

نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در زندگی زنان (مطالعه موردی: شهر رشت)

فردین علیخواه^{۱*}، سمانه کوهستانی^۲، طاهره واقعه‌دشتی^۳

چکیده

در سال‌های اخیر، گسترش ضریب نفوذ اینترنت در کشور و عضویت در شبکه‌های اجتماعی از طریق گوشی‌های تلفن همراه رشد چشمگیری داشته است. به‌رغم همه‌گیر شدن شبکه‌های اجتماعی، حضور زنان در این شبکه‌ها و تأثیرات این شبکه‌ها بر زندگی آنان از منظر جامعه‌شناختی اهمیت دارد. این مقاله ضمن مروری بر فضای مفهومی و برخی از نظریه‌های مرتبط با پیوند زنان و تکنولوژی‌های ارتباطی، نظریه سایبرفمنیسم را نقطه اتکای خود قرار داده و تلاش کرده است نحوه مواجهه زنان با شبکه‌های اجتماعی را بررسی کند. نویسندگان در چارچوب روش کیفی و با تکیه بر نمونه‌گیری غیراحتمالی هدفمند با تکنیک گلوله برفی، با ۱۵ نفر از زنان خانه‌دار و شاغل در شهر رشت مصاحبه عمیق انجام داده‌اند. یافته‌های این مطالعه بیانگر آن است که شبکه‌های اجتماعی باعث افزایش سطح ارتباطات و روابط اجتماعی زنان و افزایش نسبی مشارکت و نیز آگاهی آنان از مسائل مختلف اجتماعی، فرهنگی، علمی و آموزشی می‌شود که بدین ترتیب با نظریه‌های سایبرفمنیسم مطابقت دارد. نویسندگان معتقدند که وجود مسائلی چون نظام مردسالارانه، فقدان مهارت کافی، نبود احساس امنیت در فضای مجازی، بی‌سوادی و نداشتن مهارت رسانه‌ای کافی بین زنان، ادعای نظریه سایبرفمنیسم در خصوص توانمندسازی و حضور فعالانه و مثبت زنان در فضای مجازی را در نمونه‌های موردنظر مقاله تا اندازه‌ای به چالش می‌کشد.

کلیدواژه‌ها

ارتباطات، تأخر فرهنگی، زنان، سایبرفمنیسم، شبکه‌های اجتماعی موبایلی.

faralikhah@gmail.com

samanehkoohestani9@gmail.com

toktamvaghehdashti@gmail.com

۱. دکتری جامعه‌شناسی- استادیار دانشکده علوم انسانی دانشگاه گیلان

۲. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه گیلان

۳. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه گیلان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۴/۱۳، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۹/۱۴

مقدمه

مطابق داده‌های مرکز آمار ایران، در سال ۱۳۹۴ ضریب نفوذ اینترنت بین کاربران ۳۲/۸ میلیون نفر بوده است که نشان‌دهنده استفاده ۴۱/۶ درصد از کل جمعیت ایران از اینترنت است. ضریب نفوذ شبکه‌های اجتماعی در ایران برای مردان ۵۴ درصد و برای زنان ۶۹ درصد است. همچنین، ضریب نفوذ کاربر اینترنت و گوشی تلفن همراه بین مردان ۳۹ درصد و بین زنان ۶۹ درصد است [۹]. در نهایت، به‌طور کلی، ۴۰/۱ درصد از کاربران شبکه‌های اجتماعی در ایران در شبکه اجتماعی تلگرام عضویت دارند که در مقایسه با کشورهای روسیه، ایتالیا، اسپانیا و آمریکا در رتبه بالاتری قرار می‌گیرند [۲۰]. روشن است که گسترش این شبکه‌های مجازی در جامعه بر گروه‌های اجتماعی مختلف اثرگذار است و همین امر اهمیت این شبکه‌ها را بیشتر می‌کند.

امروزه، رسانه‌های اجتماعی به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بسیاری از مردم و به‌ویژه زنان تبدیل شده‌اند. فضای مجازی می‌تواند واجد کارکردهای متفاوتی برای زنان باشد؛ مانند ارتباطات، تحصیل، تفریح و سرگرمی و تسهیل امور مرتبط با زندگی شخصی و عمومی [۳، ص ۲۲]. در واقع، زنان با وارد شدن به دنیای اینترنت، شکل دیگری از حضور در اجتماع مدرن و امروزی را تجربه می‌کنند. شتاب اعجاب‌آور و رشد تصاعدی و همه‌گیری شبکه‌های اجتماعی لزوم تحقیق در آثار و پیامدهای اجتماعی آن را نشان می‌دهد که در مورد زنان مسئله قدری عمیق‌تر است. زنان که به‌طور معمول به دلیل نگاه سنتی حاکم بر نقش زن در جوامع همیشه با محدودیت‌هایی در تعاملات اجتماعی مواجه بوده‌اند، شکل جدیدی از تعامل با دیگران و کسب هویت اجتماعی را در شبکه جهانی اینترنت تجربه می‌کنند [۸، ص ۶۲].

در واقع، اینترنت و فضای وب یکی از مؤلفه‌های اصلی شکل‌گیری و بازنمایی هویت زنان در جوامع جدید است که به نوعی برای زنان فرصت خودگشودگی^۱ فراهم می‌آورد تا بتوانند استعدادها، مهارت‌ها و دیدگاه‌های خود را به جامعه عرضه کنند و تصویر جدیدی از هویت جنسیتی خودشان نشان دهند که این امر از منظر جامعه‌شناختی بسیار اهمیت دارد [۵، ص ۱۹۰-۱۹۳].

به‌طور کلی، گسترش امکانات تکنولوژی نوین اینترنتی در ایران فرصتی است که زنان تلاش می‌کنند از آن استفاده کنند. بالطبع، بر اثر استفاده از این تکنولوژی، تغییرات زیادی در نگرش، رفتار و زندگی آن‌ها ایجاد می‌شود [۷، ص ۲۷]. نویسندگان در این مقاله به دنبال آن‌اند تا به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در زندگی زنان بپردازند. این مقاله درصدد آن است تا پاسخی برای پرسش‌های ذیل فراهم آورد:

- نقش شبکه‌های اجتماعی در زندگی روزمره زنان چیست؟

- آیا حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی در افزایش ارتباطات و تعاملاتشان مفید بوده است؟
- مخاطرات و نگرانی‌های زنان در این زمینه چیست؟
با توجه به پرسش‌های یادشده، توجه به حضور اینترنت در دنیای زنان و نحوه مواجهه آنان با این تکنولوژی، هدف اصلی مقاله حاضر خواهد بود.

مبانی نظری

تحقیقات داخلی و خارجی مؤید این ادعاست که حضور زنان در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی تأثیراتی را بر نحوه نگرش، رفتارها، ارتباطات و نوع و نحوه فعالیتشان می‌گذارد؛ مثلاً، یافته‌های پژوهشی با عنوان «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت زنان در ایران» نشان می‌دهد که تعامل در فضای مجازی سبب دور شدن زنان ایرانی از هویت‌های سنتی خود شده است [۵]، ص ۱۸۹]. همچنین، یافته‌های تحقیق دیگری با عنوان «نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در تغییر رفتار دختران و زنان ایرانی» نشان می‌دهد که تغییر رفتار کاربران در زمینه‌های فردی، عاطفی، خانوادگی و اجتماعی با تأثیرپذیری از میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی است. همچنین، نوع فعالیتی که کاربران در این فضا دارند بر ایجاد تفاهم ارتباطی نقش دارد؛ یعنی کاربران با استفاده از زبان و مفاهیم مشترک به گفت‌وگو در این فضا می‌پردازند و مقاصد ارتباطی را دنبال می‌کنند [۷، ص ۲۷].

