

پدیدارشناسی احساسات کاربران در فضای مجازی

(مطالعه موردی: جوانان شهر قم)

دکتر سیدعلی محمد رضوی*، دکتر مسعود کیانپور✉، دکتر احسان آقابابایی**

چکیده

فضای مجازی با کارکردها و قابلیت‌های خود، شیوه تعاملات انسانی و چگونگی ابراز احساسات را دگرگون کرده است. به منظور شناخت چگونگی و فرایند این تحول در تجربه زیسته کاربران، از روش پدیدارشناسی استفاده شده است. گردآوری اطلاعات از طریق شیوه نمونه‌گیری هدفمند و مصاحبه عمیق با ۲۵ نفر از کسانی که حداقل چهار ساعت از شبانه‌روز را در فضای مجازی سپری می‌کنند، صورت پذیرفت. مضامین استخراج شده شامل سه مضمون محوری «حس حضور»، «عرضه‌شدگی» و «پیوستاری شدن» بوده است. مضامین فرعی حس حضور، دربرگیرنده معنابخشی به زندگی، غیاب دیگری، ره‌اشدگی از جهان واقع و غرق‌شدگی احساس است و عرضه‌شدگی، مضامین نمادین شدن، فوریت تقلیل‌یافته و تقلیل‌گرایی احساسی را شامل می‌شود. تنها مضمون فرعی پیوستاری شدن نیز مفهوم امتداد احساسی است. نتایج نشان می‌دهد که چارچوب احساسی حضور افراد منتخب در فضای مجازی، بر مبنای حضور آنها در جهان واقعی و احساساتشان پی‌ریزی شده است. بافت اجتماعی و بستر حضور کاربران منتخب شهر قم با خصیصه‌ای تقریباً همدست و مشابه باعث شد که کاربران، حاکم بودن چنین وضعیتی را به‌مثابه نوعی محدودیت و کنترل‌بودگی معنا کنند و این امر را انگیزه‌ای برای عرضه احساساتشان بدانند. در نهایت نیز با غوطه‌وری و پیوست احساسات خود در محیط سایبر به فضای واقعی، همچنان نوعی واقع‌بودگی در جهان مجازی را احساس می‌کنند.

کلید واژه‌ها: احساسات مجازی، حس حضور، پدیدارشناسی، برساخت‌گرایی، پیوستاری شدن، فضای مجازی

* دکترای جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان

✉ نویسنده مسئول: دکترای جامعه‌شناسی، استادیار دانشگاه اصفهان

Email: masoudkianpour@gmail.com

** دکترای جامعه‌شناسی، استادیار دانشگاه اصفهان

پذیرش نهایی: ۹۶/۸/۲۱

تجدید نظر: ۹۶/۷/۹

تاریخ دریافت: ۹۶/۴/۲۶

DOI: 10.22082/CR.2017.67715.1395

مقدمه

فضای مجازی و کنش‌های ارتباطی در آن، سبب شکل‌گیری نوع جدیدی از تعاملات ذهنی و فناوری و نیز دگرگونی در نگرش‌ها، احساسات و تعلقات کاربران شده است. حقیقت آن است که تسلط دو فضایی بودن در تمام شئون زندگی، ارتباطات انسانی را با گستره تازه‌ای روبه‌رو کرده است. این فعالیت‌ها و کنش‌های احساسی و رفتاری کاربران جوان در دنیای مجازی، به مثابه نوعی زندگی دوم به آنها اجازه می‌دهد که در بازنمایی دیجیتالی خود از فضای جهان واقعی اجتماعی، متفاوت عمل کنند. حقیقت آن است که دیگر مرزبندی دقیقی بین فضای واقعی و مجازی وجود ندارد و نحوه ارتباط و پیوندی که بین آنها پدید آمده، به خلق فضایی یکپارچه منجر شده است؛ به این معنا که کاربر، همزمان در هر دو فضا حضور دارد و این دو «هستی» با یکدیگر مرتبط هستند (عاملی، ۱۳۸۸، ص ۵)؛ به عبارت دیگر، پیوند ظریفی میان فضای مجازی و حقیقی به وجود آمده است که خود، فضای دیگری را تشکیل می‌دهد. بنابراین از بسیاری جهات نمی‌توان تقابل میان این دو فضا را متصور شد. بخشی از این یکپارچگی نیز در زمینه احساسات روی داده است. به بیان نورمن دنزین^۱ (۱۹۸۴) احساسات و عواطف بخشی از «خود» یا «خویشتن» هستند و صرفاً واکنش‌های شناختی به عوامل ساختاری، فرهنگی یا زیستی محسوب نمی‌شوند. «آنها فرایندهای تعاملی هستند که فعالیت‌های اجتماعی را در برمی‌گیرند و کنش‌های متقابل خود را با دیگران به نحو مؤثری مد نظر دارند». اهمیت احساسات و شناخت آن در جامعه‌شناسی از آن رو است که به عنوان یکی از نیروهای سطح خرد در مفهوم‌سازی واقعیت اجتماعی نقش ایفا می‌کنند. در واقع، افراد بدون عواطف و احساسات، نمی‌توانند فکر کنند، به‌طور مؤثر ایفای نقش کنند، نقش‌ها را بفهمند و یا پیوندهای اجتماعی برقرار کنند. برانگیختگی‌های عاطفی چه مثبت و چه منفی، بر همه تعامل‌های رودررو تأثیر می‌گذارد (جلایی‌پور و محمدی، ۱۳۹۳، ص ۱۱۳). این برانگیختگی احساسی و

