در این فضا برآورده کنند یا به‌صورت «نیابتی» آن را در این فضا پیگیری کنند. همچنین، خود امکانات و ظرفیت‌های فضای مجازی نیز نیازهای خاص خود را به وجود می‌آورد یا افراد را تشویق به تعقیب و ابراز نیازهای خاصی می‌کند. مقوله تأمین نیازها و خدمات متنوع را می‌توان بر اساس محورهای برجسته در آن به دو زیرمقوله دیگر برآوردن نیاز انسجام اجتماعی و مقاصد اطلاعاتی تفکیک و تحلیل کرد.

نیاز انسجام اجتماعی: انسان موجودی ذاتاً اجتماعی است که حیاتش نیز به انسجام اجتماعی او با هم‌نوعانش وابسته است. انسان از همان ابتدای زندگی خود برای تأمین نیازهای خویش به تعاون و همکاری با دیگران نیاز داشته و در طول تاریخ، مشارکت و انسجام اجتماعی یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های بشر بوده است. انسجام اجتماعی فرایندی است که از طریق آن، شخصیت اجتماعی انسان‌ها شکل می‌گیرد و در سایه آن روابط و تعاملات روزمره زندگی قوام و دوام پیدا می‌کند؛ هرچند ابزارها و محیط‌های برآوردن این نیاز تحت تأثیر تغییر و تحولات ساختاری جوامع تنوع می‌پذیرد. امروزه با تحرک جغرافیایی شدید و افزایش فاصله «فیزیکی»، افراد می‌توانند از طریق فضای مجازی نوعی انسجام اجتماعی «از راه دور» را برقرار کنند و با دیگران با فاصله ارتباط و پیوند برقرار کنند. مصاحبه‌شوندگان این پژوهش متناوباً به این انگیزه خود اشاره کرده‌اند. برای مثال، مهسا در پاسخ به سؤال «از فضای مجازی چه استفاده‌هایی می‌کنید؟» پاسخ می‌دهد: «از واتساپ زیاد استفاده می‌کنم. تقریباً هر شب با خانوادم تماس تصویری دارم و می‌تونم از راه دور اونا رو ببینم.»

مقاصد اطلاعاتی: امروزه با گسترش شبکه‌های متعدد خبری، رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین منابع و راه‌های کسب خبر و اطلاعات محسوب می‌شوند. از این نظر، شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی، با خلق نوعی شیوه کسب و ارسال خبری «افقی» بین افراد و گروه‌های مختلف، می‌توانند نوعی دگرگونی بنیادی در فرایند انتقال و کسب خبر رسانه‌ای تلقی شوند. شواهد و گفته‌ها نشان می‌دهد بخش مهمی از کارکرد شبکه‌های اجتماعی مانند تلگرام، اینستاگرام، فیس‌بوک، توئیتر و... کسب، بازپخش و

انتقال اطلاعات و اخبار متعدد است. برای نمونه، پریسا و نهال در این خصوص می‌گویند:
پریسا: «هر روز اخبار رو از تلگرام و اینستا چک می‌کنم.»
نهال: «بیشترین کارم در روز گرفتن مقالات و پایان‌نامه و اطلاعات برای کارای تحقیقیم هست.»

ارضای تمایلات روحی - فیزیولوژیک: تمایل به معنی رغبت و علاقه داشتن به چیزی یا کسی است. تمایلات می‌توانند جنبه‌های هیجانی، روانی، فیزیولوژیک یا معنوی داشته باشند. برآوردن بعضی از نیازهای افراد یا در دنیای واقعی امکان بروز و ارضا ندارند؛ یا اینکه برآوردن آن‌ها نیازمند ابزارهای خاصی است؛ و یا اینکه برخی امکانات خودشان ویژگی‌هایی دارند که می‌توانند برای سهولت بیشتر ارضای نیازها به کار گرفته شوند. بدون شک، در دنیای امروزی، فضای مجازی یکی از مهم‌ترین مکان‌هایی است که چنین ظرفیتی را برای برآوردن نیازهای افراد فراهم کرده است. بر اساس گفته‌های مصاحبه‌شوندگان، می‌توان گفت این افراد از طریق فضای مجازی بیشتر در پی ارضای سه نوع نیاز روانی، جنسی و تخلیه هیجانی خود بوده‌اند.

ارضای نیازهای روانی: رفتارهای هر انسان انتخاب‌های او برای ارضای نیازهایش است. رفتار ما در هر زمان بهترین تلاش ما برای کنترل دنیای پیرامونمان است؛ بنابراین، ما باید همواره به‌گونه‌ای رفتار و انتخاب کنیم که به بهترین نحو نیازهایمان را برآورده کنیم. برخی از استفاده‌های کاربران در جهت ارضای خلأهای روانی و رفع نیازهای این حوزه بوده است. بیشتر مصاحبه‌شوندگان بیان کردند که برای پرکردن تنهایی و نیاز به هم‌صحبتی وارد دنیای مجازی شدند. برای نمونه، مژگان، لیلا و ساناز گفته‌اند:

مژگان: «وقتی که حوصله نداشته باشم و تنها باشم می‌رم فضای مجازی می‌چرخم.»

لیلا: «می‌تونم اون عاطفه‌ای که تو خانواده و واقعیت دنبالشم و پیداش نکردم اینجا و از طریق دوستان تجربه‌اش کنم.»

ساناز: «خیلی وقتا که حوصلم سر می‌ره و خیلی ناراحتم و نیاز دارم با یکی حرف بزنم می‌رم با دخترا تو گروه و یا پی‌وی دردودل می‌کنم و واقعاً نیاز دارم که اون لحظه با یکی حرف بزنم.»

ارضای نیاز جنسی: رابطه جنسی مجازی شکلی از رابطه جنسی است که با پیشرفت فناوری رواج بیشتری پیدا کرده است. رابطه جنسی مجازی یا سکس چت^۱ اشکال مختلفی دارد و از وسایل مختلفی برای آن استفاده می‌شود. سکس چت نوعی ارتباط جنسی است که در آن افراد برای تحریک و ارضای جنسی از وسایل و ابزارهای رسانه‌ای و فضای مجازی استفاده می‌کنند. واضح است که این تماس و ارتباط دورادور و تنها به صورت مجازی صورت می‌گیرد. ابزارهای این ارضا می‌تواند پیامک، چت کردن، تلفن زدن و تماس تصویری باشد. محدودیت‌های ارتباطی دنیای واقعی، از یک سو و طولانی شدن زمان ازدواج و مشکلات اقتصادی برای این امر، از سوی دیگر، سبب شده جوانان، با توجه به گمنامی و نبود نظارت بر رفتار در فضای مجازی مختلط، با ردوبدل کردن فایل‌های محرک جنسی، حتی به صورت برخط، خواستار ایجاد رابطه عاطفی و جنسی با جنس مخالف خود باشند. ویدا در پاسخ به سؤال «در فضای مجازی آیا خود واقعی هستی؟» بیان می‌کند: «تو اینستا با به نام مستعار می‌رم و با پسرا سکس چت می‌کنم.» شیوا که در حین مصاحبه تلاش برای پنهان کردن سکس چت داشت، بعد از فضا سازی مناسب بیان می‌کند که بارها در فضای مجازی سکس چت کرده است.

شیوا: «تو اینستا وقتی کلمه سکس بزنی ده تا پیچ می‌آد بالا و یه دو سه

باری سر زدم. کمی حرف زدم و عکسای هم ردوبدل کردیم.»