نتایج پژوهش دیگری در خصوص توسعه بشری (۱۹۹۹) گویای آن است که فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات اشکال جدیدی از ارتباطات را به وجود می‌آورد که می‌تواند زنان را قادر سازد موقعیت اجتماعی بسته‌ای را که اغلب در آن محصورند برهم بزنند. همچنین، فرصت‌های نوینی را برای اشتغال زنان در مشاغل فراهم می‌آورد که مستلزم مهارت‌های جدید است [۱۲، ص ۲۳-۴۵]. تحقیق دیگری نگرانی‌هایی در خصوص قدرت‌رهایی بخشی رسانه‌های جدید ارائه می‌دهد. در این خصوص، نتایج تحقیق «زنان و اینترنت: تفکراتی بر سایبرفمنیسم و هویت عمومی مجازی» (۲۰۰۴) نشان می‌دهد که هرچند اینترنت و فضای مجازی فرصت‌های جدیدی را برای توانمندسازی زنان فراهم می‌آورد و در تخریب کلیشه‌های جنسیتی نقش ویژه‌ای ایفا می‌کند، نیروهای فرهنگی و سنتی موجود در دنیای واقعی همان روابط قدرت در دنیای واقعی را به دنیای مجازی منتقل می‌کنند و بازتاب می‌دهند. فضای مجازی ذاتاً حوزه‌ای عمومی برای رهایی بخشی زنان نیست، بلکه این زنان هستند که فضای مجازی را مستعد آزادی از کلیشه‌ها و تبعیض‌ها می‌کنند [۱۶، ص ۱].

همان‌طور که چکیده یافته‌ها نشان می‌دهد، در خصوص آثار حضور زنان در فضای مجازی، یافته‌های خوش‌بینانه و بدبینانه‌ای وجود دارد. با این اوصاف، در ادامه مقاله، شرح مختصری از دیدگاه معروف به سایبرفمنیسم ارائه می‌شود که به طور خاص به مسئله مقاله حاضر توجه داشته است.

معرفی دیدگاه سایبرفمینیسم

نخستین بار سدی پلنت^۱، رئیس واحد تحقیقات سایبرنتیک فرهنگی دانشگاه وارویک^۲ انگلستان، عبارت سایبرفمینیسم^۳ (فمینیسم در فضای مجازی) را برای تشریح فعالیت‌های فمینیست‌های علاقه‌مند به نظریه‌پردازی و نقادی و بهره‌برداری از اینترنت، فضای مجازی و در مجموع فناوری‌های رسانه‌ای نوین به کار برد. این عبارت و جنبش از دل موج سوم فمینیسم، یعنی جنبش معاصر فمینیسم، بیرون آمد. موج دوم فمینیسم در دهه ۱۹۷۰ رواج یافت و بر حقوق برابر برای زنان تمرکز داشت و خود دنباله‌روی موج اول فمینیسم در اوایل قرن بیستم بود که بر حق رأی زنان و انتخاب شدنشان متمرکز بود. سایبرفمینیسم در عمل به زنانی که اغلبشان جوان هستند، در استفاده از تکنولوژی ماهرند و زنانی با زمینه زندگی غربی، سفیدپوست و از طبقه اجتماعی متوسط گرایش پیدا کرده است. با اینکه طرفداران سایبرفمینیسم رو به افزایش‌اند، اختلاف نظرهایی پیرامون آرای مربوط به اینکه چه چیزی تفکر و عمل سایبرفمینیسم را تشکیل می‌دهد وجود دارد [۱۰، ص ۱۰۹].

پیش از ظهور سایبرفمینیسم، مطالعات فمینیستی مربوط به تکنولوژی به سمت بررسی پیشرفت‌های تکنولوژیکی از منظر اجتماعی و فرهنگی گرایش داشت. یکی از بحث‌های اصلی این بود که تکنولوژی موقعیتی مردانه و فرهنگی مردانه دارد. چیزی است که مردان به آن علاقه‌مندند و در آن مهارت دارند و در نتیجه بیشتر از زنان با آن درگیرند. با اینکه زنان در طول تاریخ در پیشرفت تکنولوژی‌های جدید نقشی فعال داشته‌اند، فمینیست‌ها این‌گونه استدلال کرده‌اند که تکنولوژی همچنان به‌منزله پدیده‌ای مردانه در نظر گرفته می‌شود [۱۰، ص ۱۱۰].

سایبرفمینیست‌ها حوزه‌های زیادی از این نظریه را که زنان به طور طبیعی برای محیط اینترنت مناسب به نظر می‌رسند کنکاش می‌کنند. این کنکاش به این دلیل است که زنان و تکنولوژی هر دو مشترکات مهمی دارند: زنان می‌توانند با جریان یافتن در ارتباطات آنلاین و به دست آوردن تخصص فناورانه، به بهترین شکل ممکن قدرت یابند و بهترین عملکرد را در مطالعات مربوط به چگونگی ساخت قدرت و دانش در سیستم‌های تکنولوژی داشته باشند و به این سؤال پاسخ دهند که چگونه و کجا فمینیست‌ها می‌توانند برای بهبود شرایط اعضای جامعه شیوه‌های موجود را متوقف کنند یا تغییر دهند [۱۴، ص ۱۲۴].

به‌طور کلی، می‌توان گفت سایبرفمینیسم به توانمندسازی زنان از طریق اینترنت دیدگاهی خوش‌بینانه دارد؛ از این رو که ماهیت بالقوه فضای سایبر می‌تواند به زنان کمک کند و معتقد است که رایانه‌ها از طریق اینترنت به زنان تریبونی برای ارتباطات می‌دهند و یک عامل مهم در توانمندسازی اجتماعی، سیاسی و شخصیت فردی زنان‌اند.

1. Sadie Plant
2. Warwick
3. cyber feminism

دیدگاه‌ها و تحقیقات مبتنی بر سایبرفمنیسم

بنیان‌گذاران سایبرفمنیست مانند سدی پلنت (۱۹۹۷)، سوزان لاکمن^۱ (۱۹۹۹)، آنا مونستر^۲ (۱۹۹۹) و دونا هاروی^۳ (۱۹۹۱) معتقدند فضای مجازی این پتانسیل را دارد که به افراد اجازه می‌دهد بدون مرزهای جنسی، آزادی بیان واقعی را کشف کنند. آنان اظهار داشتند که ذهنیت زنانه می‌تواند منطق فناوری را دگرگون و خسارات ناشی از آن را کم کند. از فضای مجازی می‌توان برای همه‌گیر کردن گفت‌وگو در مورد اموری مانند هویت، ارتباط، قدرت و جنسیت استفاده کرد. آن‌ها این کار را نه تنها برای بررسی نظریه‌ها، بلکه به‌منزله روشی برای بازتعین نقش زنان در ابتدای قرن بیستم توصیه می‌کنند [۱۸، ص ۶۲].

پترسون^۴ (۱۹۹۲) معتقد است توانمندسازی زنان در زمینه رسانه‌های الکترونیکی جدید می‌تواند به رفع ابهام از فناوری و تخصیص دسترسی به این ابزار منجر شود. بازتولید فرهنگی در عرصه مجازی اینترنت به معنای بازتولید هنجارهای اجتماعی واقعی، ارزش‌ها، نمادها، سبک‌های زندگی گروه‌های اجتماعی است که از جانب دستگاه‌های رسمی به حاشیه رانده شده‌اند و اینترنت به‌منزله عرصه مجازی که فقط جایگاه قدرتمندان نیست، فرصتی برای این بازتولید فراهم می‌آورد. زنان، جوانان، گروه‌های به حاشیه رانده شده سیاسی، گروه‌های قومی، نژادی، زبانی و به‌طور کلی گروه‌های خاموش جامعه عرصه مجازی را عرصه‌ای مناسب برای بازنمایی و بازتولید فرهنگ خود قلمداد می‌کنند [۱۷، ص ۷۸].

برخی از فمنیست‌های معاصر و فعال در اینترنت نه تنها استدلال‌های نظری در رابطه با مردانگی کامپیوتر یا شباهت زنان و کامپیوتر را به رسمیت نشناخته‌اند، بلکه اینترنت را فضایی ضروری برای زنان جهت مطالبه قلمروشان و استفاده از تکنولوژی به منظور کسب قدرت و اقتدار در جهان کنونی در نظر می‌گیرند. برخی از این زنان فمنیست در مجموع از به کار بردن لقب فمنیست خودداری می‌کنند، اما همچنان معتقدند اینترنت به‌منزله ابزار یا فضایی اساسی برای زنان است و از این رو یادگیری آن و مشارکت در آن را تجویز می‌کنند. به منظور پیشبرد این اهداف، افراد و گروه‌ها به طراحی وبسایت‌ها، گروه‌های بحث و دیگر منابع آنلاین برای زنان اقدام کرده‌اند؛ البته برای دو دسته از زنان: نخست کسانی که به یادگیری بیشتر در مورد فناوری‌های اینترنت علاقه‌مندند و دوم برای زنانی که از قبل در حوزه‌های فناوری اطلاعات به کار گرفته شده‌اند. این گروه‌ها معتقدند توانمندسازی زنان می‌تواند از طریق کسب دانش بیشتر آنان در حوزه تکنولوژی‌های رسانه‌ای جدید و فراهم کردن فرصت‌های بیشتر برای پیشرفت در این حوزه‌های کاری تحقق یابد [۱۳، ص ۳۶].

