

Research Paper

Exploring the role of cyberspace in the cultural geography of the daily lives of Generation Y women

Shervin Ghezelbash¹, Horieh Dehghan Shad^{*2}, Mahnaz Ronaghi Notash², Ehsan Rahmani Khalili³

1. PhD student in Culture and Communication, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
2. Assistant Professor, Department of Communications, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
3. Assistant Professor, Department of Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

ARTICLE INFO

PP: 320-340

Use your device to scan and
read the article online



Keywords: Cyber Space, Everyday Life, Women, Generation Y Women

Abstract

, The statistical population of this research was female users of Y group who use social networks for more than three hours. Sampling is based on two criteria of information saturation and theoretical saturation. In this research, we have reached information saturation with open interviews with twenty female users of Y group. The findings have shown that the first axis of the final model of the ground theory of the role of cyber space in the daily life of Y group women is the causal conditions, and in this research, cyber space is considered the most important cause in the research, which has been asked to determine the role of cyber space in the daily life of women. And with a little generalization, citizens should be examined. Therefore, the most important factor in this research is the cyber space. The second axis is the background conditions, for which the categories related to women's permanent online presence have been examined, in other words, this online presence of citizens is a platform for other daily activities, which are both self-use and interaction in this space and influenced by it. The existence of the rest of the activities is from this matter, thus the background conditions are investigated in this online research on the permanence of women. The third axis of interfering conditions is filtering and reducing the speed of the Internet as one of the tools of cyberspace management by the government.

Citation: Ghezelbash,S., Dehghan Shad,H. , Ronaghi Notash,M. and Rahmani Khalili,E. (2025). **Exploring the role of cyberspace in the cultural geography of the daily lives of Generation Y women.** Geography (Regional Planning), 15(60), 320-340

DOI:10.22034/jgeoq.2025.542689.4324

*** Corresponding author:** Horieh Dehghan Shad, **Email:** hoo.dehghanshad@iauctb.ac.ir

Copyright © 2023 the Authors. Published by Qeshm Institute. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Extended Abstract

Introduction

The theory of social networks and its intervention-based approaches emphasize how social connections accelerate the spread of new ideas, attitudes, and behaviors. Within these networks, key actors function as catalysts due to their social influence or communication ties. Empirical applications of social network theory in public health—from smoking cessation and substance abuse prevention to HIV prevention and behavioral change—have been well documented (Valente, 2003; Curtis & Edwards, 1995; Kim et al., 2015; Smith & Christakis, 2008). Likewise, studies highlight the role of social networks in family planning adoption (Behrman, Kohler, & Watkins, 2002) and the importance of media in information diffusion (Boulay, Storey, & Sood, 2002). Extending from this broad theoretical foundation, cyberspace has similarly exerted a profound influence on women's behaviors and everyday lives. While women in advanced societies have long transitioned from modernity to postmodernity—reaching what is often termed the fourth wave of feminism—women in countries such as Iran continue to navigate the tension between tradition and modernity. Unlike Western societies, Iran did not experience a Renaissance; rather, modernity arrived abruptly through political power structures (e.g., the Qajar and Pahlavi dynasties) and later via media technologies, producing enduring cultural contradictions.

In the third millennium, cyberspace has transformed this dynamic by creating a digital public sphere beyond the control of traditional authorities. Whereas mass media once mediated modernity through selective exposure, the internet now enables citizens—not merely as consumers but also as producers of content—to actively participate in public discourse. This shift, rooted in postmodern communication tools, has accelerated the movement of Iranian women from traditional to modern cultural and social domains. The placeless and borderless nature of cyberspace has provided Iranian women with an unprecedented opportunity for visibility and participation in public life, overcoming physical and social restrictions that historically limited their presence. Consequently, cyberspace has deeply

reshaped the everyday life and agency of Iranian women, marking a transformation that extends beyond consumer culture and demands systematic study to assess how far it has enhanced women's quality of life and social empowerment.

Methodology

The present study, employing the grounded theory method, explores the public sphere and everyday life of women. It first examines cyberspace and patterns of interaction within it, and subsequently investigates the daily lives of Generation Y women. The statistical population of this research consists of female Generation Y users who spend more than three hours daily on social media platforms. Sampling was conducted based on the principles of data saturation and theoretical saturation. Through open-ended interviews with twenty Generation Y women, information saturation was achieved. The data collection method in this study—“Analyzing the Role of Cyberspace in the Everyday Life of Women”—was open-ended interviewing, focusing on three main themes: the digital public sphere, role conflict, and the tension between tradition and modernity in women's behavior. For data analysis, the study employed qualitative research procedures using Atlas.ti software, enabling systematic coding and interpretation of the participants' narratives to uncover the underlying structure of meaning regarding women's experiences in cyberspace.

Results and Discussion

The findings of this study reveal that cyberspace has become an integral and inseparable part of the everyday lives of women from Generation Y in Iran. The participants demonstrated a pattern of constant online presence, reflecting the emergence of a new cultural norm of being “permanently connected.” Their engagement with cyberspace is primarily interactive and social rather than informative or educational. The main purpose of their online activity is maintaining communication with family and friends, exchanging emotions, and engaging in personal and daily life topics rather than following news or political issues. The results also show a strong sense of belonging and attachment to cyberspace, as participants

often described it as indispensable to their daily lives.

Furthermore, the “cyber public sphere” of these women is characterized by informality, the absence of spatial and temporal boundaries, and a sense of safety and comfort. Their online interactions mostly occur within closed circles of friends and acquaintances, indicating that their cyber networks are intimate and gendered rather than socially expansive or politically engaged. Cyberspace has influenced multiple aspects of their everyday lives—including communication patterns, entertainment, food habits, parenting attitudes, and even leisure activities such as gaming—thus redefining the boundaries between the private and public spheres. Overall, the study highlights that cyberspace not only mediates but also constitutes the lived realities and social relations of women in contemporary Iranian society.

Conclusion

The first axis of the final grounded theory model on the role of cyberspace in the daily life of Generation Y women represents the causal conditions. In this study, cyberspace is identified as the main causal factor. The research seeks to explore the role of cyberspace in the everyday life of women—and, by slight generalization, of citizens at large. Therefore, the most significant factor in this study is cyberspace itself.

The second axis concerns the contextual conditions. In this regard, the study examines issues related to the constant online presence of women. In other words, this permanent connectivity of citizens provides a foundation for their other daily activities. Both engagement and interaction within cyberspace, as well as the influence of this engagement on other aspects of daily life, are considered. Thus, in this study, the contextual condition is identified as the permanent online presence of women.

The third axis addresses intervening conditions, namely internet filtering and the reduction of connection speed, which serve as instruments of cyberspace management by the state. In the past, Instagram and WhatsApp were the only global social networks and messaging platforms accessible without filters in Iran. However, since October 2023, they too have been filtered. Citizens now use VPNs

and proxies to access powerful social media platforms, which has made online communication more effortful. Consequently, in addition to interaction itself, the act of striving to connect to the internet has emerged as a new aspect of daily life—although, due to time constraints, this dimension has not been analyzed in depth in the present study.

The central phenomenon in this model is online interaction, which did not exist in the past but has now become a fundamental part of citizens' lives. In this new phenomenon, users spend a significant portion of their time in cyberspace, engaging with one another. Previously, interactions were primarily face-to-face or, occasionally, by telephone. Today, this pattern has changed entirely, giving rise to a new lifestyle.

The next axis relates to interactions. Initially, it was assumed that interactions involved politicians (both domestic and foreign) communicating with users and that users, in turn, influenced social processes. However, this study reveals that, contrary to such assumptions, communication circles have emerged—consisting mainly of friends and acquaintances within limited social domains—whose primary function is to interact in both private and semi-public spheres. In other words, given the strong culture of interpersonal communication in Iranian society, communication tools have transferred such interactions from the physical to the cyber realm. As a result, friendly communication circles have formed in which participants exchange information mainly on topics of personal interest. Occasionally, social or political issues may also arise, but since such interactions are sporadic and non-continuous, they have not been analyzed in this study.

Finally, cyber living—that is, everyday life in cyberspace—is identified as the consequence of cyberspace's influence on the daily lives of women. The findings indicate, first, that a substantial portion of the activities of the Generation Y women under study occurs within cyberspace, making it an integral component of everyday life in the third millennium. Second, other aspects of daily life—such as leisure, education, nutrition, parenting, and so forth—are also affected by cyberspace. Hence, it is no longer possible to conceive of a society devoid of cyberspace and its associated communication tools.

References

1. Saeidi Moghadam Mehri. (2011). An examination of interaction between action in the cyber and real public spheres among students of Bu-Ali Sina University of Hamedan [Master's thesis, Bu-Ali Sina University]. Faculty of Economics and Social Sciences. (In Persian)
2. Shifteh, Mansoureh. (2015). A study on the relationship between cyber social networks and digital democracy: A case study of Mazandaran University students [Master's thesis, Alzahra University]. Faculty of Social and Economic Sciences. (In Persian)
3. Movaeqeq Sichani, Maryam. (2013). The public sphere in cyberspace and its comparison with the non-cyber sphere [Master's thesis, University of Qom]. Faculty of Law. (In Persian)
4. Yaghoubi, Elham. (2017). The formation of the public sphere in cyberspace: A content analysis of Instagram pages [Master's thesis, Tarbiat Modares University]. Faculty of Humanities. (In Persian)
5. Ayish, M. (2018). A youth-driven virtual civic public sphere for the Arab world. *Journal of Communication Studies*, 66(1), 66–74. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1418794>
6. Boulay, M., Storey, J. D., & Sood, S. (2002). Indirect exposure to a family planning mass media campaign in Nepal. *Journal of Health Communication*, 7(5), 379–399. <https://doi.org/10.1080/10810730290001774>
7. Bruns, A., & Burgess, J. E. (2011). The use of Twitter hashtags in the formation of ad hoc publics. In *Proceedings of the 6th European Consortium for Political Research (ECPR) General Conference 2011*, University of Iceland, Reykjavik. http://www.ecprnet.eu/conferences/general_conference/reykjavik/
8. Curtis, S. P., & Edwards, A. (1995). HIV in UK prisons: A review of seroprevalence, transmission, and patterns of risk. *International Journal of Sexually Transmitted Diseases and AIDS*, 6(6), 387–391. <https://doi.org/10.1177/095646249500600602>
9. Dahlberg, L. (2018). The internet and democratic discourse: Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, Communication & Society*, 4(4), 615–633. <https://doi.org/10.1080/13691180110097030>
10. Deuze, M. (2011). Media life. *Media, Culture & Society*, 33(1), 137–148. <https://doi.org/10.1177/0163443710386518>
11. Dommett, K., & Verovšek, P. J. (2021). Promoting democracy in the digital public sphere: Applying theoretical ideals to online political communication. *Journal of Communication Studies*, 74(3), 358–374. <https://doi.org/10.1080/13183222.2021.1955206>
12. Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Routledge. <https://doi.org/10.1177/0267323104040696>
13. Kim, D. A., Hwang, A. R., Stafford, D., Hughes, A., O'Malley, J., Fowler, J. H., & Christakis, N. A. (2015). Social network targeting to maximise population behaviour change: A cluster randomised controlled trial. *The Lancet*, 386(9989), 145–153. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(15\)60095-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(15)60095-2)
14. Duthely, R. (2017). Black feminist hip-hop rhetorics and the digital public sphere. *Journal of Black Studies*, 48(3), 202–212. <https://doi.org/10.1080/1358684X.2017.1310458>
15. Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 87–101. <https://doi.org/10.1177/0267323104040696>
16. Smith, K. P., & Christakis, N. A. (2008). Social networks and health. *Annual Review of Sociology*, 34, 405–429. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.34.040507.134601>
17. Trenz, H.-J. (2019). Digital media and the return of the representative public sphere. *Journal of Communication Studies*, 45(1), 33–46. <https://doi.org/10.1080/13183222.2009.11008996>
18. Valente, T. (2003). Social network influences on adolescent substance use: An introduction. *Connections*, 25(2), 11–16. http://www.insna.net/PDF/Connections/v25/2003_I-2-3.pdf