1. Norman Denzin

احساسات مجازی، زمانی که در فضای مجازی رخ می‌دهد، می‌تواند تأثیرات و دگرگونی‌های اجتماعی دیگری را شکل دهد. در واقع احساسات مجازی در نقطه مقابل احساسات در فضای واقعی قرار ندارد، بلکه این مفهوم صرفاً به شکل‌گیری فرایند و بستر ابراز و بروز احساساتی در فضای مجازی اشاره دارد که کاربر با حضور خود در این حوزه به تعاملات سایبری و نقش‌آفرینی و کنشگری می‌پردازد. در فضای سایبر، افراد با ساخت آواتاری از بدن حقیقی خود نوعی هویت مجازی برای خویش می‌سازند و در پرتو آن احساسات را به‌عنوان جوهر زندگی دوم^۱ با این هویت‌های برخاسته به‌کار می‌گیرند. با شکل دادن به هویتی دیگر، «خود دوم»^۲ ظهور می‌یابد و چنان با این خود ارتباط برقرار می‌کنند که آن را جزئی از هویت واقعی‌شان می‌پندارد. فرا روی احساسات با محوریت ارتباطات مجازی باعث شکل‌گیری هویتی سیال، ناپایدار، جعلی و آشفته در افراد می‌شود. محوریت یافتن چنین ارتباطاتی بر مبنای احساسات، باعث از متن خارج شدن مکان‌ها و تجارب روزمره افراد، رواج شکل‌های ارتباطی غیر وابسته به زمان و مکان، ایفای همزمان چند نقش و به خطر افتادن سلامت روانی افراد می‌شود (سعدی‌پور و همکاران، ۱۳۹۵). چگونگی برساخت این احساسات از یکسو، برای قشر جوان که به اقتضای رده سنی دارای هیجانانگیز و احساسات بیشتری در فضای عینی و عقلانی هستند و از سوی دیگر، در جوامع در حال گذار همچون کشور ما که فرهنگ کاربری فضای مجازی در آن، به دلایل متعدد، با تأخیر نهادینه و حاکم می‌شود، اهمیت می‌یابد. بنابراین، مسئله ابراز و برساخت احساسات در فضای مجازی به زمینه‌های فردی و اجتماعی کاربران وابسته است. این زمینه‌ها می‌تواند در بطن خود، ناشی از آسیب‌ها و مسائل پنهانی باشد که موجب می‌شود افراد به هر دلیلی، امکان ابراز چنین احساساتی را در فضای واقعی نداشته باشند؛ ضمن اینکه به دلیل خاصیت گمنامی و گستردگی، در درازمدت می‌تواند هویت واقعی افراد را تحت تأثیر قرار دهد و آنها را با نوعی دوگانگی هویتی و دنبال کردن تأثیرات فضای مجازی در زندگی واقعی مواجه

1. second life

2. second self

سازد. کاربران ساکن شهر قم، ضمن در دسترس بودن برای پژوهشگر، از آنجا اهمیت می‌یابند که سال‌های اخیر، همواره از لحاظ میزان کاربری و نفوذ اینترنت جزء پنج استان برتر در کشور بوده‌اند. همچنین انجام این پژوهش، با توجه به بافت سنتی این شهر و گستردگی مناسبات مذهبی و شور احساسات واقعی موجود در این مجالس و نیز شدت کنترل هنجارها و نظارت‌های اجتماعی برای ابراز احساسات افراد می‌تواند در جامعه منتخب، جالب توجه باشد. بر همین اساس، پژوهش حاضر، درصدد مطالعه چگونگی معنابخشی کاربران به احساسات خود در فضای مجازی و نیز کیفیت تجربه احساسات مجازی از سوی کنشگران مجازی شهر قم است که این احساسات را در روابط و کنش متقابل نمادین خود در فضای سایبر بر ساخت می‌کنند.

پژوهش حاضر در پی دستیابی به چرایی بر ساخت احساسات کاربران در فضای مجازی و تحلیل تجربه احساسات آنان در این محیط است. همچنین چگونگی بر ساخت تجربه و ادراک احساسات کاربران از طریق شیوه‌های جسمانی، از دیگر اهداف مورد نظر بوده است. به این ترتیب، مهم‌ترین سؤال‌های پژوهش عبارت‌اند از:

۱. کاربران با بر ساخت و ابراز احساسات خود در فضای مجازی چه اهدافی را دنبال می‌کنند؟

۲. تجربه احساسات مجازی کاربران در فضای سایبر چگونه شکل می‌گیرد؟

پیشینه پژوهش

کرامر^۱ و همکاران (۲۰۱۴) پژوهشی، به چگونگی احساسات مجازی کاربران فیس‌بوک پرداخته‌اند. طی آزمایش بحث‌برانگیز آنان که به کمک برنامه‌نویسان فیس‌بوک انجام گرفت، اطلاعات ۶۹۰۰۰۰ کاربر در یک هفته دستکاری شد. یک گروه از کاربران اخبار مثبت دریافت کردند در حالی که به گروه دیگر، اخباری با دلالت کاملاً منفی ارائه شد. نتایج نشان داد؛ کسانی که جریان‌ات منفی کمتری را در اطلاعات خود مشاهده می‌کنند،