1. Susan Luckman
2. Anna Munster
3. Donna Haraway
4. Peterson

سایبرفمنیسم به این مسئله پرداخت که با رایانه‌ها چه کنند تا به توانمندسازی زنان کمک کند. برخی از زنان شروع به استفاده از وب برای نشان‌دادن خود کردند. آن‌ها از طریق وبلاگ‌های شخصی و اتاق‌های چت می‌توانستند درباره مسائلی مانند هویت، نژادپرستی، روابط جنسی و بسیاری از مسائل دیگر از دید خودشان بحث و گفت‌وگو کنند. حوزه دیجیتال راهی شد برای زنان که قدرت تولیدکنندگی و انتشار عقایدشان را بدون میانجی‌گری سلطه مردان نشان دهند. کامپیوتر از طریق اینترنت به زنان تریبونی داد برای ارتباطات. زنانی که نمی‌توانستند پشت یک بلندگو بایستند و صدایشان را به گوش مردان برسانند، کامپیوتر آن‌ها را از قضاوت آنی براساس پیکرشان آزاد کرد؛ در واقع، آزادی از پیش‌انگاره‌هایی که دیکته می‌کرد آن‌ها چه نوع یا چه میزان قدرتی می‌توانند برعهده بگیرند. زنان می‌توانستند انتخاب کنند که به خاطر افکار و ذهنشان دیده شوند و نه جنسیتشان. کامپیوتر برخی زنان را در انتخاب محل جغرافیایی کارشان آزادتر کرد و برای کار در خانه گزینه‌هایی ایجاد کرد تا در ایجاد تعادل در کارها و نگهداری کودکان به آن‌ها کمک کند. همچنین، کامپیوتر فرصت‌های بیشتری برای زنان ایجاد کرد که حتی با وجود حضور در خانه‌شان یک مدیر یا گرداننده یک تجارت باشند [۲، ص ۵۲]. کامپیوترها زنان را به شبکه‌سازی و انتشار اطلاعات برای یکدیگر به منظور مبادلات پژوهشی و علمی و همچنین برای فعالیت‌های سیاسی قادر کرد که این‌ها تغییرات اجتماعی را تشویق کرد. اینترنت نیز عرصه جدیدی برای بیان بسیاری از ناگفته‌ها و توانمندسازی برخی از اقشار حذف‌شده یا فاقد قدرت مطرح کرد [۱، ص ۱۹].

از دیدگاه دونا هاراوی، چالش‌های هویت‌های منفرد و شبکه‌های کنترل که برای بازداشتن زنان و دیگر گروه‌های به حاشیه رانده‌شده فعالیت می‌کنند، جای بحث دارد. هاراوی قبول دارد زنان باید از نظر فنی متخصص‌تر شوند و بتوانند در فرایند استیلای اطلاع‌رسانی مشارکت بیشتری داشته باشند تا بتوانند نظام‌های موجود را به چالش بکشند؛ اما همچنین وی مؤکدانه بیان می‌کند که زنان باید آگاه و دانا باشند و کاربران این سیستم‌های تکنولوژیکی را آگاه کنند، نه اینکه صرفاً کاربری در میان کاربران دیگر از این سیستم‌ها باشند [۱۱، ص ۱۵۴].

الکس گالوی^۱ نیز در گزارشی درخصوص سایبر فمنیسم بیان می‌کند که ریشه‌های نظری این دیدگاه اغلب از ترکیب جالب آرای دونا هاراوی و فمنیسم موج سوم و فراساختارگرایی فراتر می‌روند. فیث ویل‌دینگ^۲ نیز در مطالعه‌ای درخصوص سایبر فمنیسم یادآور می‌شود که قلمرو سایبرفمنیسم وسیع و پهناور است و در واقع نواحی واقعی سایبر، مؤسسات طراحی صنعتی و مؤسسات آموزشی را دربر می‌گیرد؛ یعنی همان نواحی که در آن‌ها روند فناوری به نحوی سمت‌وسوی جنسیتی گرفته و زنان را از دسترسی به نقاط قوت‌بخش فرهنگی فناوری باز می‌دارد [۲، ص ۳۶].

1. Alex Galway
2. Faith Wilding

به‌رغم اینکه همهٔ زنان به کامپیوتر و تکنولوژی دیجیتال دسترسی ندارند، رایانه‌ها و اینترنت امکان گفت‌وگوی همه‌گیر در مورد اموری مانند هویت، ارتباط، قدرت و جنسیت را ایجاد کردند که می‌تواند به بازتولید نقش زنان در جامعه بینجامد [۱۸، ص ۱۰۵].

با توجه به آرا و نظریه‌های بررسی‌شده در این قسمت، می‌توان گفت که اینترنت و به‌طور خاص شبکه‌های اجتماعی فرصت‌های جدیدی برای زنان، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، ایجاد کرده است تا از طریق آن بتوانند خود را توانمند کنند. در واقع، این شبکه‌ها روزنه‌های جدیدی برای آنان مهیا کرده است تا به طرق مختلف بتوانند بر محدودیت‌های دیرینهٔ ناشی از نظام اجتماعی مردسالار فائق آیند و خواسته‌ها و انتظارات خود را منعکس کنند. با این اوصاف و با تکیه بر آنچه در مبانی نظری این مقاله بیان شد، نقش شبکه‌های اجتماعی در تجربهٔ زیستهٔ زنان شاغل و خانه‌دار نقطهٔ عزیمت مقالهٔ حاضر است.

روش‌شناسی

این مقاله با تکیه بر رویکرد کیفی و بهره‌گیری از تکنیک گردآوری اطلاعات، مصاحبهٔ عمیق نیمه‌ساخت‌یافته یا نیمه‌استاندارد انجام گرفته است. سؤالاتی با محورهای مشخص و دقیق پرسیده شده و با توجه به پاسخ‌های پاسخ‌گویان، محققان آن‌ها را در راستای محور مطالعاتی و مفاهیم مورد نظر متمرکز کرده‌اند. بر این اساس، در این پژوهش محققان سعی کرده‌اند اطلاعات را از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساخت‌یافته و مقوله‌بندی سؤالات جمع‌آوری کنند، زیرا در پی آن بوده‌اند که به عقاید و جهان‌های ذهنی افراد دست یابند. محققان سؤالاتی (در مجموع ۱۴ سؤال) را با محورهای مشخص طراحی کردند و به شکل حضوری از نمونه‌ها و مصاحبه‌شونده‌ها پرسیدند (سؤالات مصاحبه در انتهای مقاله آورده شده است). سؤالات خط و مسیر خاصی را طی می‌کردند و هرچند پاسخ‌گو تا حدودی در بیان مطالب خود آزاد بود، صحبت‌ها و نظرهایش از محدودهٔ سؤالات طراحی‌شده عدول نمی‌کرد. مصاحبه‌ها در مکان و زمان مشخص‌شده از سوی مصاحبه‌شوندگان انجام می‌شد که در بیشتر موارد در منزل و محل کار انجام می‌گرفت و به‌طور میانگین هر مصاحبه بین ۲۰-۴۵ دقیقه زمان می‌برد.