مقاله پژوهشی

واکاوی نقش فضای سایبر در جغرافیای فرهنگی زندگی روزمره زنان نسل وای

شروین قزلباش - دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

حوریه دهقان شاد* - استادیار گروه ارتباطات، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مهناز رونقی نوتاش - استادیار گروه ارتباطات، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

احسان رحمانی خلیلی - استادیار گروه جامعه شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده	اطلاعات مقاله
چگونگی حضور زنان در حوزه عمومی سایبر و ارزیابی تأثیرات آن از جمله مسائل مهمی است که نیاز است به طور دقیق مورد واکشاکافی قرار بگیرد. در این تحقیق با استفاده از روش گرندتئوری، به اکتشاف در حوزه عمومی و زندگی روزمره زنان پرداخته شده است. بررسی فضای سایبر، نحوه تعامل در آن و زیست روزمره زنان گروه وای هدف اصلی این مقاله بوده است. جامعه آماری کاربران زن گروه وای بوده اند که روزانه بیش از سه ساعت از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند. نمونه گیری بر اساس دو معیار اشباع اطلاعات و اشباع نظری انجام شده است و فرآیند مصاحبه های باز، بر این اساس پی ریزی شده است. بر اساس یافته های تحقیق، فضای سایبر نه تنها، زمینه را برای تغییر سبک زندگی زنان نسل وای فراهم آورده است بلکه علت این تغییر نیز بوده است. بنابر این، می توان فضای مجازی را همزمان زمینه و علت تغییرات زیستی زنان دانست. دومین محور شرایط زمینه ای بوده که برای این امر، مقولات مرتبط با حضور دائمی زنان در فضای مجازی مورد بررسی قرار گرفته اند. نتایج نشان داده است که آنلاین بودن شهروندان بستری برای فعالیت های روزانه ی دیگر می باشد که دو مفهوم استفاده و تعامل در فضای مجازی را با یکدیگر پیوند می زند. علاوه بر این، در این تحقیق، به شرایط مداخله گر یا همان فیلترینگ و کاهش سرعت اینترنت نیز به عنوان یکی از مسائل پرداخته شده و نتایج حاصل از آن در زیست این زنان تحلیل شده است.	شماره صفحات: ۳۲۰-۳۴۰ از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید  واژه های کلیدی: فضای سایبر، زندگی روزمره، زنان، زنان نسل وای

استناد: قزلباش، شروین، دهقان شاد، حوریه، رونقی نوتاش، مهناز و رحمانی خلیلی، احسان. (۱۴۰۴). واکاوی نقش فضای سایبر در جغرافیای فرهنگی زندگی روزمره زنان نسل وای. فصلنامه جغرافیا (برنامه ریزی منطقه ای)، ۱۵(۶۰)، ۳۲۰-۳۴۰

DOI:10.22034/jgeoq.2025.542689.4324

مقدمه

نظریه شبکه‌های اجتماعی و رویکردهای مداخله مرتبط، شبکه‌های اجتماعی را برای انتشار ایده‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای جدید تسریع می‌کنند. در شبکه‌های اجتماعی بازیگران کلیدی انتشار وجود دارند که به دلیل نفوذ اجتماعی و یا ارتباطات اجتماعی خود به عنوان کاتالیزور عمل می‌کنند. کاربردهای موفقیت آمیز مبتنی بر شواهد نظریه شبکه‌های اجتماعی در سلامت عمومی از سیگار (والنت^۱ ۲۰۰۳) و ترک سوء مصرف مواد مخدر (کورتیس و ادواردز^۲ ۱۹۹۵) تا پیشگیری از HIV و تغییر رفتار وجود دارد (کیم^۳ و همکاران، ۲۰۱۵؛ اسمیت و کریستاکیس^۴، ۲۰۰۸). نقش شبکه‌های اجتماعی بر استفاده از برنامه ریزی خانواده (بهرمن، کوهرلر و واتکینز^۵، ۲۰۰۲؛ کوهرلر، بهرمن و واتکینز^۶، ۲۰۰۱) و اهمیت رسانه‌های اجتماعی برای کمک به انتشار شبکه (بولای، استوری و سود^۷، ۲۰۰۲) به خوبی مستند شده است. با عنایت به این گستره وسیع، کارکردهای فضای سایبر و نقش آن بر رفتار زنان نیز، غیر قابل کتمان است. چرا که زنان در کشورهای پیشرفته مدت‌ها است از عرصه مدرنیته [یا رنسانس] به پست مدرنیته انتقال یافته‌اند و از نسل چهارم فمینیسم صحبت به میان می‌آورند اما در کشورهایی مانند ایران هنوز درگیری از سنت به مدرنیسم در حال جریان است، به عبارت دیگر زنان در کشورهای غربی در فرایند گذر از قرون وسطی به رنسانس و سپس به پست مدرنیته قرار گرفته‌اند که فرایندی تدریجی در این کشورها محسوب می‌شود. حتی آمریکا به عنوان مهد علوم انسانی کنونی، عصر قرون وسطی را نیز نداشته و از ابتدا در دوران مدرنیته به سر برده است. لذا مقایسه کشورهایی مانند ایران که در عصر سنت (هم ردیف قرون وسطی غرب) سیر می‌کرده‌اند و چیزی تحت عنوان رنسانس را نداشته‌اند و به یکباره با پدیده‌ای خارجی و عالم‌گیر تحت عنوان تجدد یا مدرنیته چه از طریق حاکمیت‌ها [قاجار و پهلوی] و چه از طریق ابزارهای ارتباطی [رسانه] مواجه شده‌اند که کمتر با گذشته خود شباهتی داشته و تضاد بین سنت و مدرنیته به وجود آمده است و در عصر ارتباطات و اطلاعات هزاره سوم که جبر فن‌آوری باعث تغییرات عمده است، این امر غامض‌تر شده است. به عبارت دیگر در گذشته مدرنیته یا همان توسعه از طریق رسانه‌ها در معرض شهروندان کشورهای دیگر قرار می‌گرفت لذا زودپذیرندگان با تقلید از آن تبدیل به بخشی متفاوت در جامعه می‌شدند و با مقاومت‌های جوامع این امر در بخشی از زودپذیرندگان باقی می‌ماند و امکان تسری آن به دیگر بخش‌های جامعه کم بود. جوامعی هم که مانند ایران از حوزه عمومی ضعیفی به نسبت حاکمیت [طرفدار سنت] برخوردار بودند این مشکل دو چندان می‌شد. اما با آمدن فضای سایبر طی سه دهه گذشته و فراگیر شدن آن در قرن ۲۱، به یکباره حوزه عمومی گذشته وارد حوزه عمومی دیجیتال و همه گیر گردید و این امر باعث شد که دیگر حاکمیت‌ها نتوانند بر حوزه عمومی نظارت و دخالت گذشته را داشته باشند هرچند که ابزار اصلی [رسانه‌های کلاسیک] همچنان نیز در سیطره حاکمیت‌ها و طرفداران سنت باشد.

ویژگی هزاره سوم این است که همه شهروندان علاوه بر مصرف کننده محتوا، خود تولید کننده محتوا نیز هستند که این امر باعث شده است تمامی شهروندان بتوانند در حوزه عمومی دیجیتال به ایفای نقش بپردازند. این امر به خصوص چون ابزارهای ارتباطی جدید نه از نسل مدرنیته بلکه پست مدرنیسم است فرایند سوق یابی به عرصه مدرنیته و پست مدرن تسریع گردیده است. گذر از سنت به مدرنیته در ایران دارای ابعاد گوناگون است که می‌توان در یک تقسیم بندی آن را به محورهای سیاست، فرهنگ، اجتماع، مذهب و اقتصاد تقسیم بندی کرد. از سوی دیگر هریک از موارد کلان

1 Valente

2 Curtis & Edwards

3 Kim

4 Smith & Christakis

5 Behrman, Kohler, & Watkins

6 Kohler, Behrman, & Watkins

7 Boulay, Storey, & Sood

مذکور خود قابل تقسیم به موارد کوچکتر هستند که با توجه به عنوان این تحقیق که موضوع نقش فضای سایبر در زندگی روزمره زنان و به عبارتی گذر از سنت به مدرنیته است با معیار جنسیت می‌توان به حوزه فرهنگ و اجتماع که نقش بانوان پر رنگ‌تر است پرداخت. به عبارت دیگر در دسته بندی جدید جایگاه زنان از لحاظ فرهنگی و اجتماعی در فضای سایبر چگونه است و آیا تعارضی بین فرهنگ رسمی و فرهنگ غیر رسمی در زندگی روزمره زنان وجود دارد؟ و حوزه عمومی دیجیتال تا چه حد توانسته است که باعث این تعارضات شود؟ به این ترتیب سوال اینجا است که آیا حوزه عمومی دیجیتال با ابزارهای ارتباطی جدید در تسریع ورود زنان از عرصه فرهنگ سایبر موثر واقع شده‌اند؟ به زبانی دیگر فضای سایبر موقعیتی جدید و استثنایی و شاید معجزه ای برای حضور زنان ایرانی در اجتماعی است که در گذشته محروم از آن بوده‌اند و امکانی برای این که به مانند آقایان در تمامی عرصه های اجتماعی حضور و ظهور داشته باشند به وجود آمده است. اگر حضور فیزیکی زنان در اجتماعی ناممکن بوده و هست، این ذات بی مکانی فضای سایبر باعث شده است که زنان نیز به مانند مردان بتوانند در تمامی حوزه های فضای سایبر حضور و کنش کامل داشته باشند که این در تاریخ بی نظیر بوده است. به این ترتیب فضای سایبر تاثیر شدیدی بر زندگی روزمره زنان ایران داشته است که تاکنون به صورت دقیق مورد بررسی قرار نگرفته است و بیشتر به رویه کارهای گذشتگان به خصوص مکتب فرانکفورت به مصرف گرایی در این حوزه اشاره شده است در صورتی که حضور در حوزه عمومی سایبر با صرفا مصرف کالاها و خدمات فرهنگی متفاوت می باشد و اینکه چه تاثیری داشته است باید احصاء گردد و مشخص شود چه مقدار این فضای سایبر در ارتقاء زندگی روزمره زنان تاثیر داشته است.