احتمال کمتری دارد پست‌های منفی بگذارند و برعکس. وقتی عبارات مثبت کاهش می‌یابد، مردم کمتر به پست‌های مثبت و بیشتر به پست‌های منفی رو می‌آورند اما اگر عبارات منفی کاهش پیدا کند، عکس این عمل اتفاق می‌افتد. مطالعات هاردی^۱ (۲۰۰۸) نشان می‌دهد که بسیاری از افراد، محیط‌های آنلاین را به‌صورت فضاهای اجتماعی «واقعی» با مشارکت‌کنندگان یا ساکنان «واقعی» قلمداد می‌کنند. تأکید بر واقعیت درک شده از این فضاهای فرا اجتماعی به این دلیل ضرورت دارد که کاربران، دیگران را به‌صورت آنلاین درک می‌کنند و نوعی رابطه خاص بین آنها شکل می‌گیرد. همچنین کولمن^۲ (۲۰۱۰) در پژوهشی که در خصوص ارتباطات آنلاین انجام داد مشاهده کرد؛ تعاملات آنلاین منجر به خلق روابط آنلاین (ارتباطاتی که در بیرون از فضای مجازی و روابط تعاملی سایبری، در جهان واقعی شکل می‌گیرد) می‌شوند و همین ارتباطات آنلاین به‌صورت اولیه، وابستگی‌های احساسی آنلاینی را که پیش‌تر ایجاد شده‌اند، تقویت می‌کنند. وی در این پژوهش با استفاده از نظریه تعامل مناسکی کالینز^۳ توضیح می‌دهد که ملاقات آنلاین بین هرکس منجر به شکل‌گیری تعاملات احساسی فرا اجتماعی پایدار بین اعضای چنین گروهی می‌شود و این تعاملات می‌تواند به‌صورت دینامیک، مناسک تعاملی را ایجاد کند. در همین زمینه، پژوهش دهقان و نیکبخش (۱۳۸۵) درباره شکل‌گیری روابط صمیمانه در اتاق‌های چت نشان می‌دهد که نبود حضور فیزیکی افراد در چت نوشتاری، مانع از تبادل پیام‌های احساسی و اجتماعی نمی‌شود؛ حتی با افزایش تجربه، کاربران با سابقه می‌توانند یاد بگیرند که چگونه پیام‌های احساسی طرف مقابل را رمزگشایی و پیام‌های عاطفی خود را منتقل کنند. میکالیزی^۴ (۲۰۱۴) در پژوهش خود دریافت که عامل گمنامی، امکان وقوع احساس نفرت از دیگران را در ارتباطات مجازی افزایش می‌دهد. در طول زمان کاربران با شناخت بیشتر از یکدیگر و شکل‌گیری ارتباطات حضوری، به احساس اعتماد و وابستگی بیشتری دست پیدا می‌کنند. در تحقیقی که کراسنوا^۵ و همکاران (۲۰۱۳) از

1. Hardey

2. Coleman

3. Kollins

4. Micallizzi

5. Krasnova

نتایج پژوهشی که با هدف شناخت حالت احساسی مطالعه پست‌های فیس‌بوک، هنگام به‌روزرسانی در میان کاربران صورت گرفت، دریافتند که کاربران هرگاه با داده‌های اطلاعاتی موفقیت‌آمیز دوستان خود در فیس‌بوک مواجه می‌شوند، حالتی از احساس غبطه و حسادت را تجربه می‌کنند. فورست^۱ (۲۰۱۴) نیز دریافت که احساس امیدبخشی و روشن‌بینانه دانستن آینده از مهم‌ترین مشخصه‌های تعاملات مجازی کاربران در سایت‌های دوست‌یابی است. به‌عبارت دیگر، افراد در این وب‌سایت‌ها بیش از هر چیز، ایجاد و شکل‌گیری آینده‌ای مطلوب و آرمانی را برای دعوت از افراد به‌عنوان دوست در گفتگوهای سایبری خود ابراز می‌دارند. در تحقیقی که پانتی^۲ و تیکا^۳ (۲۰۱۴) در خصوص تأثیر کلیپ‌های مبتنی بر همدردی با دیگران در هنگام مصیبت که در یوتیوب منتشر شده، به این نتیجه رسیدند که احساسات شکل‌یافته ناشی از این عمل، بیشتر از ارتباطات مستقیم می‌تواند به همدلی منجر شود. ازجمله دلایل آن، غیرحضور بودن ابراز احساسات، ثبت احساسات و قابلیت مرور آنهاست که از طریق نمادهای احساسی بارها می‌توان این تسلی خاطر را کسب کرد.

ادبیات پژوهش

در جامعه‌شناسی احساسات، سه رویکرد عمده درباره احساسات و چگونگی شکل‌گیری آنها وجود دارد. رویکرد اول، دیدگاه‌های اثبات‌گرایان است که احساسات را واکنش‌های نامتغیر، خودکار و الگویافته به گروه‌های خاصی از محرک‌های اجتماعی می‌بینند. دوم، برساخت‌گرایان که احساسات ابتدایی زیستی یا بیولوژیکی را نادیده می‌گیرند و استدلال می‌کنند که احساسات، محصول محیط اجتماعی هستند. به‌عبارت دیگر، احساسات مادی نیستند ولی برساخته و یا شاید، در طول تعاملات، از طریق افراد مذاکره می‌شوند (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). علاوه بر دو رویکرد اثبات‌گرایی و ساخت‌مندی اجتماعی رویکردی ترکیبی وجود دارد که بر پایه نظریه ترنر^۴ با عنوان