جامعهٔ مطالعه‌شده در مقالهٔ حاضر، زنان شهر رشت است که از این میان تعداد ۱۵ نفر از زنان، اعم از زنان خانه‌دار و شاغل، به روش نمونه‌گیری غیراحتمالی هدفمند با تکنیک گلولهٔ برفی انتخاب شدند. علت انتخاب این تعداد از حجم نمونه با استفاده از تکنیک گلولهٔ برفی این بود که هدف این پژوهش، که با تکیه بر رویکرد کیفی بوده است، دستیابی به عمق و گنه جهان‌های ذهنی مصاحبه‌شوندگان و نه رسیدن به تعمیم است و این روند تا جایی ادامه یافت که مصاحبه‌ها و موارد مطرح‌شده به تکرار و در اصل به اشباع نظری دست یابند و همچنین علت انتخاب دو گروه زنان شاغل و خانه‌دار نه صرفاً بررسی و بیان مقایسه بین این دو گروه،

بلکه رسیدن به نوعی مقوله‌بندی بوده است، زیرا هریک از این دو گروه جهان ذهنی مختص به خود و ویژگی‌های مرتبط با گروه خود را داشتند. برای ثبت مصاحبه‌ها نیز از دستگاه Mp4 استفاده شد.

برای ارزیابی روایی و اعتبار، از روش بررسی به وسیله اعضا بهره گرفته شده است. بعد از اتمام مصاحبه‌ها و جمع‌آوری آن‌ها، محققان بخش‌های اساسی، تفسیرها و برداشت‌های خود را از گفته‌های مصاحبه‌شوندگان برای کل نمونه‌ها (۱۵ نفر مصاحبه‌شونده) به صورت شفاهی و حضوری بازگو کردند و شرح دادند. همه مصاحبه‌شوندگان تفسیرهای محققان را مطابق با اظهارات خودشان مطرح کردند و اظهارات محققان و خود را بسیار نزدیک یا مشابه دانستند. پس از اتمام و جمع‌آوری داده‌ها، مرحله ثبت و ضبط مصاحبه‌ها به مدت یک ماه طول کشید تا همه اظهارات به صورت دقیق و منسجم روی کاغذ پیاده شود. بعد از اتمام مستندسازی داده‌ها، محققان در این مرحله پاسخ هر پرسشی را که در مصاحبه از شرکت‌کننده‌ها پرسیده شده بود مشخص کردند. همچنین منابع آگاهی‌دهنده درباره هر موضوع مورد توجه قرار گرفت. درواقع، یک دسته‌بندی برای سازماندهی داده‌ها و درنهایت تفسیر و تحلیل آن‌ها انجام گرفت و در این زمینه از روش کدگذاری باز برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها بهره‌گیری شد. برای تحلیل داده‌ها، محققان در جریان استفاده از روش کدگذاری باز ابتدا نظرها و عقاید اساسی مصاحبه‌شوندگان را مورد توجه قرار دادند و در مرحله بعد به استخراج مقولات اساسی مصاحبه‌ها اقدام کردند و درنهایت به تحلیل و تفسیر یافته‌ها پرداختند.

یافته‌ها

در ابتدای یافته‌ها، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان ارائه شده است.

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان به قرار ذیل است: الناز، ۲۷ ساله، دیپلم، خانه‌دار/مریم، ۲۵ ساله، دیپلم، خانه‌دار/فیروزه، ۳۸ ساله، دیپلم، خانه‌دار/زینب، ۲۷ ساله، کارشناسی، خانه‌دار/سهیلا، ۳۶ ساله، کاردانی/رقیبه، ۳۲ ساله، دیپلم/معصومه، ۲۸ ساله، کارشناسی، خانه‌دار/سولماز، ۲۵ ساله، کارشناسی، خیاط/نسیم، ۳۲ ساله، دیپلم، آرایشگر/آتنا، ۳۳ ساله، دیپلم، مربی آمادگی جسمانی/سمیه، ۳۴ ساله، کاردانی، مربی خیاطی/آمنه، ۳۵ ساله، ابتدایی، بوتیک‌دار/سپیده، ۳۰ ساله، کارشناسی، مربی شنا/باران، ۲۶ ساله، کارشناسی ارشد، پژوهشگر/لیلا، ۴۰ ساله، کارشناسی ارشد، کارمند.

شبکه‌های اجتماعی به صورت بالقوه می‌توانند کارکرد مثبت یا منفی داشته باشند که بسته

به نوع استفاده افراد از این شبکه‌ها می‌تواند متفاوت باشد. در ذیل، نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در زندگی زنان در تجربه کاربران مورد مطالعه پژوهش به تفکیک آمده است.

شبکه‌های اجتماعی و افزایش ارتباطات

زنان نسبت به این شبکه‌ها و نقش آن‌ها در افزایش ارتباطات نظر مثبتی ارائه می‌دهند و نکته حائز اهمیت در این خصوص، محدوده و دایره اعتماد مصاحبه‌شوندگان برای برقراری ارتباط در این شبکه‌ها بوده است که شامل خانواده و دوستانشان است. علاوه بر این، زنان شاغل دایره وسیع‌تری از دوستی‌ها و ارتباطات را در شبکه‌های اجتماعی موبایلی نسبت به زنان خانه‌دار تجربه می‌کنند و میزان اعتمادشان برای برقراری ارتباط نسبت به زنان خانه‌دار بالاتر است. زینب (خانه‌دار) معتقد است:

ارتباطم بیشتر شده، اما باز هم ارتباط حضوری و فیزیکیم پررنگه. وقتی توی این شبکه‌ها غریبه‌ها رو قبول نمی‌کنم و فوری درخواستشون رو رد می‌کنم. بالاخره ممکنه یه مشکلی پیش بیاد.

نسیم (شاغل) نیز می‌گوید:

بله، ارتباطم بیشتر شده با خانواده‌م. ممکن بود یک ماه بشه که هیچ خبری از فامیل نداشته باشم، ولی از طریق تلگرام خبر می‌گیرم از شون و حرف می‌زنیم. با دوستانم هم همین‌طور، ارتباطم بیشتر شده. حتی با بچه‌های دبیرستان دوباره در ارتباطیم از طریق تلگرام و قراره که حضوری ببینیم هم رو و با خیلی‌ها حتی افرادی که نمی‌شناسم توی گروه‌ها دوستم و باهاشون حتی قرار هم گذاشتم.

شبکه‌های اجتماعی موبایلی و ارتقای ابعاد مختلف زندگی

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که عضویت در گروه‌ها، صفحات و کانال‌های فعال در شبکه‌های اجتماعی موبایلی، به‌ویژه موارد مثبت و مفید آن، می‌تواند به ارتقای اطلاعات و عملکرد زنان در عرصه‌های شخصی- خانوادگی کمک کند؛ مثلاً این شبکه‌ها به آنان در زمینه‌هایی چون آشپزی، روابط زناشویی و تربیت کودک (زنان خانه‌دار) و زمینه‌های تخصصی و آموزش (زنان شاغل) کمک زیادی کرده و اطلاعات آنان را در این زمینه‌ها افزایش داده است. الناز (خانه‌دار) در این خصوص می‌گوید:

کانال‌هایی که توش عضوم خیلی بهم کمک می‌کنه. مثلاً به آشپزی یا تزئین غذا بیشتر از قبل اهمیت می‌دم. یا کانال کودک نخه عضوم، توی تربیت دخترم کمک می‌کنه. قبلاً خیلی عصبی می‌شدم از کارهاش. الان بیشتر درکش می‌کنم.

باران (شاغل) نیز معتقد است:

بله، اگه جدی ببینی، می‌تونه جدی باشه برات. مثلاً کانال تخصصی راه بندازی و درواقع ابزاری می‌تونه باشه که بهت اضافه کنه و مفیده. مثلاً گروه‌های موفقیت، پژوهش‌گران که جلسات کاری مون رو اونجا اطلاع می‌دیم و فعالیت می‌کنیم توی حوزه کاری مون.

در این خصوص، نکته درخور توجه این است که زنان خانه‌دار بیشترین تمرکز را بر عضویت و فعالیت در زمینه‌های آشپزی، تربیت کودک و حوزه‌های مرتبط خانوادگی دارند؛ درحالی‌که زنان شاغل در گروه‌ها و کانال‌هایی فراتر از امور مرتبط با خانه‌داری، زناشویی و تربیت فرزند نیز حضور و فعالیت دارند و به دنبال ارتقا و کسب آگاهی و اطلاعات فراتر از دایره امور خانوادگی و زناشویی‌اند.