پیشینه پژوهش و ادبیات نظری

تحقیقات داخلی

الهام یعقوبی (۱۳۹۶) در چگونگی شکل گیری حوزه عمومی در فضای سایبر مورد مطالعه: تحلیل محتوای صفحات اینستاگرام به موضوع این پژوهش تحلیل جامعه‌شناختی حوزه عمومی سایبر با رویکرد فعالیت‌های محیط‌زیستی می‌پردازد. در این پژوهش واحد تحلیل جملات و کلمات موجود در فضای سایبر به‌ویژه در اینستاگرام است. روش به‌کاررفته در این تحقیق تحلیل محتوا است. در تحلیل محتوا داده ها از روش تحلیل محتوای کمی استفاده شده است. در ادامه پژوهش، نگرش مخاطبین نسبت به چهار بعد محیط‌زیست در حوزه عمومی سایبر طی دو سال ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ تحلیل و بررسی شده است. بحران آب با فراوانی ۵۳ دارای بیشترین بار توجه و حساسیت و بعد زیست‌محیطی با فراوانی ۲۳ طی دو سال مذکور دارای کمترین بار توجه در بین مخاطبین در حوزه عمومی سایبر بوده است. ابعاد مسئولیت اجتماعی و آموزش نیز به ترتیب پس از بحران آب توجه مخاطبین را به خود جلب کرده است.

منصوره شیفته (۱۳۹۴) در بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی سایبر و دموکراسی دیجیتال با استفاده از جامعه پیمایش در بین ۳۷۵ نفر از کل دانشجویان دانشگاه مازندران، دو فرضیه اصلی تحقیق خود یعنی وجود رابطه بین شبکه های اجتماعی و دموکراسی دیجیتال و همچنین وجود رابطه بین دولت الکترونیک و دموکراسی دیجیتال را تایید کرده است.

تحقیقات خارجی

کاترین دامت و پیترو جی ورووشک^۱ (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان «ترویج دموکراسی در حوزه عمومی دیجیتال: به کارگیری آرمان های نظری در ارتباطات سیاسی آنلاین» بیان کرده اند که بحث دموکراتیک به دلیل ظهور اینترنت، رسانه های اجتماعی و جوامع آنلاین دستخوش دگرگونی ساختاری شده است. محققان ارتباطات سیاسی به دنبال تشخیص خطر این

¹ Katharine Dommett & Peter J. Verovšek

تغییرات با نظریه پردازی «حباب های فیلتر» و «اتاق های پژواک» بوده اند. در پاسخ به تمایل روزافزون سیاستگذاران برای واکنش به این روندها و حمایت از ارزش های دموکراتیک، از تحلیل های تجربی گفتمان آنلاین استفاده می کنیم تا مشکلات موجود در این تلاش را در نظر بگیریم. با برجسته کردن تنوع روندهای شناسایی شده توسط مطالعات تجربی حوزه عمومی دیجیتال، ما استدلال می کنیم که هم نظریه سیاسی و هم تحلیل تجربی برای ترویج آرمان های دموکراتیک مورد نیاز است. با استفاده از "مدل قهوه خانه" یورگن هابرماس، ما نشانگرهای نظری را برای تمرین مشورتی مطلوب ایجاد می کنیم و شرایطی را در نظر می گیریم که تحت آن این ایده آل ها می توانند پیشرفت کنند. با تمرکز بر اهمیت طراحی دیجیتال و رفتار کاربر، ابتکاراتی را پیشنهاد می کنیم که می توانند آرمان های دموکراتیک مورد علاقه را ارتقا دهند. هانس یورگ ترنز^۱ (۲۰۱۹) در رسانه های دیجیتال و بازگشت بازنمایی حوزه عمومی به تحلیل چگونگی تعریف مجدد مرزهای حوزه عمومی توسط رسانه های دیجیتال می پردازد. برخلاف فرض جریان اصلی پتانسیل رهایی بخش جدید رسانه های دیجیتال، که عناصر مشارکتی و تعاملی حوزه عمومی را تقویت می کند، استدلال می شود که رسانه های دیجیتال نظم نماینده جدیدی از ارتباطات را معرفی می کنند. از این نظر، نیاز به مفهوم سازی حوزه عمومی دیجیتال در رابطه با نمایندگی سیاسی وجود دارد. رسانه های دیجیتال به طور مستقیم ارتباطات را در جایگزینی نمایندگی حوزه عمومی ملی محدود نمی کنند. عملکرد اینترنت در ارتقای ارتباطات سیاسی نسبتاً محدود است و به طور کلی، به بازتولید حوزه عمومی ملی ادامه می دهد. در عین حال، رسانه های دیجیتال با ارائه پیشنهادها جدید برای شناسایی عمومیت از طریق مشکلات و راه حل های مشترک، نماد بازنمایی را که به طور مداوم در حال ساخت است، چند برابر کرده اند. لینکلن دالبرگ^۲ (۲۰۱۸) در اینترنت و گفتمان دموکراتیک: بررسی چشم انداز انجمن های مشورتی آنلاین برای گسترش حوزه عمومی به بررسی سه «اردوگاه» برجسته در لفاظی و عمل دموکراسی اینترنتی پرداخته است که هر کدام از مدل های متفاوتی از دموکراسی استفاده می کنند: جامعه گرا، فردگرای لیبرال و مشورتی. علاقه زیادی به دو اردوگاه قبلی توسط محققان و سیاست گذاران نشان داده شده است. این مقاله به بررسی امکان تحقق چشم انداز اردوگاه سوم می پردازد که حوزه عمومی گفتمان عقلانی-انتقادی از طریق فضای سایبر گسترش می یابد.

ادبیات نظری

شکاف دیجیتال در بین زنان

اینترنت به عنوان یک "بزرگراه اطلاعاتی" کانال مهمتری را برای وسایل ارتباطی روزمره مردم فراهم کرده است (چن و ریس ۲۰۱۵، ۳). با این حال، دسترسی به اینترنت متعادل نیست: هنوز شکاف های قابل توجهی بین گروه های مختلف مردم وجود دارد که براساس جنسیت، سن، پیشینه تحصیلی و مناطق مسکونی آنها تعریف می شود (چن و ریس ۲۰۱۵). این امر به جامعه ایران نیز قابل تسری می باشد به عبارت دیگر در ایران نیز خانواده هایی که از سطح توانمندی اقتصادی و فرهنگی بیشتری برخوردار هستند امکان استفاده از ابزارهای دیجیتال بیشتری دارند به عبارت دیگر ابزار و وسایل دیجیتال، سطح سواد استفاده، هزینه های آبونمان اینترنت و شبکه های خدماتی از موضوعاتی است که در بین زنان نیز اختلاف زیادی در استفاده از اینترنت ایجاد کرده است.

بعد غیر سیاسی فرهنگ های دیجیتال

ادبیات موجود، بعد غیرسیاسی و سرگرمی محور فرهنگ های دیجیتال را به ظهور فرهنگ فردگرایانه در جامعه غیر لیبرال نسبت می دهد (لیو ۲۰۱۱). به دلیل افزایش استانداردهای زندگی و تعاملات با غرب، تغییری از جمع گرایی به فردگرایی

¹ Hans-Jörg Trenz

² Lincoln Dahlberg

در اخلاق فعلی جوامع صورت گرفته است (شید ۲۰۰۲). ارزش اصلی جمع گرایی هر یک از افراد را به عنوان بخشی یکپارچه از یک جامعه بسیار منسجم تعریف می کند، در حالی که ارزش فردگرایی بر استقلال و تنوع هر فرد تأکید می کند (کولستاد و جسویک ۲۰۱۴) ظهور ارزش های فردگرایانه در جامعه، ظرفیت خود انعکاسی مردم را پرورش داده است که مردم را تشویق می کند تا ارزش خود را در جامعه تشخیص دهند و از تنوع سبک های زندگی فردی ارائه شده توسط اقتصاد بازار پیروی کنند (گیدنز ۱۹۹۱). به عنوان مثال، هیورث و گو (۲۰۱۲) با تمرکز بر این چرخش فردگرایانه در فرهنگ های دیجیتال، دریافتند که کاربران اینترنت اغلب عکس هایی از خود یا مکان هایی که از آنها بازدید کرده اند را به عنوان راهی برای ارائه سلیقه و سبک زندگی شخصی خود در اینترنت به اشتراک می گذارند. چنین یافته هایی با مطالعات مشابه که اشتیاق کاربران اینترنت برای ابراز وجود در اینترنت را نشان می دهد (پنگ ۲۰۱۹) تطابق دارد.

بعد سرگرمی اینترنت در ایران کنونی نیز هر چند فاقد آمار و ارقام رسمی است اما با مشاهده رفتار استفاده از اینترنت توسط بانوان نشان از غالب بودن بخش سرگرمی اینترنت دارد به عبارت دیگر بیشتر زنان به عنوان کاربران اینترنت و نه به عنوان مخاطب و نه مشتری، بیشتر برای سرگرمی به فضای سایبر مراجعه می نمایند و این امر با توجه به نوع استفاده از اینترنت یا همان شکاف اطلاعاتی و دیجیتالی که توضیح داده شد می تواند متفاوت باشد به عبارت دیگر یک دختر جوان یا نوجوان به طور حتم از بازیهای دیجیتال نیز استفاده خواهد کرد که جزو سرگرمی محسوب می شود اما مادر همین فرد کمتر وارد بازیهای دیجیتال که نیاز به مهارت و زمان و تمرکز بیشتری دارد نخواهد شد و بیشتر به سمت موضوعات سرگرم کننده مانند مطالبی که سلبریتی ها منتشر می سازند سرگرم می شود که این موضوع می تواند تحلیل استفاده از اینترنت توسط زنان به عنوان سرگرمی را با پیچیدگی مواجه سازد.