تخلیه هیجانی: برانگیختن هیجان‌ها یکی از بهترین روش‌ها برای تسکین شخصی و بهبود رفتار و سرخوردگی‌هاست. در این باره می‌توان به گفته‌های ساناز و سمیرا اشاره کرد. ساناز: «واسه شادی و خنده بقیه هم که شده شیطونیم تو واتساپ بیشتر هست.» سمیرا: «بیشتر وضعیتم درمورد عاشقی هست. آخه به نفرو دوست داشتم ولی خانوادش نداشتن و اونم رفت. دیگه بعد اون هم تنها شدم؛ و چون همیشه تو یادم هست از این عکس‌نوشته‌ها می‌ذارم. انگار تسکین‌دهنده هستن این وضعیتهایی که می‌ذارم یه جورایی اون دلتنگیم رو کمتر می‌کنه.»

پرکردن اوقات فراغت و تنهایی: اوقات فراغت زمان‌هایی است که فرد آن را طبق تمایل شخصی خود و برای خود تنظیم می‌کند. برنامه اوقات فراغت و پرکردن زمان تنهایی برای هر کس متفاوت است و به سلیقه، نیازهای روحی، سن و توان مالی افراد بستگی دارد. بخشی از استفاده مشارکت‌کنندگان از فضای مجازی به منظور پرکردن اوقات فراغت و تنهایی‌شان بوده است. این مقوله را می‌توان در دو بخش فرعی سرگرمی و تفریح و چت کردن تحلیل کرد.

1. Sex chat

سرگرمی و تفریح: تفریح و سرگرمی در واقع فعالیتی است که به ایجاد حس خوشی و نشاط در شخص منجر می‌شود. بیشتر مصاحبه‌شوندگان در پاسخ به سؤال «بیشترین استفاده‌ای که از فضای مجازی می‌کنید چیه؟» به سرگرمی اشاره کردند. گفته‌های پریسا مؤید این نکته است. پریسا: «اینستا یکی از بهترین و موردعلاقه من برای دیدن و آشنایی با جاهایی هست که تا حالا نرفتم.»

فهمیه که حتی در حین مصاحبه قسمتی از بازی‌اش را ادامه می‌داد، اوج لذت‌ش را بازی‌های اینترنتی بیان می‌کند. فهمیه: «وقتی که دارم بازی می‌کنم اوج لذت هست برام.»

چت کردن: بسیاری از افراد چت کردن و صحبت با طرف مقابل را نوعی از فعالیت‌های هر روزشان در فضای مجازی دانسته‌اند. در واقع، این افراد بیشترین زمان اوقات فراغت وقت خود را با چت کردن سپری می‌کنند. پاستر معتقد است در دوره جدید که اینترنت و ارتباطات الکترونیک در جامعه سیطره دارد، داده‌ها و اطلاعات یا به عبارت دقیق‌تر، اجتماعات مجازی هستند و افراد از طریق فضای مجازی با یکدیگر گفت‌وگو می‌کنند.

شیوا: «من بیشتر وقتا آنلاین هستم. این جور ی بگم که بیشتر وقتم برای چت کردن می‌گذره. یه جورایی شده جزئی از اوقات فراغتم. همین که بیکار می‌شم شروع می‌کنم با دوستانم چت کردن.»

ضعف شخصیت روانی و مهارتی: یکی از ویژگی‌های زیست‌جهان مدرن آن است که زندگی در آن نیازمند داشتن مهارت‌های اساسی و پایه است. دامنه این مهارت‌ها متنوع است و از راه رفتن در خیابان، نحوه تعامل با غریبه‌ها، نحوه مدیریت کسب‌وکار تا مهارت‌های بسیار فنی و پیچیده مانند کسب آموزش فنی، مهارت رانندگی و... را شامل می‌شود. به تعبیر زیبا و واقع‌بینانه‌ای می‌توان گفت امروزه تابلوهای راهنما یا ایستگاه‌های قطار برای حرکت افراد در جامعه تعبیه نشده‌اند؛ بلکه افراد باید شخصاً و از طریق کسب مهارت‌های متعدد از «گذرگاه‌های متعدد» بتوانند خط و سیر زندگی خود را دنبال کنند. البته هم افراد و هم زمینه‌های جامعه‌پذیری متعدد و متنوع مانند خانواده، آموزش‌های مدرسه‌ای و موقعیت‌های تجربی متعدد می‌توانند به فرایند کسب و انتقال این مهارت‌ها کمک کند. بعضاً افرادی که مهارت‌های روانی و شناختی لازم برای پیگیری و تحقق خواسته‌های خود در فضای واقعی را ندارند، با استفاده از گمنامی فضای مجازی، این ضعف خود را جبران می‌کنند و در این فضا پیگیر خواسته‌ها و مطالبات خود هستند. بر اساس گفته‌های مصاحبه‌شوندگان، این مقوله شامل دو بخش محوری مهارت‌های ارتباطی ضعیف و ضعف روانی است.

مهارت‌های ارتباطی ضعیف: امروزه اهمیت و کیفیت «ارتباط» و «کنش ارتباطی» بر کسی پوشیده نیست تا جایی که از «هنر ارتباط» سخن گفته می‌شود؛ هنری که غریزی نیست و برای کسب آن باید تلاش کرد. در این پژوهش، گفته‌های بعضی از دختران بیانگر آن بود که آن‌ها به علل متعدد مانند قبح اجتماعی، حیا و جو حاکم بر جامعه قادر به ابراز خواسته‌های خود نیستند. شاید بتوان گفت در جامعه ما، به‌طور کلی و در فرایند آموزش در سطوح مختلف، به‌طور خاص، کسب مهارت‌های ارتباطی به‌عنوان نیاز اساسی نوآموزان مورد بی‌توجهی اساسی قرار گرفته است؛ در صورتی که یکی از نیازهای مهم و ضروری هر انسانی در جوامع امروزی کسب مهارت مذاکره، چانه‌زنی و گفت‌وگوی سازنده و مؤثر برای پیگیری خواسته‌ها و مطالبات خود است. مشارکت‌کنندگان ضعف مهارتی خود را این‌گونه بیان کرده‌اند:

مینا: «وقتی تو فضای مجازیم خیلی راحت‌تر می‌تونم ارتباط برقرار کنم و حرفم رو بزنم؛ ولی رودررو اصلاً نمی‌تونم اون چیزی که تو دلمه و لازمه به طرف مقابلم بگم.»

ضعف روانی: افرادی که ضعف‌های روانی و اعتمادبه‌نفس کافی ندارند در جمع راحت نیستند؛ به‌ویژه وقتی دوست و آشنایی برای همراهی ندارند صحبت کردن در جمع برایشان بسیار دشوار است. این افراد سعی می‌کنند خود را به روش‌های مختلف سرگرم کنند تا از ارتباط با سایرین دوری کنند. این روزها، تلفن همراه و فضای چت یکی از مناسب‌ترین راه‌ها برای برآوردن این خلأ و سرپوش گذاشتن بر این ضعف افراد است. گفته‌های مرضیه تا حدی بیانگر این ضعف است:

مرضیه: «توی فضای مجازی با دوستانم راحت‌ترم تا فضای حقیقی. شاید وقتی فیس تو فیس هستم به جور حیا یا شایدم نبود اعتمادبه‌نفس باعث می‌شه که چیزی که توی دلمه بهشون نگم. ولی وقتی می‌دونم نمی‌بینه منو، حرفم رو راحت‌تر می‌زنم.»