شبکه‌های اجتماعی موبایلی و امنیت

یافته‌های این پژوهش حاکی از این است که از نظر مطالعه‌شوندگان، شبکه‌های اجتماعی موبایلی امنیت کافی، چه شخصی و چه اجتماعی، ندارد و به همین دلیل زنان، به‌خصوص زنان خانه‌دار، به جای استفاده از عکس خود در اکانت و پروفایلشان از عکس فرزندانشان، طبیعت و سایر عکس‌های متفرقه استفاده می‌کنند. این نکته در مورد زنان شاغل نمود کمتری داشت و اکثر آنان در مورد نحوه حضور و فعالیت خود در این شبکه‌ها اذعان به آزادی بیشتری داشتند. زنان خانه‌دار به دلیل ترس از مورد قضاوت قرار گرفتن، همچنین به دلیل جلوگیری از بحث‌ها و اختلافات خانوادگی، کمتر از زنان شاغل از عکس خود در پروفایل‌هایشان استفاده می‌کنند. در مقابل، زنان شاغل به دلیل برخورداری از روابط گسترده با دیگران، چه در محیط واقعی و چه مجازی، آگاهی و استقلال عمل در این خصوص، آزادانه عمل می‌کنند و به قضاوت‌ها و طرز تلقی‌های موجود درخصوص استفاده از عکس‌های شخصی در پروفایل و... از سوی اقوام و آشنایان اعتنای چندانی نمی‌کنند.

نکته دیگر این مسئله بود که اکثر زنان مصاحبه‌شونده به دلیل ترس از قضاوت‌های دیگران از اظهارنظر و فعالیت‌های صمیمانه در گروه‌های عمومی و مختلط خودداری می‌کنند و این مسئله بین زنان شاغل کمتر به چشم می‌خورد و این زنان به دلیل استقلال عمل، برخورداری از روابط گسترده با دیگران و حضور در محیط‌های رسمی جامعه و... با اعتماد به نفس و آزادی بیشتری در گروه‌ها و صفحات مختلف حضور و فعالیت دارند. این نکته نیز شایان ذکر است که اعتماد زنان جهت برقراری ارتباطات و فعالیت بیش از حد آنان در این شبکه‌ها باعث بروز مشکل در زندگی شخصی‌شان شده است.

مریم (خانه‌دار) در این زمینه معتقد است:

با اسم و عکس دخترم هستم، چون شوهرم نمی‌ذاره عکسم رو بذارم. فکر می‌کنم فعالیت زیاد باعث می‌شه پشت سرت حرف دربیارن؛ به‌ویژه توسط آشنا و فامیل.

آتنا (شاغل) نیز در این زمینه می‌گوید:

عکس خودم روی پروفایلمه. همسر هم مشکلی نداره، چون بهم اعتماد داره و نظر بقیه برام مهم نیست.

علاوه بر این، از نظر مصاحبه‌شوندگان نیز امنیت کافی در شبکه‌ها و اپلیکیشن‌های موبایلی

به لحاظ سیاسی وجود ندارد؛ مثلاً، از نظر آنان اشتراک عکس، مطلب و... در خصوص مباحث و مسائل سیاسی کشور و فعالیت‌های سیاسی از این قبیل در این شبکه‌ها با پیگیری و برخوردهای قانونی همراه است.

نحوه حضور و فعالیت زنان در شبکه‌های اجتماعی موبایلی

مصاحبه‌کنندگان حداقل در یکی از شبکه‌های اجتماعی موبایلی عضویت و فعالیت داشته و در این زمینه، تلگرام گزینه اول آنان محسوب می‌شود و میزان استفاده از این شبکه به دلیل سهولت در دسترسی و ارتباط، قدرت شبکه و همگانی بودن و... نسبت به سایر شبکه‌های موبایلی بیشتر است. نکته دیگر آنکه زنان خانه‌دار به جز اشتراک پست، در حد محدود، فعالیت چندانی در این شبکه‌ها ندارند و اکثراً خواننده مطالب محسوب می‌شوند تا تولیدکننده محتوا. اما زنان شاغل بسته به شغل و حیطه تخصصی خود از فضاها و ظرفیت‌های موجود در این شبکه‌ها جهت افزایش اطلاعات تخصصی و شغلی خود بهره می‌برند و همچنین فعالیت و تولیدکنندگی بیشتری در این فضا دارند.

علاوه بر این، حضور و فعالیت زنان در شبکه‌های اجتماعی موبایلی می‌تواند باعث خودابرازی^۱ و خودگشودگی بیشتر آن‌ها، چه از جهات مثبت (شکوفایی و پرورش استعدادها و...) و چه منفی (صرفاً نمایش خود و امور معمولی و حتی بی‌اهمیت)، شود. در این خصوص، یافته‌های مقاله نشان می‌دهد که در ایران، خودابرازی و مطرح کردن خود در این شبکه‌ها از سوی اکثریت زنان و دختران فقط به امور معمولی و غیرکاربردی (اشتراک عکس، مطالب، نظرها و دوستی‌های غیرمتعارف و...) محدود می‌شود و ابعاد عمیق و تأثیرات و نتایج نامطلوبی به خود می‌گیرد.

فیروزه (خانه‌دار) در این زمینه معتقد است:

به نظرم توی این شبکه‌ها زن‌ها حضور کمشون توی جامعه رو جبران می‌کنن و می‌تونن خیلی وقت‌ها حرف‌های دلشون رو بززن، اما به نظرم دخترها، به خصوص، به صورت سطحی و دم دستی، توی این شبکه‌ها هستن و صرفاً دنبال لایک گرفتن و دوستی و این جور برنامه‌ها هستن.

مسئله دیگری که حائز اهمیت جلوه می‌کند این نکته است که شبکه‌های اجتماعی حضور کم‌رنگ و فعالیت کمتر زنان اعم از زنان خانه‌دار و شاغل را در جامعه و عرصه‌های واقعی اجتماعی جبران می‌کنند؛ به گونه‌ای که مثلاً زنان شاغل از این فضا به منظور ابراز نظر، راه‌اندازی کانال‌ها و گروه‌های آموزشی و علمی در زمینه‌های مختلف و انجام دادن کنش‌های مجازی مرتبط با مطالب و پست‌های به اشتراک گذاشته شده بهره گرفته و حضور و مشارکتی فعالانه را در شبکه‌های اجتماعی موبایلی تجربه می‌کنند. تحت تأثیر کمپین‌های شبکه‌های

مجازی، برخی از زنان از فعالیتهای صرفاً مجازی فراتر می‌روند و به دعوت برخی از کمپین‌ها پاسخ می‌دهند و در عرصه‌های واقعی جامعه مشارکتی جدی دارند. لایلا (شاغل) در این زمینه معتقد است:

گاهی توی فراخوان‌هایی که توی تلگرام پخش می‌شه راجع به حمایت از حیوانات شرکت می‌کنم. قبلاً با دوست‌هام شرکت می‌کردم، اما الان بیشتر شده.

نکته حائز اهمیت این مسئله است که پذیرش نقش سنتی و منفعلانه از سوی زنان جامعه باعث شده برخی از مصاحبه‌شوندگان، به‌خصوص زنان خانه‌دار، به دلایلی چون ترس از بروز تنش و درگیری با همسر، قضاوت‌های نابجای اطرافیان و اقوام همسر در نحوه و میزان حضور و استفاده خود در شبکه‌های اجتماعی موبایلی محتاطانه برخورد کنند. در همین خصوص، زنان مصاحبه‌شونده (خانه‌دار) نارضایتی همسرانشان در زمینه استفاده از عکس پروفایل و حضور و فعالیت در این شبکه‌ها را یکی از دلایل محدود کردن حضور و استفاده خود در این شبکه‌ها می‌دانند. رقیه نیز می‌گوید:

من و خیلی از دوست‌هام، که اون‌ها هم متأهل‌ان، به خاطر ترس از قضاوت راجع بهمون و پیش نیومدن بحث و مشاجره و... زیاد سعی نمی‌کنیم توی این شبکه‌ها حضور داشته باشیم و با اینکه دوست داریم عکس خودمون رو روی صفحه‌مون بذاریم، به خاطر اینکه شوهر یا اقوام شوهر حرف و حدیثی درنبارن، این کار رو نمی‌کنیم.