رسانه های اجتماعی مشارکتی و حوزه عمومی دیجیتال

پلتفرم های رسانه های اجتماعی مشارکتی، زندگی روزمره کاربران اینترنت را از طریق «فرآیند سه گانه بهم پیوسته شناخت، ارتباط و همکاری» تغییر داده اند. این فرآیند شامل موارد زیر است: (۱) تسهیل کاربران برای درگیر شدن با متون دیجیتال "که منعکس کننده زمینه های اجتماعی در جامعه هستند"، (۲) امکان برقراری ارتباط با یکدیگر و (۳) اجازه دادن به آنها برای توسعه یا حفظ شبکه های اجتماعی. پذیرش این پلتفرم های مشارکتی در جامعه زمینه را برای مشارکت مدنی دیجیتال کاربران اینترنت فراهم می کند (فوکس ۲۰۱۵، ۱۸)

به سوی کاوشی در محور جنسیت-سیاست

محور سیاست جنسیتی در حوزه عمومی دیجیتال نشان دهنده تلاقی طولانی مدت سیاست و روابط قدرت جنسیتی است. به گفته مک کلینتوک (۱۹۹۳، ۶۱-۶۲)، "زنان معمولاً به عنوان حاملان نمادین ملت ساخته می شوند، اما از هرگونه ارتباط مستقیم با نمایندگی ملی" در هر کشوری در طول تاریخ بشریت محروم هستند. این تاریخ، سیاست را به «مکانی اصلی برای دستیابی به مردانگی» تغییر می دهد. فانگ و رپنیکووا (۲۰۱۸) استدلال می کنند که این محور سیاست جنسیتی در جوامع تثبیت شده است و به عنوان «آرایش و جذابیت مردانه» گفتمان های سیاسی ملی گرا و لیبرال در حوزه عمومی دیجیتال منعکس می شود. همانطور که فانگ و رپنیکووا (۲۰۱۸) خاطرنشان می کنند، «بازیگرانی که ظاهراً در طیف های ایدئولوژیک مخالف زندگی می کنند، وقتی صحبت از بینش زنان به عنوان موجوداتی ذاتاً نابرابر با مردان و ناتوانی در بیان یک روایت ملی منسجم در جامعه به میان می آید، همگرا می شوند». این محور سیاست جنسیتی در حوزه عمومی دیجیتال، زاویه ای را برای بررسی عملکرد روابط قدرت جنسیتی نامتعادل در تعامل روزمره کاربران با امور عمومی در اینترنت فراهم می کند. درک این محور سیاست جنسیتی را می توان بر اساس دیدگاه مطالعات فرهنگی فمینیستی

توسعه داد، که روند متفاوت آزادی زنان و همچنین مدرنیزاسیون اجتماعی-اقتصادی و سیاسی جوامع را مورد بررسی قرار داده و درک کاربران اینترنت از جنسیت را نشان می دهد.

روش شناسی پژوهش

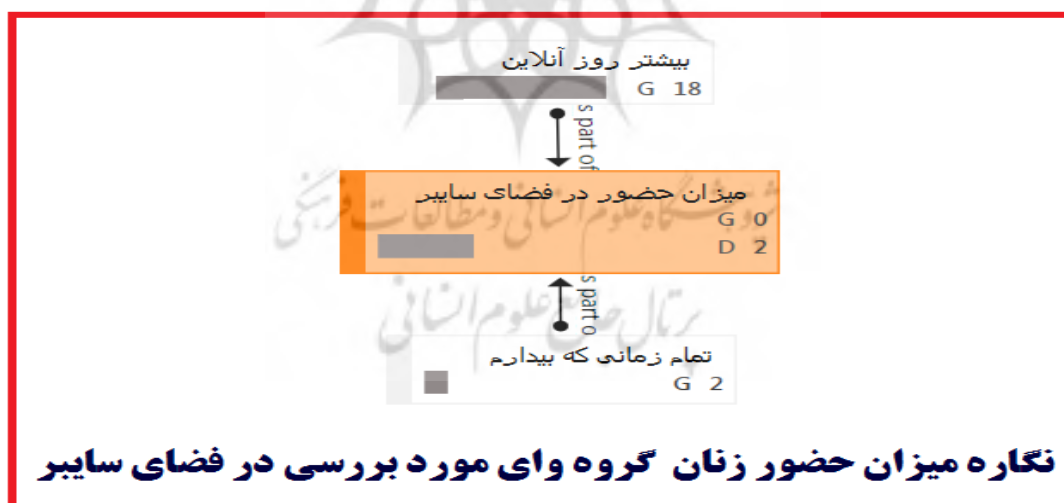
پژوهش حاضر با استفاده از روش گردتئوری به اکتشاف در حوزه عمومی و زندگی روزمره زنان پرداخته است. ابتدا به بررسی فضای سایبر و نحوه تعامل در آن و در سوالات بعدی به زندگی روزمره زنان گروه وای پرداخته شد. جامعه آماری این تحقیق کاربران زن گروه وای بوده اند که روزانه بیش از سه ساعت از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند. نمونه گیری بر اساس دو معیار اشباع اطلاعات و اشباع نظری انجام شده است. در این تحقیق با مصاحبه باز با بیست کاربر زن گروه وای، اشباع اطلاعاتی حاصل شده است. روش گردآوری اطلاعات در تحقیق مطالعه واکاوی نقش فضای سایبر در زندگی روزمره زنان از نوع مصاحبه باز بوده که در آن با محورهای سه گانه حوزه عمومی دیجیتال، تعارض نقش ها و سنت و مدرنیته در رفتار زنان پرداخته می شود. در تحقیق واکاوی نقش فضای سایبر در زندگی روزمره زنان ابزار تجزیه و تحلیل استفاده از مراحل تحقیق کیفی با استفاده از نرم افزار اطلس تی آی بوده است.

یافته های تحقیق

نقش فضای سایبر در زندگی روزمره زنان گروه وای در قالب موضوعات ذیل دسته بندی شده اند که هر یک توصیف کننده شرایط زنان گروه وای در فضای سایبر است.

میزان استفاده از فضای سایبر

اولین موضوع در خصوص واکاوی نقش فضای سایبر در زندگی زنان گروه وای میزان استفاده و حضور آنها در فضای سایبر است که این امر در چند محور ذیل قرار گرفته است که به هریک از آنها پرداخته می شود.

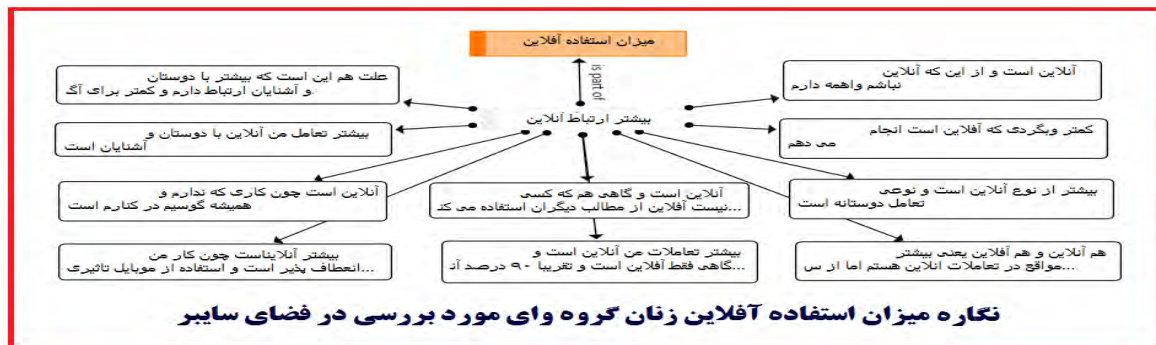


نگاره شماره ۱: میزان حضور زنان گروه وای در فضای سایبر

همانطور که در نگاره فوق مشاهده می شود میزان حضور زنان مورد مطالعه به نحوی بوده است که همیشه آنلاین هستند به عبارت دیگر دو مقول باز ۱- بیشتر روز و ۲- تمامی زمانی که بیدارم نشان از آن دارد که فرهنگ جدیدی رخ داده است که آن آنلاین بودن دائمی زنان است البته این موضوع را امروزه می توان به تمامی شهروندان نیز تسری داد و کمتر شهروندانی پیدا می شود که آنلاین نباشد که این امر فرهنگ جدید رابه خود به همراه آورده است که حتی با دوران مدرنیسم نیز قابل مقایسه نیست.

استفاده ارتباط آفلاین

دومین مقوله محوری میزان استفاده از فضای سایبر میزان استفاده آفلاین در فضای سایبر یا همان مطالب از پیش منتشر شده است به طور مثال استفاده از برنامه آشپزی، استند آپ کمدی، خبر و غیره است که از قبل منتشر شده است و نیاز به استفاده متعامل آنلاین مانند چت با دوستان ندارد که نتیجه این پرسش در نگاره ذیل قابل مشاهده است.



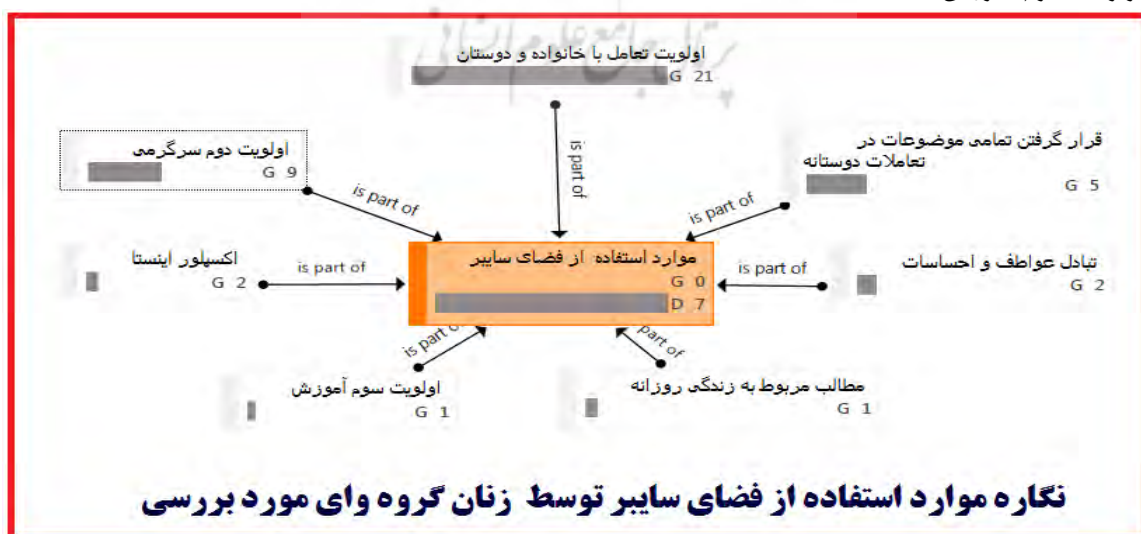
نگاره شماره ۲: میزان استفاده آفلاین زنان گروه وای در فضای سایبر

با توجه به نگاره مذکور مشاهده می شود که تمامی پاسخ دندگان مدعی بوده اند که بیشتر ارتباطات آنها از نوع آنلاین در فضای سایبر است و کمتر استفاده آفلاین از فضای سایبر دارند. این امر در راستای مقولات بعدی است که ارتباط از نوع تعاملات دوستانه است که در جایگاه خود توضیح داده می شود. در این قسمت برخی از مطالب پاسخگویان در راستای آنلاینی در نگاره مذکور آورده شده است که واهمه از آنلاین نبودن، بیشتر ارتباط با دوستان بودن و عدم وبگردی از موضوعاتی بوده است که در این راستا عنوان شده است.