نابسامانی زندگی خانوادگی: خانواده معمولاً فضایی امن برای رشد و ارتقای زندگی فردی و اجتماعی کنشگران به حساب می‌آید. با وجود این، در دوره اخیر، این نهاد اجتماعی با چالش‌هایی جدی مواجه شده است. نابسامانی زندگی خانوادگی یکی از مقولاتی است که مصاحبه‌شوندگان به کرات آن را بیان کرده‌اند و برای دوری از این شرایط و فضا به دنیای مجازی روی آورده‌اند تا در این فضا کمبودها و خلأهای خود را جبران کنند. نابسامانی زندگی خانوادگی را، بر اساس مصاحبه‌ها، می‌توان ذیل دو بخش مجزای فرار از فضای نامطلوب خانواده و ناکارآمدی روابط خانوادگی شرح داد.

فرار از فضای نامطلوب خانواده: خانواده اولین کانونی است که فرد در آن قرار می‌گیرد و نقش مهمی در تعیین سلامت، عملکرد و خطمشی آینده فرد دارد. عواملی چون شخصیت والدین، شیوه تربیتی، شغل و تحصیلات والدین، وضعیت فرهنگی خانواده و... هر یک به تنهایی یا در پیوند با هم می‌توانند به شکل‌گیری محیطی آرام یا برعکس، محیط و فضایی ناامن برای افراد منجر شوند. تا حدی می‌توان گفت یکی از مهم‌ترین کانون‌های مشترکی که همه این دختران به آن اشاره کرده‌اند این است که بیشتر آنان با انگیزه دوری از فضای نامناسب خانواده و فرار از آن به دنیای مجازی روی آورده‌اند؛ زیرا از نظر آن‌ها، والدین آن‌ها معتقدند که متأثر از بافت فرهنگی جامعه، تهدیدهای جنسیتی و شرایط کلی حاکم بر جامعه دختران باید حضور کمتری در محیط خارج از خانه داشته باشند. این امر به همراه تجربه و آگاهی از تبعیض جنسیتی به ایجاد فشار عصبی می‌انجامد و برخی از دختران برای فرار از این فشار به فضای مجازی پناه می‌آورند. سارا که با بغض و ناراحتی از فضای خانه می‌گوید، در پاسخ به این سؤال که «مگه فضای مجازی چی داره یا چه چیزی باعث شده این‌قد به فضای مجازی وابسته بشی؟» این‌طور جواب می‌دهد:

«من تو خونه محبتی که نیاز دارم رو پیدا نکردم، ولی تو فضای مجازی و حرف‌زدن با دوست‌پسرم مخصوصاً وقتایی که ناراحتم تونسته اون محبتی رو برام تأمین کنه حتی وقتایی که خونه‌ام و کیلومترها از هم دوریم من فضای مجازی رو به کل عمرم و زندگی تو خونه ترجیح می‌دم.»

ناکارآمدی روابط خانوادگی: رسیدن به جامعه سالم و پویا که همه افراد آن احساس امنیت کنند در گرو توجه جدی به روابط سالم خانوادگی است. این خانواده‌ها فرزندان سالم و با اعتماد به نفس پرورش می‌دهند و از راه‌های مناسب استعدادهای فرزندان شکوفا می‌شود؛ اما در مقابل این نوع خانواده‌ها، خانواده‌هایی هستند که در چرخه روابط ناکارآمد خانوادگی گرفتارند و افراد و فرزندان این خانواده‌ها در برابر عواملی از جمله کمبود محبت در خانواده، سردی روابط در زندگی خانوادگی و ترس از بیان احساسات در خانواده رنج می‌برند. گفته‌های مرضیه نشان‌دهنده این مطلب است.

مرضیه: «همیشه می‌ترسم اون چیزی رو که دوست دارم جلو خانوادم بگم. باید همیشه دختر خوبی باشم از نظر خانوادم. خوب‌بودنم خوب، از نظر اونا، یعنی فقط سرت تو کتاب باشه. منم نمی‌تونم این‌جوری باشم.»

خودهای متفاوت ارائه‌شده در فضای مجازی: در دنیای واقعی هر کس مسئول رفتار و گفتار خویش است، اما با وجود هویت مجازی، آزادی بیان بیشتر می‌شود و احساس مسئولیت در برابر گفتار و اندیشه از بین می‌رود و ممکن است شخص از بخشی از هویت واقعی خود مانند تحصیلات، شرایط خانوادگی، جنسیت یا شرایط اجتماعی ناراضی باشد و بخواهد با هویتی ساختگی به‌نوعی خود را با تغییر قسمتی از هویت یا تمام آن دلداری بدهد؛ حتی ممکن است از سر شیطنت، فریب‌کاری، سوءاستفاده‌های مالی و جنسی خودش را متفاوت نشان دهد.

روزنبرگ^۱ میان خود موجود، خود دلخواه و خود وانمودی تمایز قائل می‌شود. خود موجود تصویری است که هم‌اکنون از شکل خودمان داریم. خود دلخواه تصویری است از آنچه دوست داریم باشیم؛ و خود وانمودی شیوه‌ای است که ما در موقعیت‌های مختلف خودمان را نشان می‌دهیم (ریترز، ۱۳۹۰: ۲۹۰). به‌نوعی، همه ما درگیر این سه خود هستیم. در مجموع، می‌توان به این مسئله اشاره کرد که کاربران خود را با ویژگی‌های آرمانی معرفی می‌کنند و در بیشتر موارد به دنبال ارائه نکات مثبت از خودشان هستند. این نمایش و توصیف «خود» به شدت کمال‌خواه و آرمان‌گرایانه و در جهت ارائه تصویری مثبت از خویش است. گمنام‌بودن و نبود ارتباطات چهره به چهره سبب می‌شود تا نمایش و معرفی خود به تمام‌وکمال صورت پذیرد و فرد هر تصویر دلخواهی از خود را به نمایش بگذارد.

خود واقعی: درونی‌ترین بخش وجود ما خود واقعی است. بسیاری از دختران بیان کردند که به سبب نبود محدودیت‌های خانواده، گمنامی در فضای مجازی و نبود مسئولیت در برابر رفتار افراد خود واقعی‌شان را نشان می‌دهند. در این زمینه می‌توان به گفته‌های لیلا و ویدا اشاره کرد.

لیلا: «تو فضای مجازی به‌خاطر حس آزادی و اینکه هی چشم‌دنبال نیست

که خطا نکنی راحت‌تر می‌تونی خودت باشی.»

ویدا: «تو فضای مخصوصاً اینستا خیلی راحت‌تر و خود واقعیم هستم؛ دیگه

خانواده و محدودیتی نیست که بخوام مطابق میل اونا رفتار کنم.»

خود وانمودی: در اینترنت هویت انسان‌ها ناشناخته و رؤیت‌ناپذیر است، به‌گونه‌ای که هر فردی می‌تواند نقش‌های موردپسند خودش را بازی کند؛ نقش‌هایی که شاید در زندگی روزمره خود هیچ سنخیتی با آن‌ها ندارد. از این‌رو، در فضای مجازی این امکان برای افراد وجود دارد که ملموس‌ترین، مرئی‌ترین و شناخته‌ترین هویت خود، مانند جنسیت خود را مکتوم کنند و هویتی ساختگی به‌جای آن ارائه کنند. ارائه این هویت‌های جعلی و ساختگی به مقاصد گوناگون

1. Rosenberg

مانند ناراضیتی از هویت واقعی خود، فریب دیگران، جذب دیگران، جلب توجه دیگران، ترس از مجازات و... صورت می‌گیرد. مصاحبه‌شوندگان به کرات به ارائه خود و انمودی، به جای خود واقعی‌شان، در فضای مجازی اذعان کردند.