1. Furst

2. Pantti

3. Tikka

4. Turner

«نظریه عمومی جامعه‌شناختی احساسات» و از چند سنت نظری برگرفته شده است؛ از آن جمله می‌توان به جریان اصلی کنش متقابل نمادین، انواع نظریات روانکاوانه کنش متقابل نمادین، نظریه کنش متقابل آیینی (کالینز)، تحلیل نمایشی (گافمن^۱ و هوقشیلد^۲)، نظریه‌های قدرت و منزلت (کمپر^۳ و کالینز) و نظریه‌های قدرت حالت‌های انتظار اشاره کرد. در حالی که هر یک از رهیافت‌های نظری یاد شده، یک یا چند پویش مهم جامعه‌شناختی را در تبیین احساسات مورد خطاب قرار می‌دهند، هیچ‌کدام قادر نیستند به تنهایی، دامنه کاملی از عواملی را که هنگام مشارکت افراد در کنش متقابل، باعث برانگیخته شدن احساسات می‌شوند، ترسیم کنند (ربانی و کیانپور، ۱۳۸۸). در مجموع، اگر یک طیف نظری برای رویکردهای مختلف در جامعه‌شناسی احساسات تصور کنیم، نسخه‌های افراطی ساخت‌مندی اجتماعی و اثبات‌گرایی، دو سر آن را تشکیل می‌دهند و چندین نظریه مختلف هم حد وسط را پیدا می‌کنند. نظریه‌هایی که بر بعد اجتماعی احساس و ماهیت ذهنی آن تأکید دارند (برای مثال، نظریه تعاملی، کنش متقابل نمادین، روش‌شناسی مردمی، پدیدارشناسی و نظریه نمایشی) به ساخت‌مندی اجتماعی نزدیک‌تر هستند؛ به همین ترتیب، نظریه‌هایی که بر ابعاد زیستی، جهان‌شمول و ماهیت عینی احساس تأکید می‌کنند (نظریه ساختاری، تضاد و مبادله) گرایش به اثبات‌گرایی دارند (کیانپور، ۱۳۹۱). نظریه‌های مرتبط با حوزه این پژوهش از گروه نخست هستند؛ یعنی نظریاتی که در آنها تأکید بر تعاملات و کنش‌های متقابل میان افراد است و در اینجا نیز تعاملات مجازی و مبتنی بر تجربه زیسته کاربران، همین مشخصه را در ارتباط با دیدگاه‌های برساخت‌گرایان دارد.

روش‌شناسی پژوهش

در پژوهش حاضر، از روش کیفی پدیدارشناسی و برای انتخاب نمونه‌ها، از نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. پژوهشگر، انتخاب نمونه‌ها را تا اشباع نظری داده‌ها ادامه

داده است. ابزار گردآوری اطلاعات، مصاحبه و نحوه اجرای پژوهش، بر اساس روش شش مرحله‌ای ون‌مانن بوده است. دو گام اول در پدیدارشناسی به روش ون‌مانن^۱ (۲۰۰۳)، دربردارنده طراحی پرسش پژوهش، انتخاب شرکت‌کنندگان و جمع‌آوری داده‌ها بود، در گام اول، یعنی «روی آوردن به ماهیت تجربه زنده» پژوهشگر تلاش کرد تا تجربه‌های انسانی را در بافت فضای سایبر، به‌عنوان بافتی که تجربه در آن به دست آمده است، بررسی کند. گام دوم، یعنی «جست‌وجوی تجربه مدنظر به همان شکلی که زندگی شده»، مستلزم دستیابی به مستندات شامل تجربه پژوهشگر درباره پدیده مورد مطالعه بوده است. در این گام، گسترش انتخاب نمونه‌ها، به‌صورت هدفمند مشخص گردید و جمع‌آوری داده‌ها از مستندات جانبی تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. گام‌های سوم تا ششم درباره تحلیل داده‌ها بود. در گام سوم، متن هر مصاحبه بارها خوانده شد و خط‌به‌خط، مضمون‌های موجود در آن، به‌صورت جملات یا عبارات مضمونی نوشته شد. در نهایت نیز با شناخت نقش هر کدام از مفاهیم به دست آمده درباره مفهوم احساسات مجازی، به تفسیر آنها پرداخته شد. در گام چهارم، یعنی هنر نوشتن و بازنویسی، پژوهشگر با استفاده از مفاهیم تفسیر شده، یادداشت‌های ثبت شده در حین تحلیل متن داده‌ها و توصیف‌هایی که از مرحله خوانش کل‌نگر در ذهن داشت، شاخص‌ها و معرف‌های احساسات مجازی کاربران را در قالب مقولاتی تدوین کرد و در گام پنجم که حفظ ارتباط قوی و جهت‌دار با پدیده است، ضمن پایبندی به پرسش اساسی پژوهش و حفظ بی‌طرفی، دوری از تفاسیر سطحی و حفظ اشتغال ذهنی به پدیده مدنظر را در تمام مراحل تحلیل داده‌ها مدنظر قرار دارد. آخرین گام در تحلیل داده‌ها، همخوانی بافت پژوهش با در نظر گرفتن اجزا و کل بود. میدان پژوهش، تمامی کاربران پرمصرف و فعال در فضای مجازی را که حداقل ۴ ساعت از شبانه‌روز، وقت خود را در فضای مجازی می‌گذرانند، همچنین افراد ۱۸ تا ۳۲ ساله را به‌عنوان قشر جوان و مطلع در برگرفت و به این ترتیب، تعداد شرکت‌کنندگان در پژوهش به ۲۵ نفر رسید.