اولویت استفاده از فضای سایبر

مهمترین موضوع امکان تفکیک نوع استفاده از رسانه ها و فضای سایبر است به عبارت دیگر آیا می توان نحوه استفاده از رسانه ها را به فضای سایبر نیز تعمیم داد؟ برای این منظور از پاسخگویان سوال شده است که چه استفاده از فضای سایبر به عمل می آورند که نتایج در نگاره ذیل به تصویر کشیده شده است.

مقولات برای این قسمت عبارتند از: ۱- اولویت تعامل با خانواده و دوستان ۲- اولویت دوم سرگرمی ۳- قرار گرفتن تمامی موضوعات در تعاملات دوستانه ۴- تبادل عواطف و احساسات ۵- اکسپلور اینستاگرام ۶- مطالب مربوط به زندگی روزانه ۷- اولویت سوم آموزش



نگاره شماره ۳: موارد استفاده از فضای سایبر توسط زنان گروه وای

با عنایت به نگاره فوق مشاهده می شود که مهمترین و شاید عمومی ترین مقوله باز احصاء شده تعامل با خانواده و دوستان است به عبارت دیگر هیچ یک از پاسخگویان هیچ اشاره ای برای استفاده خبری، سرگرمی و آموزش از فضای سایبر نداشته اند بلکه تمامی به اتفاق مدعی ارتباط بادیگران بوده اند که این امر مهمترین تفاوت بین رسانه ها و فضای سایبر را ایجاد کرده است به عبارت دیگر کارکرد رسانه ها سه کارکرد اطلاع رسانی، آموزش و سرگرمی است در صورتی که هیچ یک از پاسخگویان در سوال اولیه خود اشاره ای به این سه کارکرد نداشته و در سوال تکمیلی این حوزه در خصوص کارکردهای سه گانه برخی به آن اشاره داشته اند.

دومین اولویت که بر اساس سوال تکمیلی همین سوال در خصوص سرگرمی بوده است نه نفر از پاسخگویان آن را تایید کرده اند که در زمان های خالی از سرگرمی نیز در فضای سایبر استفاده می کنند و البته یک نفر نیز به آموزش آشپزی اشاره داشته است.

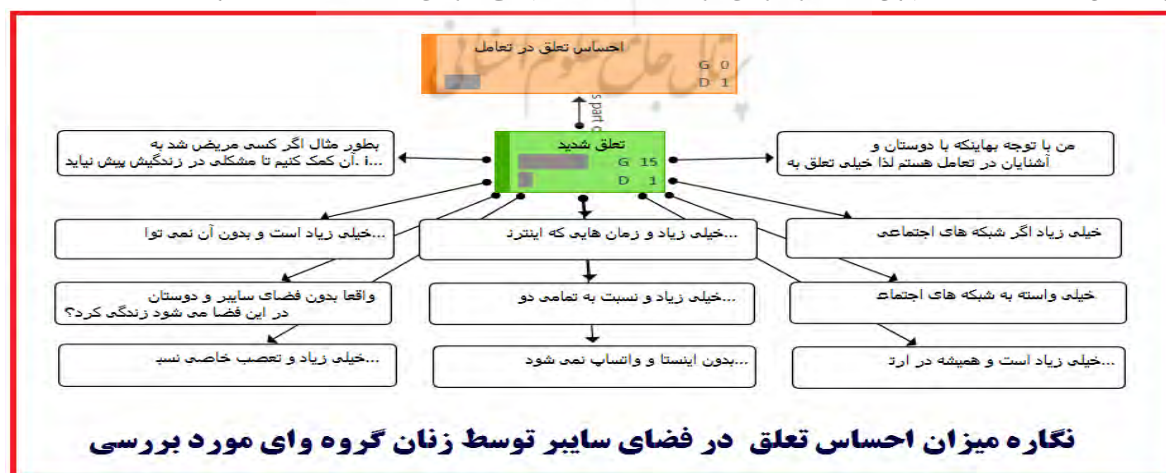
سومین مقوله باز قرار گرفتن تمامی موضوعات در تعاملات دوستانه است به عبارت دیگر پنج نفر از پاسخگویان مدعی شده اند که تمامی اطلاعات مورد نیازشان را در تعاملات با دوستان و آشنایان به دست می آورند که با باز نشر اطلاعات برای یکدیگر این مهم محقق می شود.

چهارمین مقوله باز موارد استفاده از فضای سایبر، تبادل عواطف و احساسات بوده است که این امر در راستای همان تعامل با خانواده و دوستان اما با کمی احساسات بیشتر قرار می گیرد. به اینترنت مجدداً تاکید بر استفاده ارتباطی از فضای سایبر دیده می شود.

پنجمین مورد استفاده از اکسپلور اینستا است که موضوعات مختلف در آن به فراخور وقایع روز و الگوریتم علایق هر کاربر وجود دارد که تقریباً نوعی سرگرمی آزاد در فضای سایبر محسوب می شود. در نهایت مطالب مربوط به زندگی روزمره از دیگر مواردی بوده است که در این تحقیق احصاء شده است و البته موضوع آموزش که تک موردی بوده است نیز قبلاً مورد اشاره قرار گرفت.

میزان تعلق خاطر در فضای سایبر

موضوع بعدی در تعاملات فضای سایبر احساس تعلق و وابستگی به این حوزه و کنش در آن است. برای این موضوع از پاشخ دهندگان سوال شده است که چقدر احساس تعلق به فضای سایبر و تعامل در آن دارند. که تنها مقوله احصاء شده مقوله تعلق شدید است که چون تک موضوعی بوده است مطالب پاسخ گویان نیز در نگاره ذیل آورده شده است.

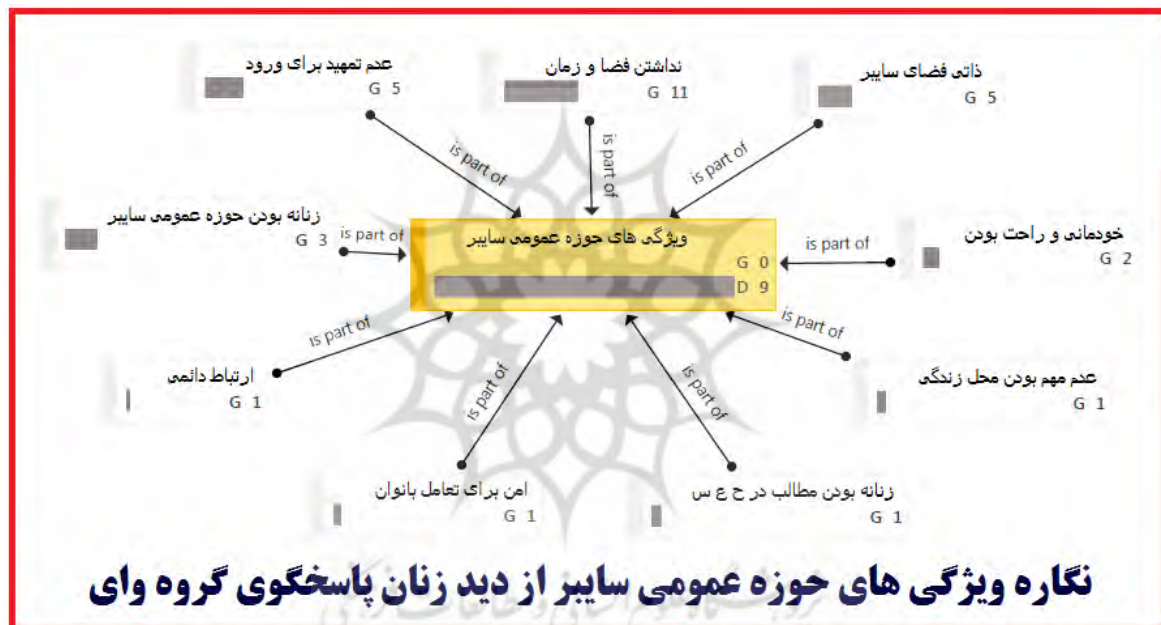


نگاره شماره ۴: احساس تعلق در فضای سایبر توسط زنان گروه وای

همانطور که در نگاره مذکور نیز مشاهده می شود تمامی پاسخ دندگان اذعان داشته اند که احساس تعلق شدید به تعامل در فضای سایبر دارند و با اصطلاحاتی همچون بدون آن نمی توانم زندگی کنم، تعصب خاصی دارم، بدون واتساپ و اینستا نمی شود و غیره نشان داده اند که احساس تعلق و همبستگی شدیدی با فضای سایبر دارند و البته این تشکیک که صحبت برخی فقط در مورد خود فضای سایبر یا به تکنولوژی می توان نسبت داد باید اشاره کرد که با توجه به مقولات محوری قبلی که تمامی تعامل را نشانه رفته اند لذا منظور تعامل است تا فناوری اطلاعات و ارتباطات.

ویژگی های حوزه عمومی سایبر

برای احصاء ویژگی های حوزه عمومی سایبر از پاسخگویان سوال شده است که چه عاملی خاص و منحصر به فردی باعث می شود که به حوزه عمومی فضای سایبر وارد شوند که ۹ مقوله باز احصاء شده است. این مقولات باز عبارتند از: ۱- نداشتن فضا و زمان ۲- عدم تمهید برای ورود ۳- ذاتی فضای سایبر ۴- خودمانی و راحت بودن ۵- زنانه بودن مطالب در حوزه عمومی سایبر ۶- زنانه بودن حوزه عمومی سایبر ۷- عدم مهم بودن محل زندگی ۸- امن بودن برای تعامل بانوان ۹- ارتباط دائمی.