برای مثال، مرضیه به منظور تأیید جامعه و اطرافیان و با مخفی کردن هویت واقعی خود می‌گوید:

«من تو واقعیت هم خودم نیستم و اون‌ای که تو واقعیت هم نشون می‌دم و اون‌ای که تو فضای مجازی هست تقریباً یکی هست؛ یعنی، این طور بگم نه تو واقعیت و نه فضای مجازی خود واقعیم نیستم و هر دو جا اون جور و انمود می‌کنم که جامعه و مردم پسندن.»

مصاحبه‌شوندگان دیگری بیان می‌کنند:

مینا: «من و که کسی نمی‌شناسه، طوری خودم رو نشون می‌دم که من یه بچه‌پولدارم؛ یعنی، از طریق حرفام این فکر رو بهشون القا می‌کنم.»
غزاله: «عکسای که می‌ذارم بچه‌ها ریپلای می‌کنن می‌گن خوش بگذره غزاله خوشگله. من واقعاً از این جمله ذوق می‌کنم؛ و در کل خودم رو یه آدم شاد و سرزنده نشون می‌دم و خیلی وقتا، به دلیل همون تأیید، دوست نداشتم خود واقعیم که در کل دختر شادی نیستم، رو نشون بدم.»

خود دلخواه: آن ویژگی‌های آرمانی است که ما دوست داریم خود واقعی‌مان را به آن نزدیک یا با آن همانند کنیم. این خود بیشتر نوعی تصویرسازی ذهنی از خود بر اساس آن ویژگی‌ها و صفات مطلوب و ایدئالی است که هر کس از خودش دارد و معمولاً با خود واقعی‌اش فاصله دارد. سمیرا در این خصوص می‌گوید:

«من تو زندگی واقعیم هیچ چیزی ندارم؛ نه پولدارم، نه خوشگلم، نه خانواده درست و درمونی دارم. دوست دارم یه جایی اون جور و که خودم دوست دارم زندگی کنم. کجا بهتر از فضای مجازی که کسی نمی‌دونه من واقعاً اینی نیستم که نشون می‌دم. خب یه تمرینه برای آیندم، شاید آینده‌ام درست شد و مثل حالا نباشه و من به تمام چیزایی که می‌خوام رسیدم. دیگه اون وقت مثل تازه‌به‌دوران‌رسیده‌ها رفتار نمی‌کنم؛ مثل یه خانم متشخص که انگار از اول همه چی داشته رفتار می‌کنم.»

قابلیت‌های فضای مجازی بخشی از ملزومات زندگی مدرن: بی‌شک، بزرگ‌ترین سامانه‌ای که به دست انسان طراحی شده اینترنت یا همان شبکه‌های به هم پیوسته‌ای است که از مظاهر آن می‌توان شکل جدید و پیشرفته پیام‌رسانی، تالارهای گفت‌وگو و نهایتاً شبکه‌های

اجتماعی را نام برد. فضای مجازی نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی است که با اینکه پیشینهٔ چندانی ندارد، توانسته به‌خوبی در زندگی مردم جا باز کند. مردم بسیاری در سنین مختلف و از گروه‌های اجتماعی متفاوت در فضای مجازی کنار هم آمده‌اند و از فاصله‌های بسیار دور در دنیای واقعی، از این طریق با هم ارتباط برقرار می‌کنند. کاستلز^۱ معتقد است که جامعه پیرامون جریان‌ها شکل می‌گیرد که جریان‌های اطلاعات، جریان‌های فناوریانه، جریان‌های متقابل سازمانی، جریان‌های تصاویر، صداها و نمادها از آن جمله هستند؛ بنابراین، جریان‌ها تجلی فرایندهای نمادین مسلط بر زندگی ما هستند و تکیه‌گاه مادی آن‌ها مجموعه عناصری است که از آن‌ها حمایت می‌کند (خانیکی و روحانی، ۱۳۹۰: ۵۲). فضای مجازی که این فناوری‌های جدید به وجود آورده‌اند، حاوی اطلاعات متکثر و متنوعی است و به‌صورت بخشی از واقعیت اجتماعی عصر جدید، فضای اصلی تعامل‌های اجتماعی را کم‌وبیش در اختیار گرفته است (کاستلز، ۱۳۸۹: ۱۸). به عبارتی، کاستلز در صدد آن است که بیان کند گسترش اینترنت و رسانه‌ای شدن ابزارهای اینترنتی نفوذ و تأثیر انکارناپذیری در ابعاد زندگی افراد داشته است. قابلیت‌های فضای مجازی جهت ملزومات زندگی مدرن از ۴ مقولهٔ محوری ملزومات زندگی مدرن، توانمندی اقتصادی، رفع خلأهای ارتباطی و اطلاعاتی، افزایش مهارت و ارتقای اطلاعات غیرتخصصی تشکیل شده است.

قابلیت فناوریانه فضای مجازی: امروزه با گسترش کاربردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در زندگی روزمره شاهد شکل‌گیری نسل جدیدی از ابزارهای اینترنتی هستیم که امکانات بیشتری را برای روابط متقابل، مذاکره، گفت‌وگو و به‌طور کلی ارتباط دوسویه فراهم آورده است. دسترسی مستقیم و هم‌زمان به اطلاعات و ارتباطات مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی امکاناتی را برای تعامل و مباحثه در عرصه‌های مختلف جامعه فراهم می‌کند که به نظر می‌رسد این فرصت می‌تواند در خدمت علم‌آموزی و دانش نیز قرار گیرد (کاستلز، ۱۳۸۹: ۳۸۲)؛ بنابراین، با توجه به این رویکرد کاستلز، می‌توان گفت استفاده از رسانه‌های اجتماعی در جامعه، از یک‌سو، می‌تواند سبب توزیع بهتر و مناسب‌تر اطلاعات در میان علاقه‌مندان شود و از سوی دیگر، افزایش خلاقیت افراد را در پی دارد.

مهسا در خصوص استفاده از فضای مجازی اشاره می‌کند: «ما دیگه تو دنیای تقریباً مدرن زندگی می‌کنیم؛ پس نباید از قافلهٔ فناوری و ارتباطات عقب بمونیم. آخه وقتی از این برنامه‌ها (برنامه‌های فضای مجازی) استفاده نمی‌کنی جوری نگات می‌کنن انگار یه آدم امل هستی. پس منم مثل بقیه نصب کردم.»

قابلیت اقتصادی: راه‌اندازی کسب‌وکار مجازی، مطلع‌شدن از قیمت اجناس و خرید برخط یکی از علل گرایش دختران به شبکه‌های مجازی بوده است. بخش مهمی از اشتغال جدید و کارآفرینی در بستر فضای مجازی محقق شده است. در واقع، جوانان با استفاده از ظرفیت‌های فضای مجازی توانمندی اقتصادی خود را ارتقا می‌دهند.

پریسا: «از طریق اینستا می‌شه از قیمت اجناس و لوازم موردنیاز مطلع شد؛
واسه همین ازش استفاده می‌کنم.»