یافته‌های پژوهش

از ۲۵ نفر مصاحبه‌شونده، یعنی کاربر فضای مجازی، ۱۱ نفر زن و ۱۴ نفر مرد بوده‌اند. متوسط سنی افراد نیز ۲۵ سال تعیین شده است. از این میان ۱۰ نفر دانشجو، ۴ نفر کارمند و ۳ نفر دانش‌آموز بوده‌اند. بقیه افراد نمونه نیز مشاغل دیگری داشته‌اند. ۱۴ نفر از آنان صرفاً کاربر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی بوده‌اند و ۴ نفر، کاربر بازی‌های رایانه‌ای. تعداد ۷ نفر نیز به صورت مشترک هم تجربه بازی‌های رایانه‌ای و هم تجربه کاربری اینترنت و شبکه‌های اجتماعی را داشته‌اند. ۱۹ نفر از آنها میزان حضور خود را در فضای مجازی، ۴ تا ۶ ساعت عنوان کرده‌اند و بقیه بیش از این مقدار، در شبانه‌روز در فضای مجازی حضور داشته‌اند. وجه غالب در نوع استفاده آنها، شامل تفریح و سرگرمی، تماس با دوستان و همکلاسی‌ها، کسب اخبار و اطلاعات، استفاده علمی، آموزشی و کسب شغل بوده است. در پژوهش حاضر، پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، سه مضمون اصلی و چندین مضمون فرعی به دست آمده که به تفکیک، توصیف و تحلیل شده‌اند. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که تجربه احساسات مجازی از طریق تعامل کاربر با یک کاربر انسانی دیگر، از طریق ارتباطات تعاملی شکل می‌گیرد. این کنش احساسی از طریق درگیری با این متون ممکن است در دو دوره زمانی برساخته شود. حس حضور مجازی، عرضه‌شدگی احساس و پیوستاری احساس مضامین اصلی حاصل از تحلیل داده‌هاست که هر کدام ۳ تا ۷ کد فرعی دارند و ذات پدیده احساس مجازی مربوط به آن مقوله را مشخص می‌کنند. در جدول ۱ جزئیات آنها قابل مشاهده است اما به دلیل کمبود فضا، کدهای توصیفی در جدول نیامده است.

جدول ۱. مضامین اصلی تحلیل یافته‌ها

مضمون اصلی	زمان تجربه	مضمون سطح سوم	مضمون سطح دوم
حس حضور مجازی	در حین تعامل مجازی	معنابخشی به زندگی	حالت تفریحی
			جذب دیگری
			حالت انحرافی
			بی‌مركزیت
			حالت تجربی
		غیاب دیگری تعامل‌گر	ارتباط با خودِ خود
			تنظیم بر مبنای قواعد احساسی
			درون‌گرایی احساس
			تجسم غیاب
		رهاشده‌گی از جهان واقع	رسیدن به خودآرمانی
			رهایی از مرز واقعی
			آزادی از کنترل
			حس پرواز
		غرق‌شدگی احساسی	تصور عالم واقع
			تصور کنشگر واقعی
			درگیری در بازی
انضمام مجازی			
احساس انرژی			
عرضه‌شدگی احساس	نمادین شدن احساس	معنامند بودن نماد	
		ساده‌سازی معنا	
		تقویت معنا	
		تکمیل معنا	
	فوریت تقلیل‌یافته	ابراز تأخیری احساسات	
		دریافت تأخیری احساسات	
		واکنش تأخیری به احساسات	
	تقلیل‌گرایی احساسی	سرد بودن روح حاکم	
		نبود امکان ابراز احساسات واقعی	
		سطحی‌شدن احساس	
پیوستاری‌شدن احساس	پس از تعامل مجازی	امتداد احساسی	امتداد فیزیکی
			امتداد روحی و روانی

کاربران چرایی حضور در فضای مجازی را معنا بخشیدن به زندگی خود دانسته‌اند. یکی از این حالت‌ها «حالت تفریحی» است که می‌توان آن را مانند نوعی سرگرمی تلقی کرد. در این حالت، عمده تمرکز کاربر بر روی زندگی واقعی خود است که تلاش دارد از طریق کنش‌های سایبری آن را جستجو کند؛ بنابراین، مرکزیت از آن زندگی واقعی است و عالم مجازی ابزاری برای ابراز احساسات خود و کسب مقوم‌هایی برای آن است. معنای دوم مورد نظر کاربران را می‌توان با عنوان «جذب دیگری» تعبیر کرد. در این حالت، کاربران به دنبال «دیگری مطلوب» که شایستگی لازم را برای واسپاری احساسات داشته باشد، بوده‌اند. معنای موجود در حالت سوم در نظر کاربران، به‌عنوان «حالت انحرافی» بیان می‌شود که پیگیری لذت صرف، بدون هیچ‌گونه تلاش برای ایجاد تمرکز یا مرکزیت است. حالت انحرافی، نشان‌دهنده کسانی است که از اهداف و ارزش‌های زندگی روزمره خود بیگانه‌اند. این حالت با مفاهیم عامیانه‌ای همچون «سُر کار گذاشتن» و «سربه‌سر گذاشتن» پیوند می‌خورد. کاربران با کنش‌های بی‌هدف خود صرفاً در جستجوی نوعی لذت، نه برای امیال حقیقی درونی خود بلکه برای درگیر کردن احساسات خود با کاربران دیگر و دستیابی به معنایی انحرافی برای زندگی واقعی خود هستند. حالت بعدی «بی‌مرکزیت» یا بی‌تمرکزها هستند؛ کاربرانی که برای رهایی از احساسات نامطلوب زندگی واقعی خود، لذت‌های بی‌معنی را دنبال می‌کنند. ویژگی اصلی این حالت، معنا بخشیدن از طریق کنش‌های احساسی بی‌معناست. این حالات شامل جستجوی معنا در مراکز احساسات دیگران در طول فعالیت می‌شود. حالت پنجم، نوعی «حالت تجربی» را عنوان می‌کند که در جایی دیگر کمتر امکان تجربه آن وجود دارد و تجربه‌ای جدید از احساسات را در فضای سایبر، برای ابراز کنش‌ها و تحرکات احساسی شامل می‌شود. این دسته از کاربران با دریافت کنش‌ها و پاسخ‌های احساسی کاربران دیگر، بدون هیچ‌گونه تلاش عینی و واقعی یا حتی داشتن ارتباط حضوری، از شکل‌گیری احساسات خود و دیگران لذت می‌برند. این حالات و انگیزه‌ها در جدول ۲ نشان داده شدند.