شبکه‌های اجتماعی موبایلی و اختلال در فعالیتهای روزمره

بخشی از یافته‌های این پژوهش گویای آن است که حضور و فعالیت بیش از حد در این شبکه‌ها عاملی برای به هم خوردن زندگی و بروز اختلال در فعالیتهای روتین زنان و همچنین عاملی برای نارضایتی همسر و درنهایت بروز مشاجرات و بروز سردی روابط و تنش‌های خانوادگی می‌شود. معصومه (خانه‌دار) در این باره می‌گوید:

بله، توی اطرافیانم دیدم که خانومی به خاطر خوندن مطلبی یا کامنتی این قدر غرق شده که غذاش سوخته یا چون همسرش بهش توجه نمی‌کنه، توی دنیای مجازی یه شخصیت خاص واسه خودش می‌سازه و با بقیه ارتباط برقرار می‌کنه و از زندگی اصلی خودش دور می‌شه.

برخی از مصاحبه‌شوندگان نیز، به‌خصوص زنان خانه‌دار، عقیده داشتند که زنان باید حضوری محتاطانه در این شبکه‌ها داشته باشند. در این زمینه، آنان اظهار داشتند که استفاده از عکس و به اشتراک گذاشتن آن و... از سوی زنان در شبکه‌های اجتماعی موبایلی باعث افزایش تنش‌های خانوادگی بین زوجین می‌شود.

یافته‌ها نیز حاکی از آن است که زنان از فضای صمیمانه موجود در این شبکه‌ها برای درد و دل کردن و بیان مسائل خصوصی و خانوادگی خود استفاده می‌کنند و به نوعی احساس همدلی، صمیمیت و اعتماد بین آنان برقرار می‌شود و به تعبیری، زنان دورهمی‌های مجازی و

خودمانی را در این شبکه‌ها تجربه و روابط دوستانه و عاطفی برقرار می‌کنند و در مورد مسائل و مشکلات به بحث، مشورت و تبادل نظر می‌پردازند. این مسئله نیز در مواردی باعث بروز سوء تفاهم و سوء استفاده‌هایی از سوی سایر افراد شده است. فیروزه (خانه‌دار) معتقد است:

مثلاً گاهی اوقات همین گروه‌ها مطالب و نظراتی به من می‌دن یا راهکارهایی رو پیشنهاد می‌کنن یا روابط عاطفی و دلداری‌هایی می‌دن که آرومم می‌کنه. همین که بدونم خیلی‌ها در دنیا هستن که با من دردهای مشترک زنانه دارن و با من هم‌عقیده‌ان و دغدغه‌های من رو دارن، آرومم می‌کنه. احساس می‌کنم تنها نیستم و مشورت خیالم رو راحت می‌کنه یا گذاشتن مطلبی از احساس خوب یا بد در یه گروه حالم رو بهتر می‌کنه. اما یه بارم با یکی توی پی‌وی درد و دل کردم بعدش شنیدم توی گروه وقتی نبودم همه رو برای بقیه تعریف کرده و خیلی خجالت کشیدم و حتی باعث دعوا و بحث و دلخوری زیادی شد.

به‌طور کلی، یافته‌ها در این خصوص نشان می‌دهد که استفادهٔ بیش از حد از این شبکه‌های اجتماعی موبایلی و اعتماد به اعضای آن، اعم از مرد یا زن، فضای خانوادگی را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد و آن را به محیطی تنش‌زا تبدیل می‌کند.

آثار و پیامدهای شبکه‌های اجتماعی و موبایلی از دید زنان

استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی موبایلی، به خودی خود جنبهٔ منفی ندارد و این کاربران و مخاطبان‌اند که به آن‌ها جهت می‌دهند. آثار و پیامدهای مثبت و منفی این شبکه‌ها به نحوهٔ استفادهٔ کاربران مرتبط است و می‌تواند بنا به استفادهٔ کاربران زوایای مثبت و منفی داشته باشد. نکتهٔ دیگری که مصاحبه‌شوندگان به آن اذعان داشتند، این مسئله بود که دلایل و پیامدهای اصلی حضور و فعالیت در این شبکه‌ها در ایران با کشورهای پیشرفته بسیار متفاوت است. در جامعهٔ ایران، به دلیل ناآگاهی و آموزش نادرست و به تعبیری تأخر فرهنگی موجد در این زمینه، نبود سیاست‌گذاری از سوی کشور و خانواده‌ها در این خصوص، استفاده و فعالیت در این شبکه‌ها عمدتاً به امور روزمره، عمومی و غیرکاربردی محدود می‌شود؛ بحث و گفت‌وگو در خصوص نوع لباس، آرایش، پخت‌وپز و مسائلی از این قبیل، به‌خصوص بین زنان خانه‌دار، رایج است؛ درحالی‌که زنان شاغل به بحث و تبادل نظر دربارهٔ محیط کاری و آموزشی تمایل دارند. اما، به‌طور کلی، تمایل به انجام‌دادن فعالیت‌های عمومی، روزمره و مرتبط با امور سرگرمی در این شبکه‌ها با استقبال بیشتری از سوی مردم کشورهای در حال توسعه مواجه می‌شود که این مسئله نیز به آموزش نادرست نبود سیاست‌گذاری‌های فرهنگی در این زمینه برمی‌گردد و باعث در سطح ماندن و گرفتن موضع انفعالی از سوی افراد در این شبکه‌ها می‌شود. این در حالی است که در کشورهای

پیشرفته از بستر و پتانسیل‌های موجود و بالقوه این شبکه‌ها جهت فرهنگ‌سازی و کنش‌گری‌های مفید اجتماعی، سیاسی و... بهره گرفته می‌شود.
سمیه (شاغل) در این زمینه می‌گوید:

در کل، دنیای مجازی مفیده، اما توی جهان سوم معمولاً هر وسیله‌ای اول خودش می‌آد، بعد می‌خوایم تازه در موردش آموزش بدیم؛ درحالی‌که یا اون فرهنگ استفاده غلط جا افتاده یا تغییرش سخته. درحالی‌که باید اول آموزش باشه بعد وسیله. در هر صورت، همه این عکس‌العمل‌ها برمی‌گرده به آموزش از پایه و ریشه خانواده‌ها؛ مثلاً در جوامع پیشرفته می‌بینیم که تلگرام یا دنیای مجازی میلیون‌ها فکر رو تغییر می‌ده، اعتیاد رو از بین می‌بره، محیط زیست رو نجات می‌ده، چالش مبارزه با انواع مشکلات مخرب رو به وجود می‌آره. توی ایران، خیلی چالش باشه، همون چالش آب یخه و عکس گرفتن از آرایش و اینکه چی بپوشیم، چی بخوریم و...

دلایل اصلی حضور و فعالیت زنان در شبکه‌های اجتماعی موبایلی

یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که دلایل اصلی حضور و فعالیت در این شبکه‌ها در وهله اول تعامل و ارتباط خانوادگی و دوستانه و علاوه بر این بی‌توجهی به نیازهای عاطفی، روحی-روانی و... زنانه است. به‌طور کلی، در گروه زنان خانه‌دار/ شاغل اولویت اصلی دلیل حضور در این شبکه‌ها برقراری ارتباطات خانوادگی و دوستانه بوده است. اما در ادامه در نوع و نحوه کاربری و فعالیت در این شبکه‌ها بین این دو گروه از زنان مصاحبه‌شونده تفاوت‌هایی وجود دارد. گروه زنان خانه‌دار حضوری مستمرتر از نظر میزان و همچنین نحوه استفاده و حضور در این شبکه‌ها نسبت به زنان شاغل دارند.
مریم (خانه‌دار) در این زمینه می‌گوید:

با خانواده‌م و دوست‌هام راحت‌تر می‌تونم در ارتباط باشم. مثلاً خواهرم بلاروسه، راحت باهاش حرف می‌زنم توی تلگرام.