قابلیت ارتباطی و اطلاعاتی: برخی از دختران برای رفع خلأهای ارتباطی و اطلاعاتی وارد این شبکه‌های اجتماعی می‌شوند و از فرصت‌های موجود در آن بهره می‌برند.

فهیمة: «با فضای مجازی می‌شه راحت‌تر ارتباط برقرار کنی.»

قابلیت ارتقای مهارت و اطلاعات عمومی: حضور کاربران در شبکه‌های مجازی موجب افزایش مهارت‌ها و ارتقای درک آنان از فناوری و حوادث روز و همچنین انجام امور شخصی شده است. این شبکه‌ها، به‌علت تنوع، شرایط لازم را برای ارتقای سواد و همچنین افزایش آگاهی افراد به‌عنوان شهروندان هوشمند محقق می‌کنند.

مژگان: «قبلاً خیلی اخبار دیر پخش می‌شد یا اصلاً پخش نمی‌شد و تنها منبع پخش خبر تلویزیون بود. ولی حالا با فضای مجازی و اینستا خبرها در کمترین ساعت پخش می‌شه و باعث شده آگاهی مردم بالا بره.»

دامنه آسیب‌های فضای مجازی: فضای مجازی و تلفن همراه وسایل ارتباطی مفیدی هستند که در صورت بی‌توجهی و استفاده نابجا می‌توانند هم برای افراد و هم برای جامعه مضر و مخرب باشند. در این پژوهش، بر اساس گفته‌های مصاحبه‌شوندگان، آسیب‌های فضای مجازی را می‌توان در دو بخش متمایز وابستگی شدید و شیدایی و آسیب‌های فرهنگی دسته‌بندی و متمایز کرد.

وابستگی شدید و شیدایی: فضای مجازی می‌تواند آسیب‌های فردی و روحی متفاوتی را برای اشخاص داشته باشد. گسترش استفاده از اینترنت و فضای مجازی در تعاملات روزمره به تغییر در زندگی روزمره افراد، به‌ویژه قشر جوان، منجر شده است. جاذبه‌های این فضا باعث شده افراد ساعات زیادی از وقت روزانه خود را در این فضا بگذرانند و تعاملات در این فضا را جایگزین تعاملات با اعضای خانواده و همسالان کنند. این موضوع می‌تواند صدمات

جبران‌ناپذیری را به رشد اجتماعی افراد وارد کند و ساختار زندگی اجتماعی آنان را تغییر دهد. شیوا: «من خیلی به فضای مجازی وابسته هستم جوری که اگه یه شب نداشته باشم انگاری دارن خفم می‌کنن و جوریم که انگار معتادش شدم و بدون فضای مجازی نمی‌تونم سر کنم.»

مینا: «شاخ اینستا، یکی از پلنگای اینستاگرام خودمم. الان دیگه بدون اینستاگرام نمی‌شه زندگی کرد.»

آسیب‌های فرهنگی: از دیگر پیامدهای فضای مجازی از میان برداشتن مرزهای جغرافیایی و فرهنگی و ایجاد نوعی سردرگمی و آسیب فرهنگی است. در گذشته، افرادی که در یک محدوده جغرافیایی کشوری، شهری و حتی روستایی خاص بودند در چارچوب همان فرهنگ به ارزیابی فرهنگ و باور خود می‌پرداختند و چارچوب شناختی‌شان بر ارزش‌ها و باورهای حاکم بر همان محدوده فرهنگی مبتنی بود. امروزه، با گسترش فضای مجازی، این مرزهای فرهنگی حالتی «بلورین» پیدا کرده‌اند و افراد در چارچوبی جهانی به کسب، اعتباریابی، همانندسازی و الگوگیری فرهنگی می‌پردازند. چنانچه فرهنگ‌ها در چنین عرصه‌ای با هم متناسب نباشند، نوعی تعارض و چالش فرهنگی رخ می‌دهد و در سطح فرهنگی افراد دچار نوعی «شوک فرهنگی» می‌شوند. در این باره شیوا می‌گوید:

«از طریق اینترنت و اینستا خیلی راحت می‌شه هر چی خواستی رو بگیری. حالا از عکس‌های پورن گرفته تا فیلم و کلیپ، حتی خیلی وقتا یه کلمه رو بزن کلی مطلب درموردش می‌آد.»

مقوله هسته: فضای مجازی پژواک فضای واقعی و جولانگاه خودهای واقعی-وانمودی

از جدی‌ترین چالش‌های مربوط به تحلیل داده‌های حاصل از روش نظریه زمینه‌ای استخراج مقوله هسته‌ای است که بتواند پوشش‌دهنده همه مضامین مربوط به مفاهیم و مقوله‌های محوری پژوهش باشد (حیدری، بهشتی، شهریاری و نواح، ۱۳۹۹: ۱۱۶). با این حال، اگر مقوله هسته تا حدی بتواند سازوکار و واقعیت درهم‌تنیده پدیده مورد مطالعه را در قالب چند مفهوم انتزاعی ارائه کند، منطبق تلخیص و پارسی‌مونی پژوهش علمی تا حدی تحقق پیدا کرده است. هر چند بخشی از معانی مندرج در مفاهیم و خرده‌مقولات پژوهش، ظاهراً از دست می‌رود؛ از طرف دیگر، می‌تواند سازوکار پدیده مورد بررسی را با تلخیص بیان کند. در اینجا هر دو معیار دیدگاه و دانش محققان و محتوای مقولات اساسی پژوهش در نام‌گذاری مقوله هسته نقش تعیین‌کننده دارند. از نظر محققان، مفهوم انتزاعی فضای مجازی پژواک فضای واقعی و جولانگاه خودهای واقعی-وانمودی

می‌تواند تا حد زیادی بیانگر سازوکار رابطه بین فضای مجازی و فضای واقعی، هویت‌یابی دختران در این فضا و علل نوع خودارائه‌شده آنان در این فضا باشد.

انقلاب ارتباطات در عصر حاضر تأثیرات شگرفی را در ابعاد مختلف زندگی انسان‌ها گذاشته است که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به تأثیرات فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی بر افراد اشاره کرد. فناوری‌های نوین و در رأس آن‌ها شبکه جهانی اینترنت با دگرگونی در مفاهیم زمان و مکان، تغییر در اشکال نوین ارتباطی و خلق مراجع جدید هویت موجب پیدایش ذهنیت‌های ناپایدار و هویت‌های جدید شده است. شبکه‌های اجتماعی فضایی را برای کاربران خود فراهم می‌کند تا آن‌ها خود را در این محیط معرفی کنند و به‌نوعی به خودافشایی بپردازند. به نظر می‌رسد گمنامی در شبکه‌های اجتماعی مجازی به افراد این امکان را می‌دهد که خودشان را چندگانه و متفاوت بیان کنند و سعی کنند هویت و خود جدیدی را برای خودشان بسازند. اگرچه روابط افراد در فضای مجازی غیرمستقیم است و امکان برقراری ارتباطات چهره به چهره وجود ندارد؛ تأثیرگذاری زیاد این فضا موجب شده افراد بیشتری هرروزه به آن رجوع کنند.