جدول ۲. اهداف و انگیزه‌های حضور مجازی کاربران در فضای مجازی و اشکال

معنابخشی به زندگی

معنابخشی به زندگی (حالات بهره‌گیری احساسی)					انگیزه و اهداف حضور احساسی کاربران
حالت تجربی	بی‌مرکزیت یا بی‌تمرکزها	حالت انحرافی	جذب دیگری	حالت تفریحی	اشکال معنابخشی
تعاملات احساسی خود را یک تجربه تلقی می‌کنند.	برخلاف حالت‌های تفریحی و انحرافی، این حالات شامل جستجوی معنا در مراکز احساسات دیگران در طول فعالیت است.	بیگانگی بازرزش‌های زندگی روزمره/ «سَرکار» گذاشتن»/ «سربه‌سَر» گذاشتن»/ کنش‌های بی‌هدف / برای درگیر کردن احساسات خود با کاربران دیگر و دستیابی به معنایی انحرافی	برون‌روی با هدف خود مرجعی نظرگاه‌های مبتنی بر توجه به خود	نیاز به استراحت کردن، رهایی و فشارهای زندگی روزمره و نشاط درونی و روحی	مصادیق

حس حضور مجازی: حس حضور مجازی، سرآغاز پیوند میان فرد و فضای مجازی است. این مضمون به‌عنوان سرآمد حضور از طریق کنش‌های ذهنی و روحی، خود را با داده‌های موجود فضای مجازی مرتبط می‌سازد. حس حضور مجازی تا زمان اتمام کنش‌های احساسی در کاربر عینیت دارد و بعد از فراغت از تماس و پیوند او با فضای مجازی نیز به‌گونه‌ای دیگر در کنشگر تداوم می‌یابد. بر همین اساس، این حس حضور، برای «معنابخشی به زندگی» و با «غیاب دیگری تعامل‌گر» آغاز می‌شود و با رهایی از حضور فیزیکی خود و حس بودن در موقعیت زمانی و مکانی جهان واقعی ادامه می‌یابد. تجربه زیسته کاربران نشان می‌دهد که در این میان، فرد با نوعی حس «رهاشدگی از

جهان واقع» مواجه است و تمام داده‌های ذهنی و اطلاعاتی جهان واقعی خود را در حاشیه نگه می‌دارد؛ همچنین از طریق تعامل در فضای سایبر خود و احساساتش غرق می‌شود و به اصطلاح نوعی «غوطه‌وری احساسی (مجازی)» را تجربه می‌کند.

غیاب دیگری: بر اساس تجربه زیسته کاربران، این احساس مجازی در غیبت حضور «دیگری» شکل می‌گیرد و از ارتباط احساسی کاربر با خود «خویش» و به عبارت بهتر «ارتباط با خودِ خود» و «تنظیم آن بر مبنای قواعد احساسی» در غیاب دیگری به «درون‌گرایی احساس مجازی» و «تجسم آن در نزد خویش» اقدام می‌کند. میثم این چهار مضمون سطح دوم را در تجربه خود چنین بیان می‌کند: «توی ذهنم یه تصویری از اونیه که دارم باهاش چت می‌کنم، می‌سازم {ارتباط با خودِ خویش} تصویری که بخش‌اش رو از محتوای چت می‌گیرم و مقداری‌اش رو از اون ذهنیت خودم {درون‌گرایی احساس} که مثلاً قبلاً با یه همچین آدمی با این ادبیات چت می‌کردم داشته، فکر کنم مقدارش هم که دست خودم نیست ساخته می‌شه دیگه {تنظیم بر مبنای قواعد احساسی} خب باید اون اخلاقش خوب باشه و زیون‌بازیش هم خوب باشه که یه تصویر آرمانی‌اش توی ذهنم ایجاد کنه ولی اگه این خصلتا رو نداشت که یه آدم اخموی به هم ریخته تنها و درب و داغون مجسم می‌شه برام {تجسم‌یافتگی احساس}».

رهاشدگی از جهان واقع: مضمون «رهاشدگی از جهان واقع» در تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان، دربردارنده ۴ مضمون فرعی یعنی «رسیدن به خودآرمانی»، «رهایی از مرز واقعی»، «آزادی از کنترل» و «حس پرواز» بوده است. فریدون یکی از مشارکت‌کنندگان، تجربه زیسته خود را چنین بیان کرده است: «اولین پیجی که باز می‌شه برام، احساسم اینه که واقعاً از زندگی متلاطم واقعی بریده شدم، {رهایی از مرز واقعی} همچنین احساسی رو تا آخر حضورم دارم چون احساس می‌کنم اینجا دیگه خودمم، اون خودی که دوست دارم باشم و بهتر می‌تونم با دیگران اون طوری که می‌خوام حرف بزنم و نظرم رو بگم ... {حس خودآرمانی}».

کیمیا در این زمینه، رها شدن از جهان واقعی را چنین توصیف می‌کند: «چطوری بگم یه جور پروازه برام مثل به کهکشان رفته! {حس پرواز} پرواز از دست اینکه برای هر کاری که می‌کنی دلیل بیاری و ملاحظه کنی که به دیگران برنخوره، بررسی به اون حسی که دنبالش، حالا یا می‌رسی یا نه اما به اونی که دوست داری باشی، {حس خودآرمانی} یه نوع خلاص شدنه، یه نوع آزادگیه برام... آزادی از قفسی که توش توی این دنیا محبوسم! {حس آزادی} بسه دیگه بابا ولم کنید! اما کو گوش شنوا؟».