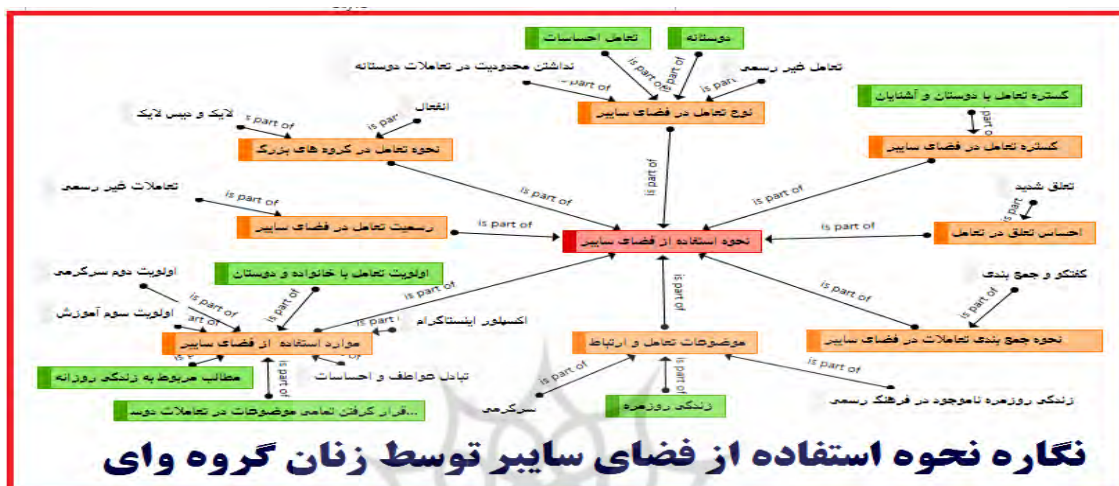
نگاره شماره ۵: ویژگی های حوزه عمومی سایبر از دید زنان گروه وای

همانطور که در نگاره مذکور نیز مشاهده می شود مهمترین ویژگی حوزه عمومی سایبر نداشتن فضا و زمان است. به عبارت دیگر نداشتن زمان و فضا مهمترین ویژگی محسوب می شود که ادبیات حوزه سایبر نیز تایید کننده این موضوع است. دومین مقوله باز احصاء شده عدم تمهید برای ورود به حوزه عمومی سایبر است. به عبارت دیگر برای هر نوع ارتباط دیگری نیاز به تمهیدات شخصی وجود دارد. اما برای ورود به حوزه عمومی سایبر تنها داشتن اینترنت [و عدم فیلترینگ] کافی است که این مهم ورود به این حوزه را تسهیل می کند. سومین ویژگی عده ای معتقد به این بوده اند که حوزه عمومی سایبر، ذاتی فضای سایبر است و فرقی با دیگر حوزه های سایبر ندارد و تمامی زندگی با فضای سایبر ترکیب شده است و لذا نمی توان ویژگی های خاصی را بر شمرد. زنانه بودن حوزه عمومی سایبر یکی دیگر از مقولات باز است که مورد تاکید قرار گرفته است و بیشتر بانوان به علت زنانه بودن احساس راحتی می کنند. خودمانی و راحت بودن مقوله بعدی است به عبارت دیگر احساس رسمیت نداشتن و امکان حضور خودمانی می تواند جذابیت برای پاسخگویان داشته باشد. مقولات زنانه بودن مطالب، عدم مهم بودن محل زندگی، امن بودن برای تعامل بانوان و ارتباط دائمی مقولات

بعدی هستند که برخی از پاسخگویان به آن اشاره داشته اند که امن بودن برای تعامل بانوان از مواردی است که در ادبیات این حوزه تا کنون دیده نشده است.

نحوه استفاده از فضای سایبر

شاید مهمترین موضوع در فضای سایبر نحوه استفاده از این فضا توسط کاربران باشد که در این تحقیق زنان گروه وای هستند که از آنها سوال شده است که مقولات محوری نوع تعامل در فضای سایبر، گستره تعامل در فضای سایبر، نحوه تعامل در گروه های بزرگ، موارد استفاده از فضای سایبر، موضوعات تعامل و ارتباط، نحوه جمع بندی در تعاملات، احساس تعلق در تعامل و رسمیت تعامل در فضای سایبر، احصاء شده که در نگاره ذیل قابل مشاهده است.



نگاره شماره ۶: نحوه استفاده از فضای سایبر توسط زنان گروه وای

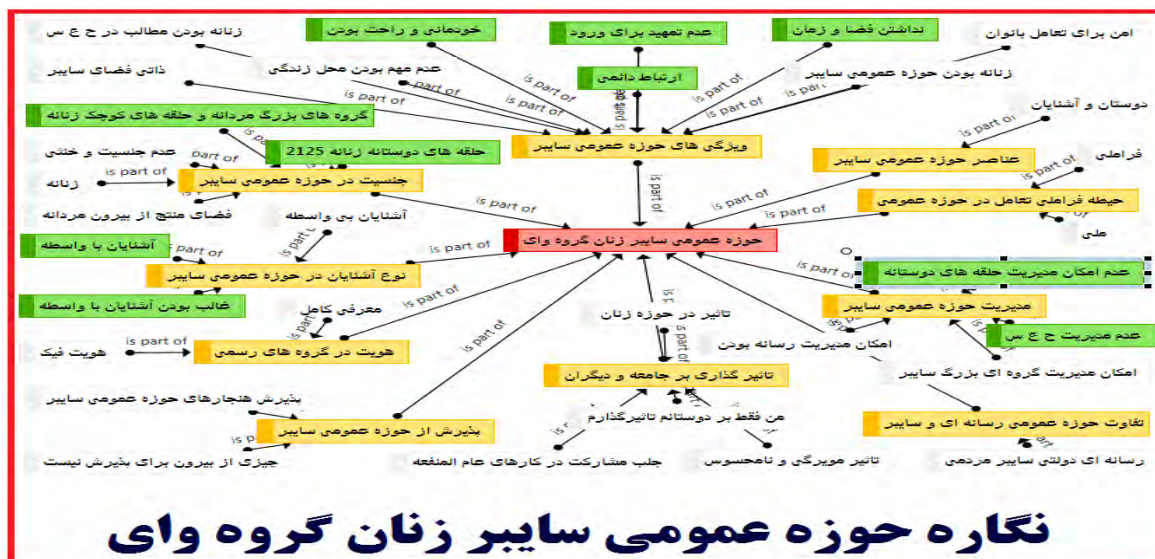
نگاره نحوه استفاده از فضای سایبر توسط زنان گروه وای حکایت از آن دارد که نخست نوع تعامل در فضای سایبر بیشتر دوستانه و از نوع تعامل احساسات است که این امر بیان کننده جایگاه غیر رسمی بودن تعاملات در فضای سایبر زنان گروه وای است. دوم گستره یا حیطه تعامل در فضای دوستانه مطرح شده در حد دوستان و آشنایان است در نتیجه تعامل حوزه عمومی سایبر زنان [بر خلاف حوزه عمومی متکی به رسانه های رسمی] درون گروهی و خودمانی است و نمی توان از نظریه های رسانه های کلاسیک برای تحلیل این حوزه استفاده کرد.

سومین ویژگی موارد استفاده از فضای سایبر اولویت تعامل با خانواده و دوستان، مطالب زندگی روزمره و قرار گرفتن در تعاملات دوستانه است که مجدد تایید کننده این است که تعاملات فضای سایبر برای امور شخصی است و تمامی موضوعات در این حلقه های ارتباطی شکل می گیرند.

نهایت «موضوع تعامل در فضای سایبر»؛ زندگی روزمره بیان شده است به این ترتیب فعالیت های اجتماعی و سیاسی در این حیطه کمتر به صورت انتزاعی، آنچنان که در رسانه های کلاسیک است وجود دارد و لذا می توان گفت فضای سایبر زنان در راستای تعامل دوستانه در حیطه زندگی روزانه شکل گرفته است.

حوزه عمومی سایبر زنان گروه وای

بستر زندگی روزمره، حوزه عمومی است در عصر ارتباطات اطلاعات حوزه عمومی گذشته مبدل به حوزه عمومی سایبری شده است و زمینه لازم برای شکل گیری زندگی روزمره شهروندان است. لذا در این بخش به بررسی حوزه عمومی سایبری زنان گروه وای پرداخته شده است که مقولات باز در ده مقوله محوری ویژگی های حوزه عمومی سایبر، عناصر حوزه عمومی سایبر، جنسیت در حوزه عمومی سایبر، حیطه حوزه عمومی سایبر، نوع آشنایان در حوزه عمومی سایبر، هویت در گروه های رسمی، پذیرش از حوزه عمومی سایبر، تاثیر گذاری بر حوزه عمومی سایبر، تفاوت حوزه عمومی سایبر و رسانه ای، مدیریت حوزه عمومی سایبر، احصاء شده است که در نگاره ذیل قابل مشاهده است.



نگاره شماره ۷: حوزه عمومی سایبر زنان گروه وای

نگاره حوزه عمومی سایبر زنان گروه وای دارای ویژگی هایی است که آن را متمایز از حوزه عمومی متکی به رسانه ها می کند. اولین مقوله محوری ویژگی حوزه عمومی سایبر دارای مقولات باز نداشتن فضا و زمان، عدم تمهید برای ورود، ذاتی فضای سایبر، خودمانی و راحت بودن، زنانه بودن مطالب در حوزه عمومی سایبر، عدم مهم بودن محل زندگی، امن بودن برای تعامل بانوان و ارتباط دائمی است که در این میان مقولات باز نداشتن فضا و زمان، عدم تمهید برای ورود، خودمانی بودن و ارتباط دائمی، امکان حضور در این حوزه را تسهیل و در عین حال لذت بخش می نماید.

عناصر حوزه عمومی سایبر دومین مقوله محوری است به این معنا که حوزه عمومی سایبری که بانوان پاسخگو در آن هستند شامل چه کسان یا افرادی می شود؟ زنان پاسخگو به این سوال فقط «دوستان و آشنایان» را نام برده اند. به عبارت دیگر تمامی پیش داوری ها در خصوص عناصر حوزه عمومی سایبر بانوان مردود شده است و نشان می دهد که بانوان مورد بررسی فقط در گروه های دوستان و آشنایان حضور دارند که این امر نشان دهنده این است که حوزه عمومی سایبر زنان در ایران از حلقه های دوستان و آشنایان تشکیل شده است و از وسعت اجتماعی در جامعه شناسی برخوردار نیست به تعبیر دیگر حلقه های دوستان و آشنایان گروه های محدودی هستند که دارای کارکردهای خاص خود هستند که در موارد دیگر توضیح بیشتر آورده می شود.

سومین مقوله محوری با توجه به تک عنصری بودن آشنایان در حوزه عمومی سایبر است نوع آشنایان سوال شده است که دو دسته آشنایان بی واسطه و آشنایان با واسطه به میان آمده است به عبارت دیگر پدیده جدید فضای سایبر، آشنایان با واسطه است که حلقه ارتباطی حوزه عمومی سایبر را هم گسترده تر می کند و هم اتصالات حلقه ها را نیز امکان پذیر می کند. به این معنا که آشنایان با واسطه چون فقط با تعدادی از اعضای یک حلقه در ارتباط هستند لذا با دیگر افراد در حلقه های دیگر نیز ارتباط دارند که این روند اتصال حلقه های ارتباطی را تسریع می نماید.