پس از مرور یافته‌های اصلی این پژوهش، نکات اصلی موجود در مصاحبه‌ها در قالب مقولات و گزاره‌های مطرح‌شده از سوی مصاحبه‌شوندگان در جدول ۱ ارائه شده است:

جدول ۱. خلاصه یافته‌های اصلی

مقولات	یافته‌های اصلی
ارتقای ابعاد مختلف زندگی	<p>- افزایش اطلاعات در زمینه‌های آموزشی، تخصصی و... (زنان شاغل)</p> <p>- افزایش اطلاعات حوزه زناشویی، آشپزی، تربیت کودک و... (زنان خانه‌دار)</p> <p>- فراگیری حضور زنان هر دو گروه (خانه‌دار و شاغل)</p> <p>- عضویت در حداقل یکی از شبکه‌های اجتماعی موبایلی به‌خصوص شبکه اجتماعی تلگرام</p>
نحوه حضور و فعالیت زنان	<p>- منفعل بودن اکثر زنان به‌خصوص گروه زنان خانه‌دار در این شبکه‌ها</p> <p>- خودابرازی بیشتر زنان در این شبکه‌ها (امور روزمره و سطحی بیشتر در زنان خانه‌دار) و خودشکوفایی و فعالیت و حضور زنان شاغل در فراخوان‌های مجازی و حضور واقعی در برخی از کنش‌گری‌های اجتماعی اعلام‌شده در این شبکه‌ها</p> <p>- برخورد محتاطانه در حضور و نحوه فعالیت در این شبکه‌ها به دلایلی چون: غلبه سیستم پدرسالارانه، قضاوت‌های دیگران و... به‌خصوص از سوی زنان خانه‌دار</p> <p>- نقش پررنگ و فعالیت بیشتر در تولیدکنندگی و کسب اطلاعات علمی- آموزشی و تخصصی از سوی زنان شاغل</p>
افزایش ارتباطات	<p>- افزایش ارتباطات در سطح مجازی و واقعی</p> <p>- جایگزین و مکمل ارتباطات واقعی</p> <p>- دایره اعتماد افراد در این شبکه‌ها شامل خانواده و دوستان</p> <p>- تفاوت در میزان اعتماد جهت برقراری ارتباط بین زنان خانه‌دار (کمتر) و زنان شاغل (بیشتر) و آزادی عمل متفاوت آنان در این خصوص؛ زنان شاغل (بیشتر) و زنان خانه‌دار (کمتر)</p>
اختلال در فعالیت‌های روزمره	<p>- استفاده افراطی از این شبکه‌ها و بروز اختلال‌های جدی زناشویی و خانوادگی</p> <p>- استفاده افراطی از این شبکه‌ها و ناکامی در زندگی واقعی</p> <p>- اشتراک عکس و بروز تنش‌های خانوادگی بین زوجین</p> <p>- وجود فضای صمیمانه و بیان مسائل خصوصی و خانوادگی و در نتیجه بروز سوءتفاهم و سوء استفاده‌هایی در این زمینه</p>
دلایل اصلی حضور و فعالیت زنان در شبکه‌های اجتماعی	<p>- تعامل و ارتباط خانوادگی و دوستانه</p> <p>- تفاوت در نوع و نحوه کاربری در این شبکه‌ها از سوی زنان خانه‌دار و شاغل</p> <p>- حضور متمرکزتر زنان خانه‌دار در زمینه‌های روزمره خانوادگی، مطالب و آموزش‌های مطرح‌شده در این خصوص</p> <p>- حضور زنان شاغل در حیطه‌های علمی- آموزشی و برقراری تعاملات و ارتباطات فراخانوادگی</p> <p>- بی‌توجهی عاطفی- روانی به زنان و افزایش حضور و فعالیت در این شبکه‌ها</p>
امنیت	<p>- عدم امنیت فردی- اجتماعی</p> <p>- عدم استفاده از عکس‌های شخصی در پروفایل به‌خصوص بین زنان خانه‌دار (احتیاط بیشتر)</p> <p>- ترس از قضاوت در خصوص فعالیت‌ها و اظهارنظرهای زنان در گروه‌های عمومی و مختلط تلگرامی به‌خصوص از سوی زنان خانه‌دار</p> <p>- نبود امنیت سیاسی کافی در خصوص انجام‌دادن فعالیت و کنش‌گری‌های مفید اجتماعی- سیاسی در این شبکه‌ها (زنان شاغل)</p> <p>- آزادی عمل بیشتر زنان شاغل در خصوص اظهار نظر، قراردادن عکس در پروفایل و فعالیت مؤثر بیشتر</p>
آثار و پیامدهای شبکه‌های اجتماعی	<p>- جهت‌دهی مثبت و منفی کاربران به این شبکه‌ها</p> <p>- استفاده نادرست و استراتژیک از این شبکه‌ها در جامعه</p> <p>- تأخر فرهنگی موجود در نحوه استفاده از این شبکه‌ها از سوی اکثر کاربران ایرانی</p>

نتیجه گیری

یافته‌های مقاله حاضر بیانگر آن است که شبکه‌های اجتماعی موبایلی می‌تواند باعث افزایش ارتباطات و گسترش فعالیت زنان در حوزه‌های مختلف علمی- فرهنگی و اجتماعی شود. کارکرد شبکه‌های اجتماعی از طرفی تبادل اطلاعات و نظرها و از طرف دیگر ایجاد زمینه‌هایی برای فعالیت پررنگ‌تر در جامعه است. این یافته با یافته‌های حاصل از مقاله پیشگامی فرد و همکاران (۱۳۹۲) با عنوان تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت زنان در ایران همخوانی دارد. نتایج حاصل از این مقاله نیز تعامل در فضای مجازی را بر تغییر و تحول زنان و افزایش ارتباطاتشان مؤثر دانسته است.

همان‌طور که هاراوی می‌گوید، زنان باید در فرایند استیلای اطلاع‌رسانی مشارکت بیشتری داشته باشند تا بتوانند حتی نظام‌های موجود را به چالش بکشند. زنان باید کاملاً آگاهانه عمل کنند و سعی کنند دیگران را هم آگاه کنند، نه اینکه صرفاً کاربری منفعل باشند [۱۱]، ص ۱۵۴]. اما یافته‌ها حاکی از این است که بین برخی از مصاحبه‌شوندگان، به‌خصوص زنان خانه‌دار، مسیرهای غیرکاربردی و بی‌اهمیت در استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی پی گرفته می‌شود. صرف‌گذران وقت، سرگرمی و ارتباطات دوستانه و فامیلی اصلی‌ترین مصارف برخی کاربران است که در مواردی افراط در این کار باعث اتلاف وقت و اختلال در روند زندگی روزمره شده است. این یافته نیز با یافته‌های مقاله سیف‌اللهی و شاطری (۱۳۸۹) با عنوان نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در تغییر رفتار دختران و زنان ایرانی همسوست. این مقاله نیز تفاهم و تعامل و به‌طور کلی مقاصد ارتباطی موجود در شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیرات آن بر رفتار دختران و زنان ایرانی را مهم و دارای درجه اول اهمیت می‌داند.

همچنین، در بعضی از موارد، سطحی‌نگری و نسنجیدگی در استفاده از این فضاها، مثلاً برقراری روابط خارج از عرف با جنس مخالف، مسائل و مشکلات کوچک و بزرگی را در خانواده‌ها به وجود آورده است. البته، این ناآگاهی و استفاده صحیح از شبکه‌های اجتماعی موبایلی را با مسئله تأخر فرهنگی می‌توان توضیح داد. در واقع، تمرکز نظریه سایبرفمنیسم بر افزایش توانمندی زنان در عرصه‌های مجازی و به دنبال آن عرصه‌های واقعی جامعه است.

همچنین، برخی از مصاحبه‌شوندگان بر پذیرش نقش سنتی برای زنان از سوی جامعه و تأثیر آن بر نحوه و میزان حضور و فعالیت خود در شبکه‌های اجتماعی موبایلی تأکید داشتند. احساس کنترل‌شدن از سوی همسر یا اقوام در میان این زنان (اکثراً زنان خانه‌دار)، استقلال عمل آن‌ها را محدود می‌کرد؛ برخلاف آنچه در نظریه سایبرفمنیسم فضای مجازی ابزاری برای پیشرفت زنان و به چالش کشیدن اقتدار مردانه دانسته می‌شود [۱۵]، ص ۲۸]. در این خصوص نیز، یافته‌های حاصل از مقاله حاضر با یافته‌های مقاله اسمیتلی (۲۰۰۴) همخوانی دارد. در این مقاله نیز با وجود تأکید بر بعد ارتباطی فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی نوین، بر نقش

اقتدار سنتی موجود و کلیشه‌های جنسیتی رایج در خصوص زنان در بستر جامعه تأکید دارد و شبکه‌های اجتماعی مجازی را ادامه روابط قدرت مسلط بر زنان می‌داند. در مقاله حاضر نیز، این موضوع با عنوان کنترل زنان در زمینه میزان و نحوه حضور در این شبکه‌ها از سوی همسر و اقوام همسر، بروز مشاجره‌های خانوادگی و سردی روابط زناشویی، شک و تردیدها و... نشان از وجود چنین روابطی دارد.