غوطه‌وری احساسی: غوطه‌وری، مضمونی دیگر از مضامین مربوط به تجربه احساسات مجازی کاربران است که در طول فرایند بازی‌های رایانه‌ای یا در حین تعامل با سایر کاربران حاضر در فضای مجازی، به آن دست پیدا کرده‌اند. این مضمون از طریق ۷ مضمون «تصور احساس واقعی»، «تصور عالم واقع»، «تصور کنشگر واقعی»، «درگیری در بازی» و «انضمام مجازی»، «احساس انرژی» و «احساس غلبه» حاصل می‌شود. صفا تجربه زیسته خود را برای غوطه‌وری در فضای مجازی این‌گونه توصیف می‌کند:

«کلش او کلنز رو خیلی بازی کردم تا مرحله ۱۰۴ رفتم، وقتی بازی می‌کنم، خیلی شارژ و فول می‌شم، {احساس انرژی} حس غلبه بهم دست می‌ده، یه حس قدرتی که باهاش حال می‌کنم، {احساس غلبه}...».

آیناز هم تجربه خود را چنین بیان می‌کند: «بازی سیمزو واقعاً دوست دارم چندین بار هم بازی کردم، اونجا خودم انتخاب می‌کنم؛ حس می‌کنم یه جور تمرین خونه‌داری و زندگی اجتماعیه! شخصیت خودمو می‌سازم؛ می‌تونم آدمی تن‌پرور و بی‌مصرف باشم که هیچ علاقه‌ای به خانواده و کسب‌وکار نداره یا آدمی معمولی یا عاشق یا فردی همه‌رقمه و درجه یک. اون قدر توی بازی گرفتار شده بودم {انضمام مجازی} که وقتی می‌خواستم ازدواج کنم حس عشق رو واقعی تلقی می‌کردم {بازی واقعی} بعضی وقتا اون قدر می‌رفتم توی عمق بازی {درگیری} که فکر نمی‌کردم دارم بازی می‌کنم، {احساس عالم واقعی} فکر می‌کردم زندگی خودمه، {احساس واقعی}...».

غرق‌شدگی احساسی: منظور از غرق‌شدگی احساس، ماهیت و شیوه ارائه

محتوای مورد تبادل میان کاربران است. در این میان، مشارکت‌کنندگان در تجارب زیسته خود، ماهیت ارائه را با دو مضمون سطح سوم تقلیل‌گرایی به‌مثابه نتیجه و فوریت تقلیل‌یافته توصیف کرده‌اند و منظور از شیوه ارائه، تأکید بر مضمون نمادین شدن احساس و بر ساخت نمادها به‌عنوان محتوای مورد تبادل برای احساسات مجازی در تجربه کاربران مورد نظر بوده است.

نمادین شدن احساس: یکی از مضامین سطح سوم در تحلیل یافته‌های مربوط به مضمون اصلی عرضه‌شدگی احساس، نمادین شدن احساس است. کاربران برای ابراز احساسات و تأمین محتوای مورد نیاز خود تلاش می‌کنند تا حد امکان، نمادهای احساسی را به‌کار گیرند. مضامین فرعی این مفهوم شامل «معنامند بودن»، «ساده‌سازی معنا» «تقویت معنا» و «تکمیل معنا» می‌شود. بابک در خصوص استفاده از این نمادهای معنامند چنین می‌گوید: «احساسم رو با صورتک‌ها و استیکرها بهتر و راحت‌تر می‌تونم ابراز کنم. خیلی از مواقع واژه‌ای که بخوام از طریق اون احساس درونی‌ام رو به‌طرف مقابلم بگم اصلاً وجود نداره؛ هر واژه دیگه‌ای رو هم که بخوام به‌کار ببرم اون بار معنایی رو نداره که من دنبالشم ولی یه استیکر، اگر نگم همه اون احساس درونی‌ام رو، اکثر اون رو می‌تونه برسونه».

ایلیا در استفاده از این شکلک‌ها «ساده‌سازی معنا» را این‌گونه توصیف می‌کند: «استیکر برای منظوری که می‌خوام تایپ کنم یا پیام دو سه خطه‌ای که می‌خوام با اون منظورم رو به دیگری برسونم، جواب می‌ده، خیلی ساده می‌کنه کار نوشتن رو. بدون استیکر طرف نمی‌فهمه چی می‌خوای بهش بگی. یه چیز دیگه‌ای هم که هست اینه که ماها دیگه حوصله تایپ کردن نداریم. یه صورتک می‌فرستی یه عالمه معنی توشه و طرف خودش معنا رو می‌گیره. اینه که می‌گم ساده کرده کار ماها رو».

فوریت تقلیل‌یافته احساس: فوریت تقلیل‌یافته یکی از مضامین سطح سوم در تحلیل یافته‌هاست. منظور از این مضمون آن است که کاربران تلاش می‌کنند در طراحی و مهندسی پیام ارتباطی و تعاملی خود، دقت لازم را به خرج دهند و در صورت ناموزونی محتوا با کنش‌کنشگر مورد تعامل به بازنگری و بازآفرینی پیام انتقالی خود

پپردازند. سه مضمون سطح دوم مربوط به این مضمون اصلی عبارت‌اند از: «ابراز تأخیری احساسات»، «دریافت تأخیری احساسات» و «واکنش تأخیری به احساسات». سحر مضمون «ابراز تأخیری احساسات» را در تجربه خود چنین توصیف می‌کند:

«یه لحظه است دیگه. زمانی که طرف حضور داره، آدم زود از کوره در می‌ره و دیگه نمی‌شه بعدش این خرابکاری رو جمعش کرد، بارها برام اتفاق افتاده که در نوشتن پیام تند در جواب دیگران، لحن‌ام رو عوض کردم یا اون‌قدر تند نوشتم که پل‌های پشت سرم رو خراب کنم، هی نوشتم و اصلاح کردم تا اثرش کمتر باشه!».