در جوامع امروزی، بر اثر تحولات ساختاری ناشی از این انقلاب، ذهنیت و هویت سیال و ناپایدار شکل می‌گیرد و برداشت انسان‌ها از مفاهیم مختلف زندگی دگرگون می‌شود. تمام نیازهای بشر امروزی در صفحات مجازی قابل جست‌وجو و یافتن است؛ از به‌روزترین‌های فشن و مُد گرفته تا مقالات علمی، سلامت، فناوری و آشپزی. شبکه‌های اجتماعی محیطی برای تبادل آراء، برقراری ارتباطات با دیگران، آگاهی از اخبار و اطلاعات و... است. در کشور ما، اینترنت بیشترین کاربرد را در ایجاد سرگرمی برای افراد مختلف ایفا می‌کند. تاکنون سرگرمی برای ما هزینه‌بردار بود؛ ولی امروز با یک کلیک در اینترنت می‌توان انواع بازی‌ها و کلیپ‌های جدید را در موضوعات مختلف دریافت کرد. همچنین فضای مجازی یکی از ابزارهایی است که سبب می‌شود افراد از راه‌های گوناگون ابراز وجود کنند؛ چراکه وقتی افراد در فضای مجازی قرار می‌گیرند، خواه‌ناخواه، به دنبال این هستند که چگونه جنبه‌های رفتاری خود را مدیریت کنند. از این‌روست که هویت آدمی که یکی از جنبه‌های پیچیده آدمی است، تحت تأثیر قرار می‌گیرد. درواقع، افراد در این شبکه‌های اجتماعی به بازسازی هویت و ابراز وجود و بروز احساسات و به‌طور خلاصه، گریز از محدودیت‌های خانوادگی و فرهنگی و اجتماعی می‌پردازند. تجربه حضور کاربران ایرانی در چنین شبکه‌هایی بیشتر با انگیزه فرار از محدودیت‌هاست که جامعه و خانواده برایش تعریف کرده است. این کنشگران انگیزه‌ها، نیازها، تشخیص‌ها، کمبودها، محدودیت‌ها و تقاضاهای خاص خود را دارند و درواقع، همه ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی در این حضور شبکه‌ای به همراه آن‌هاست و این ویژگی‌ها قطعاً در پیدایش انواع هویت‌های مجازی کاربران و گرایش به چنین شبکه‌هایی اثر می‌گذارد.

پاسخ به سؤالات پژوهش

به‌طور کلی و بر اساس نتایج تجزیه و تحلیل گفته‌های پاسخ‌گویان، الگویی پارادایمی به دست آمده است. این الگو (شکل ۱)، بر اساس نظر اشتروس و کوربین، شرایط علی، مداخله‌گر، زمینه‌ای، راهبردهای کنشی و پیامدهای پدیده فضای مجازی را ترسیم و بازنمایی می‌کند. - مهم‌ترین عواملی که کنشگران (زمینه‌ای، علی و مداخله‌گر) را به سوی فضای مجازی سوق می‌دهند کدام‌اند؟

شرایط علی شرایط فراگیری است که همه افراد جامعه، یک نسل یا یک عصر را تحت تأثیر قرار می‌دهد، مانند گسترش فضای مجازی، محدودیت‌های دختران در فضای واقعی، تکثر رسانه‌های نوین و فروپاشی روندهای هویت‌یابی سنتی. اینکه فرد تا چه حد از شرایط علی اثر می‌پذیرد به شرایط زمینه‌ای و شرایط مداخله‌گر بستگی دارد.

شرایط زمینه‌ای مجموعه خاصی از شرایط است که در زمان و مکان خاصی پدید می‌آیند تا شرایطی را به وجود آورند که اشخاص یا افراد (گروه‌ها) با عمل و تعامل‌های خود به آن‌ها پاسخ می‌دهند. شرایط زمینه‌ای منشأ در شرایط علی و دخیل دارند و محصول چگونگی تلاقی و تلفیق آن‌ها با یکدیگر برای شکل دادن به الگوهای مختلف با ابعاد گوناگون‌اند (استراوس و کربین، ۱۳۹۲: ۱۵۴). زمینه‌هایی که در آن راهبردهای مربوط به پدیده بسط یافته‌اند عبارت‌اند از: نارضایتی از هویت واقعی خود، ناشناختگی و گمنامی در فضای مجازی، قابلیت‌های متعدد فضای مجازی و کمبود اعتماد به نفس. شرایط مداخله‌گر به جرح و تعدیل شرایط علی می‌پردازد و بر راهبردها و کنش متقابل تأثیر می‌گذارد که شامل نبود کنترل خانوادگی، کمبود فضاهای تفریحی و ابراز خود در فضای واقعی و نداشتن مهارت‌های لازم جهت ارضای نیازها در فضای واقعی است. سه دسته شرایط زمینه‌ای، علی و مداخله‌گر به هم پیوند خورده است و زمینه‌ساز رجوع افراد به فضای مجازی شده است. این شرایط برآمده از بسترهای اجتماعی موجود در جامعه است و در واقع، ریشه در شرایط اجتماعی و فرهنگی-آموزشی جامعه دارد. گستردگی و وسعت این پدیده جهانی موجب می‌شود افراد مختلفی درگیر این مسئله اجتماعی شوند.

- کنشگران با چه هویتی خود را در فضای مجازی معرفی می‌کنند؟

فضای مجازی یکی از ابزارهایی است که سبب می‌شود افراد از راه‌های گوناگون ابراز وجود بکنند؛ چراکه وقتی افراد در فضای مجازی قرار می‌گیرند، خواه‌ناخواه، به دنبال این هستند که چگونه جنبه‌های رفتاری خود را مدیریت کنند. از این‌روست که هویت آدمی که یکی از جنبه‌های پیچیده آدمی است، تحت تأثیر قرار می‌گیرد. نتایج حاصل از نحوه معرفی خود در فضای مجازی نشان می‌دهد که دختران برای رفع نیازشان هویت‌های گوناگونی به خود

می‌گیرند. در واقع، در فضای مجازی، به‌علت گمنامی و پنهان‌بودن هویت و نام‌نشانی، نبود محدودیت‌ها، داشتن حریم خصوصی، شخص می‌تواند آن‌گونه که می‌خواهد هویتش را نشان دهد. تعریف و بازنمایی افراد از هویت خود در جهان واقعی و مجازی، به‌سبب شرایط حاکم بر این دو جهان تا حدی متفاوت است.

- مهم‌ترین پیامدهای استفاده از فضای مجازی در زندگی افراد چیست؟

از پیامدهای فضای مجازی می‌توان به پیامدهای مثبت و منفی آن اشاره کرد که شامل استفاده هدفمند جهت تأمین نیازها و خدمات متنوع، ارضای تمایلات روحی-فیزیولوژیک و پرکردن اوقات فراغت و تنهایی است. امروزه، به‌سبب گستردگی و فراگیری فضای مجازی و اینترنتی و قرارگرفتن بسیاری از مباحث و مطالب در حوزه‌های مختلف موردنیاز انسان‌ها درون این شبکه جهانی، ضرورت استفاده و قابلیت‌ها و امکانات آن برای همه افراد و سازمان‌ها ضروری به نظر می‌رسد. بدیهی است رسانه به‌خودی‌خود نمی‌تواند مضر و مخرب باشد؛ بلکه آسیب‌پذیری و مخرب‌بودن آن به این بستگی دارد که افراد جامعه چه رویکرد و نگرشی به این رسانه‌ها دارند. مردم در جامعه ما، به‌خصوص قشر جوان، از اینترنت و شبکه‌های مجازی جدید استفاده افسارگسیخته‌ای می‌کنند و هیچ‌گونه حدودمرزی در این زمینه قائل نیستند. شاید بتوان گفت یکی از علل این امر آن است که ما نتوانسته‌ایم از نظر هنجاری و ارزشی روش استفاده از شبکه‌های مجازی را اتخاذ کنیم. مردم در زمینه استفاده و حتی جنبه‌های آسیب‌پذیر این رسانه‌ها اطلاعات چندانی ندارند؛ بنابراین، روزبه‌روز شاهد آسیب‌پذیری مردم و جوانان از این شبکه‌های جدید هستیم که موجب آسیب‌های روانی و اجتماعی در جامعه می‌شوند.