با این حال، زنان شاغل از این فضا بیشتر در جهت افزایش اطلاعات تخصصی و شغلی خود بهره می‌برند و در مجموع، تولیدکنندگی و خودگشودگی بیشتری را در این محیط تجربه می‌کنند که این موضوع با نظریه سایبرفمنیسم تطابق دارد. این یافته نیز با یافته‌های حاصل از مقاله هاملینک (۱۹۹۹) توسعه بشری همسوست؛ مبنی بر اینکه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات می‌توانند بسترهای مناسب را برای خارج شدن زنان از فضای محصور و بسته اجتماعی فراهم و آنان را با دنیای اشتغال و مهارت و فرصت‌های جدید آشنا کند.

در نتیجه، می‌توان گفت اگرچه به علت تأخر فرهنگی بعضاً زنان، مطابق آنچه در نظریه سایبرفمنیسم آمده است، در جهت افزایش توانمندی و خودابرازی خویش از شبکه‌های اجتماعی موبایلی بهره نبرده‌اند، می‌توان وضعیت حاضر را به منزله سطحی که باید از آن عبور کرد در نظر گرفت. آزمون-خطا و تجربه در محیط به نسبت نوع فضای مجازی در کشور ما می‌تواند زنان جامعه را در ادامه، در مسیر درست قرار دهد.

در مجموع، دسترسی همه زنان جامعه به رایانه و اینترنت و برخورداری آن‌ها از سواد رسانه‌ای و مهم‌تر از همه، آگاهی و عزت نفس زنان در نحوه برخورد آنان با فضاهای مجازی و به خدمت گرفتن این ابزارها در جهت منافع مشترک خویش تأثیر بسزایی دارد.

سؤالات مصاحبه

- ✓ کدام یک از شبکه‌های اجتماعی موبایلی (تلگرام، لاین، واتس‌آپ، وایبر و...) عضویت دارید؟
- ✓ چه مدت است که با این شبکه‌ها آشنا شده‌اید و چگونه؟
- ✓ دلایل اصلی حضورتان در این شبکه‌ها را بگویید.
- ✓ از چه طریقی به این شبکه‌ها وارد می‌شوید؟ (بسته‌های طرح اینترنت تلفن همراه، wifi و...)
- ✓ معمولاً چند ساعت از شبانه‌روزتان را در این شبکه‌ها سپری می‌کنید؟
- ✓ کدام یک از این شبکه‌ها بیشتر مورد علاقه و توجه شماست و چرا؟
- ✓ آیا خودتان به‌شخصه گروه یا کانال خاصی را در این شبکه‌ها مدیریت می‌کنید؟ درباره‌اش توضیح دهید (اگر نه، در صورتی که بخواهید گروه یا کانالی ایجاد کنید دوست دارید در چه حوزه‌ای باشد؟)

- ✓ در کدام یک از گروه‌ها و کانال‌های شبکه‌های اجتماعی موبایلی عضویت دارید (تلگرام، لاین، واتس‌آپ، وایبر و...) نام ببرید و نحوه فعالیتتان در این شبکه‌ها چگونه است؟ (صرفاً مطالب را می‌خوانید یا کامنت و به اشتراک نیز می‌گذارید؟)
- ✓ آیا عضویتتان در این شبکه‌ها با مشخصات حقیقی خودتان است؛ مثلاً ترجیح می‌دهید عکس پروفایلتان عکس واقعی خودتان باشد یا خیر؟
- ✓ تا چه حد عضویت در این شبکه‌ها برای شما جدی است؟ به نظر شما، آیا این شبکه‌ها می‌تواند وسیله مؤثری برای دستیابی شما به برخی اهدافتان باشد؟
- ✓ آیا تا به حال پیش آمده بخواهید مطلبی را به اشتراک بگذارید، اما این کار را انجام ندهید؟ چرا؟
- ✓ آیا حضورتان در این شبکه‌ها در افزایش ارتباطات مؤثر بوده است یا خیر؟ بیشتر توضیح بدهید.
- ✓ آیا تا به حال مسئله خاصی برای دوستان و آشنایانتان در ارتباط با این شبکه‌ها پیش آمده است؟ (مثلاً به هم خوردن روابط زن و شوهر، فریب خوردن دختران و...)
- ✓ آیا از حضورتان در این شبکه‌ها احساس خوبی دارید یا نه؟ چرا؟
- ✓ در مجموع، نظرتان درباره حضور در این شبکه‌ها چیست؟ و به نظرتان چه پیامدهایی (مثبت یا منفی) می‌تواند داشته باشد؟

منابع

- [۱] امیر ابراهیمی، مسرت (۱۳۸۴). وبلاگ نویسی صحنه‌ای جدید برای ایفای نقش‌های خود، تهران: روشنگران و مطالعات زنان.
- [۲] ایبازن، کریستینا آلفونسو (۱۳۸۳). «زنان در فضای مجازی، یک مدینه فاضله جدید؟»، *مطالعات و تحقیقات زنان*، دوره ۱، ص ۳۲-۶۰.
- [۳] بل، دیوید (۱۳۸۹). *درآمدی بر فرهنگ‌های سایبر*، ترجمه مسعود کوثری و حسین حسینی، تهران: جامعه‌شناسان.
- [۴] پایگاه خبری فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران (۱۳۹۴). رفتارشناسی کاربران در شبکه‌های اجتماعی، تهران، قابلیت دسترسی در تاریخ: [۱۳۹۴/۴/۱۴].
- [۵] پیشگامی فرد، زهرا و همکاران (۱۳۸۹). «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت زنان در ایران»، *فصل‌نامه پژوهش زنان*، دوره ۸، ص ۱۸۹-۲۰۹.
- [۶] سیفاللهی، سیفالله؛ شاطری، پروانه (۱۳۹۲). «نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در تغییر رفتار دختران و زنان ایرانی»، *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، دوره ۷، ص ۲۷-۴۴.
- [۷] محسنی، منوچهر (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی*، تهران: دیدار.
- [۸] منتظر قائم، هدی؛ شعبان کاسه‌گر، مونا (۱۳۹۵). «فضای سایبر و توانمندسازی زنان در ایران»، *مطالعات رسانه‌های نوین*، دوره ۱، ص ۴۳-۷۶.

- [9] <http://omoorzanan.medu.ir/portal/home.php?ocode=100000825&block=news&id=297581/1395>
- [10] <http://www.ictnews.ir/110-1108-117265/1394>
- [11] Consalvo, Mia. (2012). "Cyberfeminism: Encyclopedia of New Media: SAGE Reference Online", PP 109-10.
- [12] Haraway, Donna. (1997). "Modest_Witness@Second_Millennium. Female Man©_Meets_OncoMouse™: Feminism and Techno science". New York: Routledge.
- [13] Hamelink S. J. (1999). "Human Development in M.Tawfik Word Communication and Information Report" 1999-2000 Unesco. PP 23-45.
- [14] Luckman, Susan. (1999). "gendering the Digital Body: Feminism and the Internet" *Hecate* vol 25, [2], PP 36-48.
- [15] Munster, Anna. (1999). "Is There Post life after Post feminism? Tropes of Technics and Life in Cyberfeminism". *Australian Feminist Studies*, vol 14[29], pp. 119-131.
- [16] Plant, Sadie. (1997). "Babes in the Net." *New Statesman & Society January*, vol 8 pp. 27-28.
- [17] Smitley, Megan. (2004). "Women and the Internet: Reflections on Cyberfeminism and a Virtual Public Sphere", University of London.
- [18] Sayers, T. (1998). "Cyberfeminism Canada: Women, Women s Organizations, the Women s Movement and Internet Technology", A thesis submitted to the Department of Sociology in conformity with the requirements for the degree of Master of Arts.
- [19] Wittaker, Jason. (2002). *The internet: the basics*, New York: Routledg.
- [20] <http://www.Alexa.com/siteinfo/telegram.org> 25 February 2017.