زندگی روزمره زنان گروه وای

زندگی روزمره در عصر ارتباطات و اطلاعات هزاره سوم یکی از پیچیده ترین موضوعاتی است که می تواند به ذهن خطور نماید و تفکیک آن از بخش های دیگر امکان پذیر نیست به طور مثال در قبل از جامعه اطلاعاتی رسانه ها در زندگی روزمره فقط میزان استفاده از آن بوده است و تفکیک بین رسانه و زندگی روزمره امکان پذیر بوده است و یا رسانه ها بدون هیچ استثنایی، محتوایش توسط دست اندرکارن آن مدیریت می شود. اما در هزاره سوم فضای سایبر نخست، رسانه

اولین مقوله محوری که به شناخت و احصاء زندگی روزمره زنان کمک می کند علاقه مندی های زنان در فضای سایبر است که در این تحقیق مورد سوال از پاسخگویان قرار گرفته است. شش مقوله باز احصاء شده اند که عبارتند از: موضوعات زندگی روز مره، موسیقی، استند آپ کمدی، سلبریتی ها، مطالب مربوط به حوزه زنان، تعامل با دوستان، موضوعات اجتماعی و سیاسی، سلبریتی ها و شخصیت ها. بیشترین تاکید در علاقه مندی های بانوان در فضای سایبر، موضوعات زندگی روزمره است به عبارت دیگر مطالبی همچون کارهای منزل، بچه داری [پرورش فرزندان]، پخت و پز، لباس، مراسم ها و مناسبت ها و غیره از موضوعاتی است که در دایره زندگی روزمره قرار گرفته اند. نتیجه آنکه این موضوعات و مقولات نشان از آن دارد مطالبی که در فرهنگ رسمی دیده نمی شود در فضای سایبر مورد توجه کاربران است و این جذابیت این حوزه را دو چندان و زندگی روزمره در فضای سایبر را از دیگر موضوعات در رسانه های رسمی منفک می کند.

پنج مقوله باز برای رویکرد به سیاست در این تحقیق احصاء شده است که عبارتند از: توجه موردی به سیاست، پیگیر موضوعات سیاسی، بخشی از تعاملات سایبری، پیگیر موضوعات فمینیستی و گریزان از سیاست. مشاهده می شود که بیشتر پاسخگویان توجه موردی به سیاست داشته اند به عبارت دیگر موضوعی که مورد علاقه و یا بحث و گفتگو باشد به این ترتیب می توان گفت که موضوعات سیاسی، مورد توجه زنان گروه وای در این نگاره نبوده است و انتخاب موضوع سیاسی، نیز، نوعی خود آگاهی، برای برخورد با موضوعات روز و عدم بازیچه و آلت دست سیاست بازان است.

بی توجهی به سیاست آیا بی توجهی به خبر را نیز در پی دارد که دو مقوله باز ۱- بی اهمیت بودن اخبار رسمی و ۲- اطلاع خبر از دوستان، احصاء شده است. میزان توجه به خبر در حوزه عمومی سایبر بیان کننده دو مقوله بی اهمیت بودن اخبار برای پاسخگویان است به عبارت دیگر امروزه خیلی از شهروندان متوجه غیر قابل استفاده بودن اخبار در زندگی هستند لذا به تجربه از آن پرهیز می کنند و دسته دوم نیز اخبار کاربردی را از دوستان و آشنایان خود می گیرند. لذا می توان نتیجه گرفت که اخبار به عنوان مهمترین ابزار هدایت یا مدیریت افکار عمومی هیچ نقشی در حوزه عمومی سایبر زنان گروه وای نداشته است و لذا می توان گفت که این حوزه عمومی یک حوزه عمومی مستقل و اصیل است. مقوله محوری بعدی به استقلال زنان در حوزه عمومی سایبر پرداخته است که از برخی پاسخگویان سوال شده که زنان محدود پاسخگو به این سوال اذعان به استقلال زنان از مردان در حوزه عمومی سایبر داشته اند که نگاره های دیگر یا همان مقولات محوری پیشین نیز که موبید زنانه بودن فضای حوزه عمل زنان در حوزه عمومی شان بوده است تایید کننده استقلال زنان در حوزه عمومی سایبر است.

مقوله محوری دیگر آزادی زنان در فضای سایبر است اصولاً در ایران برای زنان در محیط های رسمی محدودیت های زیادی وجود دارد در صورتی که در فضای سایبر این کمتر مشاهده می شود که این موضوع از زنان گروه وای پاسخگو، سوال شده است که تمامی پاسخ ها در مقوله باز آزادی های متعارف به غیر از حریم خصوصی جای گرفته است در این مقوله تمامی پاسخگویان کار خاصی را مد نظر نداشته اند که نیاز به آزادی مضاعف به نسبت شرایط بیرونی باشد. پاسخ مذکور معنای ضمنی در بر دارد و آن این است که فعالیت های اجتماعی به ذهن زنان پاسخگو رسوخ نکرده است که بخواهند چه در حوزه عمومی سنتی و چه در حوزه عمومی سایبر آن را مقایسه نمایند.

مدیریت حوزه عمومی سایبر یکی دیگر از مقولات محوری زندگی روزمره است که در جامعه ایران خیلی مطرح است که چهار مقوله باز عدم امکان مدیریت حلقه های دوستانه، عدم مدیریت حوزه عمومی سایبر، امکان مدیریت گروه های بزرگ سیاسی و فقط امکان مدیریت رسانه ها، احصاء شده است که پاسخگویان اذعان داشته اند که وقتی گروه های دوستانه که در اینجا به آن حلقه های ارتباطی نام داده شده بسته و غیر قابل نفوذ یا شناسایی است چگونه می تواند از بیرون [حلقه] مدیریت شود خود یک بلوف سیاسی است که برخی نیز گفته اند که شاید گروه های بزرگ امکان مدیریت داشته باشد و یک نفر نیز رسانه ها را مشمول مدیریت دانسته است. به این ترتیب امکان مدیریت حوزه عمومی سایبر به علت اینکه از حلقه های ارتباطی بی شمار تشکیل شده است امکان پذیر نیست و چه در حوزه زنان باشد و چه در حوزه های دیگر.

یکی دیگر از مقولات محوری در زندگی روزمره تغذیه و الگوی تغذیه است که در این خصوص از پاسخگویان سوال شده است که تا چه میزان از الگوهای تغذیه در حوزه عمومی سایبر استفاده می کنید. که دو مقوله باز پذیرش الگوی تغذیه حوزه عمومی سایبر و الگو پذیری در غذاهای فست فودی، احصاء شده است. پذیرش الگوی تغذیه از حوزه عمومی سایبر حکایت از آن دارد که بیشتر پاسخگویان تاثیرپذیری از الگوهای تغذیه در فضای سایبر را تایید کرده اند و البته بخشی نیز فقط غذاهای فست فودی را الگو قرار داده اند و البته همین جا خاطر نشان می شود که این الگو برخلاف فضای رسانه ای یکسان و یک شکل نیست بلکه به علت ماهیت حلقه های ارتباطی در حوزه عمومی سایبر، این الگو ها نیز کاملاً منطبق با فرهنگ و زندگی خود کاربران است.

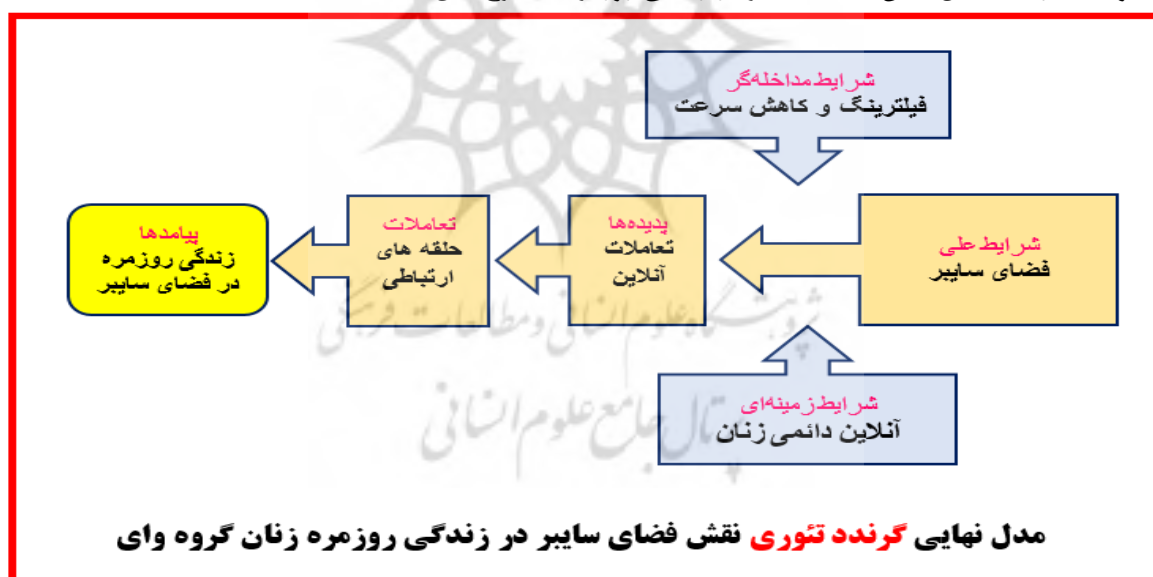
یکی دیگر از مقولات محوری در زندگی روزمره فرزندآوری است فرزند آوری و تربیت فرزندان یکی از مهمترین امور زندگی روزمره است و زمان زیادی از هر خانواده را به خود اختصاص می دهد. چهار مقوله باز عدم فرزند آوری، غریزه انسانی و لازم، بستگی به خانواده و اقتصاد خانواده و تک فرزندی، احصاء شده است. برخی به عدم فرزند آوری در جامعه ایران اشاره داشته اند که اینان به دو دسته تقسیم می شوند نخست مجردان و سپس کسانی که فشار اقتصادی

شدید در خصوص پرورش فرزندان خود دارند که چون جزو اصول اصلی تحقیق نبوده است در کوتیشن ها به آن اشاره نشده است. دومین مقوله باز غریزه انسانی و لازم بودن است به عبارت دیگر داشتن فرزند و فرزندآوری امری غریزی است و نمی توان با استدلال جلوی آن را گرفت و دسته سوم به شرایط خانواده ها برای فرزند آوری اشاره کرده اند که شرایط خانواده داشتن فرزند و تعداد آن را تعیین می نماید و یک نفر هم به تک فرزندی در بین پاسخگویان اشاره داشته است.