بحث و نتیجه‌گیری

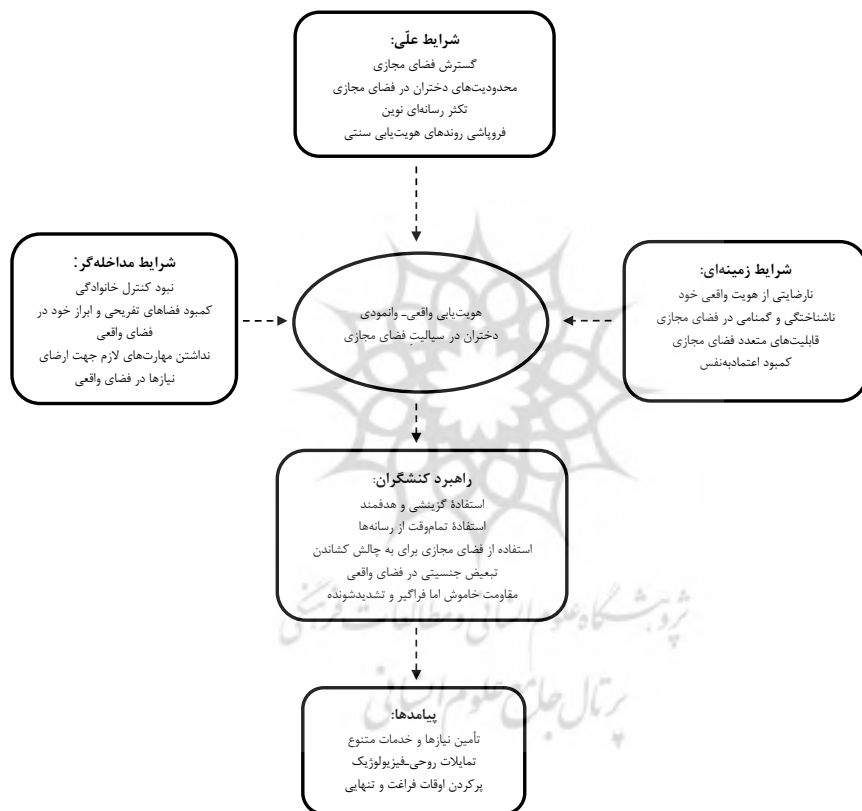
اینترنت به‌سبب بهره‌مندی از ویژگی‌هایی نظیر عدم محدودیت زمانی و مکانی، آزادی عمل کاربران، بی‌مسئولیتی و نقض قوانین مدنی موجود در جامعه توانسته است روزبه‌روز مخاطبان بیشتری را به خود جذب کند و هر یک از این مخاطبان، متناسب با ویژگی‌های فردی و فرهنگی و اجتماعی خود، از این رسانه جدید استفاده‌های متنوعی می‌کنند و حتی تحت تأثیر آن قرار می‌گیرند.

نشان‌دادن خود در فضای مجازی و افشای امور مربوط به حریم شخصی یکی از موضوعات مهمی است که امروزه به‌موازات افزایش و گسترش شبکه‌های جهانی اینترنت قابلیت بحث و گفت‌وگو را داراست. میزان دسترسی، چگونگی حضور افراد در شبکه‌های مختلف، استفاده‌های متنوع آن‌ها از شبکه جهانی اینترنت، همه، ابعادی هستند که می‌توانند در مسئله استفاده از اینترنت و تبعات و آثار استفاده از آن بحث شوند.

چت کردن یکی از راه‌های ارتباطی در میان دختران بوده که این امکان را برای آن‌ها فراهم آورده است تا خارج از دنیای واقعی، قابلیت‌های ارتباطی خود را سامان دهند. با ورود اینترنت به جامعه بشری، بین والدین و فرزندان و تمامی افراد با یکدیگر جدایی فکری-عاطفی و فیزیکی رخ داده و فناوری ارتباطی تأثیرات محسوس و نامحسوس زیادی را در زندگی دختران گذاشته است. با توجه به نظم سنتی حاکم بر جامعه ما و وجود عرف‌ها و قیدوبندهایی که روابط بین افراد را محدود می‌کند، فضای مجازی امکانی است در اختیار دختران جوان تا خارج از این قیدوبندهای اجتماعی به ارتباط با دیگران بپردازند. درمورد استفاده دختران از فضای مجازی، ما شاهد نوعی ستایش فضای مجازی بودیم؛ فضایی که برای آن‌ها آزادی فراهم می‌کند. فضای مجازی، به دور از قیدوبندهای اجتماعی، امکان ارتباط با جنس مخالف و افراد دور از دسترس از فرهنگ‌های دیگر را فراهم می‌کند. درحالی‌که دختران در فضای واقعی در برقراری ارتباط، به‌خصوص با جنس مخالف، منفعلانه عمل می‌کنند؛ فضای مجازی این امکان را به دختران می‌دهد تا روابط خود را کنترل و فراتر از محدودیت‌ها عمل کنند. در اینجا ما با شور و نشاطی ناشی از مواجهه با دنیایی جدید روبه‌رو هستیم که برای دختران مفرح است تا در سایه آن به آرامش و تمديد اعصاب بپردازند. دختران زیادی به برقراری ارتباط اینترنتی تمایل دارند و بالطبع دوستان اینترنتی زیادی دارند. این کار برای آن‌ها جبران آن چیزی است که در دنیای واقعی از آن منع شده‌اند. آن‌ها، بدون ممنوعیت خانواده و جامعه و بدون محدودیت، دوستانشان را از جنس مخالف و از افراد مربوط به شهرها و فرهنگ‌های دیگر انتخاب می‌کنند. این آشنایی‌ها و این دوستان مجازی برای آن‌ها هیجان‌انگیزند و نیازهای آن‌ها را برآورده می‌کنند. در واقع، آن‌ها با چت کردن در فضای مجازی به دنبال برآوردن نیازهای خود هستند و می‌خواهند آن گونه که تمایل دارند در دنیای مجازی بدون محدودیت، استقلال و آزادی خود را نشان دهند.

از سویی، امروزه اینترنت در زندگی اجتماعی جای دوستان و نزدیکان را گرفته و در حقیقت، جایگزین روابط دوستانه و خویشاوندی شده است. افرادی که ساعت‌ها وقت خود را در وبگاه‌های اینترنتی می‌گذرانند بسیاری از ارزش‌های اجتماعی را زیر پا می‌نهند؛ چراکه فرد دیگر فعالیت‌های اجتماعی خود را کنار می‌گذارد و به فعالیت‌های فردی روی می‌آورد. اگر افراد نتوانند در محیط طبیعی رابطه خوبی برقرار کنند، ممکن است برای پرکردن این خلأ عاطفی به فضاهای مجازی پناه ببرند. استفاده بیش از حد از اینترنت به احساس تنهایی منجر می‌شود. نتایج نشان داد که عمده کاربران مطالعه‌شده در این پژوهش استفاده مناسبی از امکانات دنیای مجازی ندارند و بیشتر برای وقت‌گذرانی از آن استفاده می‌کنند؛ ضمن آنکه استفاده زیاد و غیرطبیعی و در بیشتر موارد اعتیاد روانی

به استفاده از این شبکه‌ها تأثیرات منفی بسیاری بر روح و روان افراد داشته است. این نتیجه با نتایج پژوهش احمدی و مهران‌پور (۱۳۹۵) همخوانی دارد. همچنین، با توجه به جدید بودن شبکه‌هایی مثل واتساپ، تلگرام و اینستاگرام و سهولت و راحتی استفاده از این شبکه‌ها، گرایش به استفاده از آن‌ها بیشتر از دیگر شبکه‌هاست. علاوه بر این، گرایش به شبکه‌هایی مثل توئیتر، فیس‌بوک و وایبر به سبب مسدود شدن، هزینه‌بر بودن و قدیمی تر بودن کمتر است.



شکل ۱. الگوی پارادیمی بازنمایی‌کننده تحلیل پدیده فضای مجازی پژوهش فضای واقعی و جولانگاه خودهای واقعی - وانمودی

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان، مقاله پیش رو فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.

منابع و مأخذ

- احمدی، رضا و رقیه مهران‌پور (۱۳۹۵). «بررسی میزان اعتیاد به اینترنت در استفاده‌کنندگان از کافی‌نت‌های شهرستان بیرجند». *فصلنامه طب پیشگیری*، شماره ۳: ۱۳-۸.
- استراوس، انسلم و جولیت کرین (۱۳۹۲). *مبانی پژوهش کیفی*. ترجمه ابراهیم افشار. تهران: نشر نی.
- بابایی‌فرد، اسداله و ندا خداکرمیان گیلان (۱۳۹۷). «تأثیر فضای مجازی بر هویت افراد». *اولین کنفرانس فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی*. کرمانشاه: پژوهشکده تعلیم و تربیت.
- پاستر، مارک (۱۳۸۷). *عصر دوم رسانه‌ها*. ترجمه غلامحسین صالحیار. تهران: مؤسسه ایران.
- پرهیز، سید علی و ابوالفضل ذوالفقاری (۱۳۹۷). «بررسی مقایسه‌ای هویت واقعی و مجازی افراد مطالعه: جوانان شهر یاسوج». *دوفصلنامه مدیریت اطلاعات*. شماره ۴: ۴۴-۲۱.
- توسلی، افسانه و انسیه جالوند (۱۳۹۴). «استفاده از اینترنت و تمایل به خوداظهاری». *فصلنامه مطالعات زنان*، شماره ۴: ۱۲۲-۹۵.
- حیدری، آرمان، سید صمد بهشتی، مرضیه شهریار و عبدالرضا نواح (۱۳۹۹). «واکاوی جامعه‌شناختی بسترهای فلات‌زدگی شغلی اعضای هیئت‌علمی در دانشگاه‌های ایران بر مبنای نظریه زمینه‌ای». *فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی*. شماره ۷۸: ۱۲۲-۹۵.
- خانیکی، هادی و ریحانه سادات روحانی (۱۳۹۰). «ارتباطات مجازی و سایبر سایکولوژی». *فصلنامه مطالعات اجتماعی ایران*. شماره ۳: ۷۱-۴۸.
- رحیمی سبحانی، داوود و مختار مولایی توتا خانه (۱۳۹۵). «بررسی رابطه میان انواع "خود" در خودگسودگی جوانان در شبکه‌های اجتماعی». *فصلنامه اسلام و مطالعات اجتماعی*. شماره ۴: ۱۵۸-۱۳۳.
- رحیمی نیک، اعظم (۱۳۷۴). *تئوری‌های نیاز و انگیزش*. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی (واحد تهران جنوب).
- ریتزر، جرج (۱۳۹۰). *نظریه‌های جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن*. ترجمه خلیل میرزایی و علی بقایی سهرابی. تهران: جامعه‌شناسان.
- شهریار، حمید و آرش خسروی (۱۳۹۰). «بررسی هویت مجازی در فضای سایبر: عصر فناوری اطلاعات». *ماهنامه عصر فناوری اطلاعات*، شماره ۶۷: ۱۱۰-۱۰۵.
- عباسی شوازی، محمدتقی و پروین عباسی آتشگاه (۱۳۹۷). «اینترنت، خانواده شبکه‌ای و زمان خانواده: تأثیر تکنولوژی‌های نوین ارتباطی بر روابط خانوادگی». *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*. شماره ۴: ۶۵-۳۳.
- عبداللهیان، حمید و آوات رضانیا (۱۳۸۸). «مطالعه تجربه خود زنانه در ارتباطات اینترنتی». *فصلنامه پژوهش زنان*. شماره ۷: ۱۴۷-۱۲۹.
- قاسم‌زاده عراقی، مرتضی و حسین ذوالقدر (۱۳۹۳). «مطالعه عمیق درباره تفاوت‌های معرفی از خود در محیط‌های مجازی». *فصلنامه پژوهش‌های روانشناسی اجتماعی*. شماره ۴: ۱۳۳-۱۲۲.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۹). *عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای*. ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز.

تهران: انتشارات طرح نو.

هاشمی نسب، مزده (۱۳۹۹). تحلیل نمایش خود در تصاویر پروفایل شبکه‌های اجتماعی بر اساس نظریه

نمایشی گافمن. پایان‌نامه دکتری تخصصی، دانشکده علوم نظری و مطالعات عالی هنر، دانشگاه هنر تهران.

Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schumke, S. C. & Egloff, B. (2010). 'Facebook Profiles Reflect Actual Personality, not Self-idealization'. **Psychological Science**, 21, 372-374.

Chang, C. W., & Heo, J. (2014). 'Visiting theories that predict college students' self-disclosure on Facebook'. **Computers in Human Behavior**, 30, 79-86.

Berg, J. H. & Derlega, V. J. (1987). 'Themes in the study of self-disclosure', In **Self-disclosure** (pp. 1-8). Springer, Boston, MA.

Gündüz, U. (2017). 'The effect of social media on identity construction'. **Mediterranean Journal of Social Sciences**, 8(5), 85.

Hjarvard, S. (2008). 'The mediatization of society: A theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change'. **Nordicom review**, 29(2).

Protheroe, C. (2009). **Identity formation in contemporary society: the influence of the media on the formation of identity** (Doctoral dissertation).

Shafie, L. A., Nayan, S., & Osman, N. (2012). 'Constructing identity through Facebook profiles: Online identity and visual impression management of university students in Malaysia'. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 65, 134-140.

Tufekci, Z. (2018). 'Grooming, gossip, Facebook and Myspace'. **Information, Communication & Society**, 11(4), 544-564.

West, A, Lewis, J. & Currie, P. (2019). 'Students' Facebook Friends: Public and Private Spheres'. **Journal of Youth Studies**, 12(6), 615-627.

Zemmels, D. R. (2012). 'Youth and New Media: Studying Identity and Meaning in an Evolving Media Environment'. **Communication Research Trends**, 31(4).

www.irna.ir/news/83323337

www.paydarymelli.ir/fa/news/227

www.tabnak.ir/fa/news/2327