گیم یا بازی های رایانه ای یکی از پدیده های هزاره سوم است که روز به روز از تنوع و جذابیت بیشتری نیز برخوردار می شود که به دو شیوه آنالاین و آفلاین، زمانی از فعالیت های روزانه را به خود اختصاص می دهد برای این منظور از پاسخگویان زن گروه وای در خصوص این نوع بازی ها سوال شده است که چهار مقوله باز گیم به عنوان تفریح گذری، روزی یکی دو ساعت گیم، علاقه زیاد به گیم و بی علاقه به گیم، احصاء شده است. بیشتر افراد پاسخگو به عنوان تفریح گذری گیم می کنند که این امر یک موضوع را می توان پدیده هزاره سوم دانست که افراد وقت خود را صرف این نوع بازی سایبری کنند البته علاقه زیاد، بی علاقه و یکی دو ساعت در روز نیز دارای تک فراوانی بوده است که آن قدر در تحلیل زندگی روزمره تاثیر گذار نیست.

نتیجه گیری

در این مدل که در ایران مرسوم است شرایط علی، شرایط مداخله گر، شرایط زمینه ای، پدیده ها، تعاملات و در نهایت پیامدها آمده اند. تمامی بر اساس مقولات احصاء شده تشکیل شده اند که به تفصیل در مورد هریک در ادامه توضیح داده می شود که در ابتدا مدل نقش فضای سایبر در زندگی روزمره به شرح ذیل است:



نگاره شماره ۹: مدل نهایی واکاوی نقش فضای سایبر در زندگی روزمره زنان گروه وای

اولین محور مدل نهایی گزند تئوری نقش فضای سایبر در زندگی روزمره زنان گروه وای، شرایط علی است که در این تحقیق، فضای سایبر مهمترین علت در تحقیق محسوب می شود که خواسته شده است نقش فضای سایبر در زندگی روزمره زنان و با کمی تعمیم، شهروندان مورد بررسی قرار گیرد. لذا مهمترین عامل در این تحقیق فضای سایبر است.

دومین محور شرایط زمینه ای است که برای این امر مقولات مرتبط با آنالاین بودن زنان مورد بررسی قرار گرفته شده است به عبارت دیگر این آنالاین بودن شهروندان بستری برای فعالیت های دیگر روزانه است که هم خود

استفاده و تعامل در این فضا و هم تحت تاثیر بودن مابقی فعالیت ها از این امر است به این ترتیب شرایط زمینه ای در این تحقیق آنلاین دائمی بودن زنان مورد بررسی است.

سومین محور شرایط مداخله گر یا همان فیلترینگ و کاهش سرعت اینترنت به عنوان یکی از ابزارهای مدیریت فضای سایبر توسط حاکمیت است. در گذشته اینستا و واتساپ تنها شبکه اجتماعی و پیام رسان جهانی بدون فیلتر در ایران بودند که از مهر ۱۴۰۲ آن نیز فیلتر شد و با استفاده از فیلتر شکن و پروکسی شهروندان به شبکه های اجتماعی قدرتمند دسترسی دارند که این امکان ارتباط در اینترنت را با تلاش مضاعف رو به رو ساخته است و شاید بتوان گفت که علاوه بر تعامل، تلاش برای اتصال به اینترنت نیز به یک موضوع جدید در زندگی روزمره تبدیل شده است که به علت کمی زمان این تلاش به آن پرداخته نشده است.

پدیده ها در این مدل تعامل آنلاین است که در گذشته وجود نداشته است و امروزه به مهمترین بخش زندگی شهروندان تبدیل شده است به این ترتیب در این پدیده جدید کاربران بخش عمده ای از زمان خود را در فضای سایبر سپری می کنند و به تعامل با یکدیگر می پردازند که در گذشته تعامل بیشتر رو در رو و گاهی نیز تلفنی بوده است در صورتی که الان این موضوع به کلی تغییر یافته است و سبک جدیدی از زندگی را شکل داده است.

محور بعدی تعاملات است که در ابتدا تصور بر تعامل سیاستمداران (داخلی و خارجی) با کاربران و در مرحله دوم تاثیر کاربران بر فرایندهای جامعه بود که در این تحقیق بر خلاف این تصورات حلقه های ارتباطی که متشکل از دوستان و اشنایان در حوزه ای محدود است شکل گرفته است که کارکرد آن تعامل با یکدیگر در حوزه خصوصی تا حوزه عمومی است به عبارت دیگر با توجه به شرایط کشور ایران که فرهنگ تعاملات انسانی شدید وجود دارد ابزارهای ارتباطی این امر را از فضای فیزیکی به فضای سایبر سوق داده است و به این ترتیب حلقه های ارتباطی دوستانه ای شکل گرفته است که بیشتر در مورد موضوعات مورد علاقه خود تبادل اطلاعات می نمایند که البته گاهاً و موردی نیز برخی موضوعات اجتماعی و سیاسی نیز در اولویت کار جامعه قرار می گیرد که این حلقه های ارتباطی بدون هیچگونه مدیریت و نظارتی به ایفای نقش می پردازند که چون موردی و غیر مستدام است در این تحقیق مورد بررسی قرار نگرفته است. در نهایت زیست سایی و یا همان زندگی روزمره در فضای سایبر پیامد فضای سایبر بر زندگی روزمره شهروندان زن مورد بررسی است به این ترتیب که یا بخش عمده ای از فعالیت زنان گروه وای مورد بررسی در فضای سایبر است که جزو جدید زندگی روزمره در هزاره سوم است و دوم اینکه مابقی زندگی روزمره مانند اوقات فراغت، آموزش، تغذیه، فرزند پروری و غیره نیز از فضای سایبر تاثیر پذیرفته اند و نمی توان دیگر جامعه ای را بدون فضای سایبر با ابزارهای ارتباطی مناسب در نظر گرفت.

منابع

۱. سعیدی مقدم مهری (۱۳۹۰) بررسی تعامل کنشگری در حوزه عمومی سایبر و واقعی در بین دانشجویان دانشگاه بوعلی سینا همدان، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته: علوم اجتماعی - جامعه‌شناسی، استاد راهنما: اکرم محمدی استاد مشاور: اسداله نقدی، دانشگاه بوعلی سینا، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی
۲. شیفته منصوره (۱۳۹۴) بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی سایبر و دموکراسی دیجیتال (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران)، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته: علوم اجتماعی - پژوهش علوم اجتماعی (پژوهشگری علوم اجتماعی)، استاد راهنما: شراره مهدیزاده استاد مشاور: سوسن باستانی، دانشگاه الزهرا (س)، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی
۳. موثق سیچانی مریم (۱۳۹۲) حوزه‌ی عمومی در فضای سایبر و مقایسه‌ی آن با فضای غیرسایبر، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته: حقوق - حقوق مالکیت فکری، استاد راهنما: سیدحسن شبیری زنجانی استاد مشاور: مصطفی بختیاروند، دانشگاه قم، دانشکده حقوق
۴. یعقوبی الهام (۱۳۹۶) چگونگی شکل‌گیری حوزه عمومی در فضای سایبر مورد مطالعه: تحلیل محتوای صفحات اینستاگرام، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته: علوم اجتماعی - جامعه‌شناسی، استاد راهنما: علی ساعی استاد مشاور: محمد رضایی، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی
5. Ayish Mohammad (2018) A Youth-Driven Virtual Civic Public Sphere for the Arab World, Pages 66-74 | Published online: 29 Jan 2018, <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1418794>
6. Boulay, M., Storey, J. D., & Sood, S. (2002). Indirect exposure to a family planning mass media campaign in Nepal. *Journal of Health Communication*, 7(5), 379-399. doi: 10.1080/10810730290001774 [Taylor & Francis Online], [Web of Science ®], [Google Scholar]
7. Bruns, Axel, and Jean E. Burgess. 2011. "The Use of Twitter Hashtags in the Formation of Ad Hoc Publics." In *Proceedings of the 6th European Consortium for Political Research (ECPR) General Conference 2011*, University of Iceland, Reykjavik. http://www.ecprnet.eu/conferences/general_conference/reykjavik/ [Google Scholar]
8. Curtis, S. P., & Edwards, A. (1995). HIV in UK prisons: A review of seroprevalence, transmission and patterns of risk. *International Journal of Sexually Transmitted Disease and AIDS*, 6(6), 387-391. doi:10.1177/095646249500600602 [Crossref], [PubMed], [Web of Science ®], [Google Scholar]
9. Dahlberg Lincoln (2018) The Internet and Democratic Discourse: Exploring The Prospects of Online Deliberative Forums Extending the Public Sphere, Pages 615-633 | Published online: 07 Dec 2018, <https://doi.org/10.1080/13691180110097030>
10. Deuze Mark (2011) Media life. *Media (2011) Culture & Society*, 33 (1) (2011), pp. 137-148, doi:10.1177/0163443710386518
11. Dommett Katharine & Verovšek Peter J. (2021) Promoting Democracy in the Digital Public Sphere: Applying Theoretical Ideals to Online Political Communication, Pages 358-374 | Published online: 16 Sep 2021, <https://doi.org/10.1080/13183222.2021.1955206>
12. Hjarvard S. (2013), *The mediatization of culture and society*, Routledge, New York, Google Scholar, <https://doi.org/10.1177/0267323104040696>
13. Kim, D. A., Hwong, A. R., Stafford, D., Hughes, A., O'Malley, J., Fowler, J. H., & Christakis, N. A. (2015). Social network targeting to maximise population behaviour change: A cluster randomised controlled trial. *The Lancet*. doi:10.1016/S0140-6736(15)60 [Crossref], [Google Scholar]

14. Regina Duthely (2017) Black Feminist Hip-Hop Rhetorics and the Digital Public Sphere, Pages 202-212 | Published online: 28 Jul 2017, <https://doi.org/10.1080/1358684X.2017.1310458>
15. Schulz W. (2004) Reconstructing mediatization as an analytical concept, *European Journal of Communication*, 19 (1) (2004), pp. 87-101, <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-0000441791&origin=inward&txGid=80d476748cc4f1f962ba568872e01213>
16. Smith, K. P., & Christakis, N. A. (2008). Social networks and health. *Annual Review of Sociology*, 34, 405–429. doi:10.1146/annurev.soc.34.040507.134601 [Crossref], [Web of Science ®], [Google Scholar]
17. Trenz Hans-Jörg (2019) Digital Media and The Return of The Representative Public Sphere, Pages 33-46 | Published online: 10 Nov 2019, <https://doi.org/10.1080/13183222.2009.11008996>
18. Valente, T. (2003). Social network influences on adolescent substance use: An introduction. *Connections*, 25(2), 11–16. Retrieved from http://www.insna.net/PDF/Connections/v25/2003_I-2-3.pdf