گرگین نیز در خصوص تجربه مضمون «دریافت تأخیری احساسات» چنین می‌گوید: «بوده که پیامی به آیدی کسی فرستادم و دوست داشتم زودتر جواب بده؛ حتی ده بار سراغ تلفن رفتم تا ببینم جواب داده یا نه، اما بی‌محلی کرده. آدم اینجا بیشتر حرص می‌گیره؛ حداقل یه فحشی بنویس، به جای اینکه خودت رو بزنی به اون راه!».

تقلیل‌گرایی احساسی: «تقلیل‌گرایی» به‌مثابه نتیجه یکی دیگر از مفاهیم سطح سوم و مربوط به مضمون اصلی عرضه‌شدگی احساسات مجازی در بیان تجربه زیسته کاربران است. در خصوص این مضمون، نازنین از «سرد بودن روح حاکم» بر فضای مجازی برای ابراز احساسات یاد می‌کند، سروش «سطحی شدن احساس» را در فضای مجازی یکی از مواردی می‌داند که باعث نارسایی پیام احساسی برای انتقال به دیگری می‌شود و سولماز با تکیه بر تجربه خود معتقد است «نبود امکان ابراز احساسات واقعی» موجب دریافت نکردن پیام از سوی طرف مقابل می‌شود. مراد نیز تجربه خود را چنین بیان می‌کند: «گاهی طرف یه گند اساسی زده و من یکی دو تا استیکر براش فرستادم. البته خیلی این احساس رو نمی‌شه به درستی منتقل کرد {سرد بودن روح حاکم} چون گندکاری خیلی شدید بوده، چند تا فحش استیکری براش فرستادم. من حس می‌کنم که هرچه هم تلاش کنم اون حس رو منتقل کنم، باز هم عمیق نیست، {سطحی شدن احساس}... بیشتر وقت‌ها اون حس رو کامل نمی‌شه به طرف مقابل انتقال داد {نبود امکان ابراز احساسات واقعی}».

پیوستاری شدن احساس: «پیوستاری شدن احساس» مضمون اصلی است که پس از

تعامل کاربران در فضای مجازی یا در ارتباط کاربر با رایانه از طریق حضور و تعامل فردی در فضای مجازی هنگام بازی‌های رایانه‌ای، صورت می‌گیرد. منظور از پیوستاری شدن احساس، چسبیدگی و انضمامی شدن احساساتی است که در فضای مجازی شکل می‌گیرند و به فضای واقعی کشانده می‌شوند. مهم‌ترین مضمون سطح دوم این مضمون اصلی امتداد احساسی است.

امتداد احساسی: منظور از امتداد احساسی، تداوم و همراه شدن احساساتی است که کاربر با حضور در فضای مجازی آنها را کسب می‌کند و حتی بعد از تعامل در این فضا، آنها را در امتداد زندگی واقعی خود به همراه دارد. این مفهوم شامل دو مضمون فرعی «امتداد روحی و روانی» و «امتداد فیزیکی» می‌شود.

عاطفه تجربه امتداد روحی و روانی احساسات مجازی خود را این‌گونه توصیف می‌کند: «وقتی در تلگرام فیلم دوربین مجلس را که تروریست‌ها وارد شدند و مردم را به رگبار بستند، دیدم بخصوص صحنه‌ای که یکی از شهدا تلاش می‌کرد بره زیر صندلی‌های سالن انتظار تا از دست تروریست‌ها در امان باشه ولی در نهایت یه تروریست دیگه اومد و تیر خلاص زد بهش تا دو شبانه‌روز احساس خیلی بدی داشتم، طوری که شب اول به‌سختی خوابم برد و وقتی هم بیدار شدم همون صحنه جلوی چشمم اومد. این احساس همیشه همراهم بود و اون صحنه مرتب برام مجسم می‌شد و یه جور احساس ناامنی همراه من بود».

آرش هم می‌گوید: «من بازی دید اسپیس^۱ رو تموم کردم، بعضی جاهاش از ترس شوکه می‌شدم...! شب‌ها که دیگه نگو...! احساس می‌کردم الانه که به من حمله بشه و از پا درم بیاره! وحشتناک بود. اصلاً تصورش هم وحشتناک بود».

بحث و نتیجه‌گیری

در تناسب با سنخ انواع‌شناسی نظریات حاکم بر جامعه‌شناسی احساسات، پژوهش

حاضر، تأییدی بر توجه به احساسات مجازی در رویکرد برساخت‌گرایی اجتماعی است که تأکید می‌کند، احساسات زائیده محیط اجتماعی هستند. یافته‌ها نشان می‌دهد که برای کاربران این پژوهش، غیاب دیگری در شکل‌گیری احساسات و فهم تفسیری مناسب کاملاً مؤثر بوده است. به گونه‌ای که افراد در بیان احساسات خود صرفاً متناسب با موقعیت‌ها و تجارب پیشین به ابراز احساسات در فضای مجازی پرداخته‌اند. این یافته‌ها با نتایج پژوهش دهقان و نیکبخش (۱۳۸۵) همسو نیستند. ولی می‌توانند با شرایط غیاب دیگری در مطالعه هاردی (۲۰۰۸) که با غوطه‌وری در این پژوهش تطابق دارد، همسان باشند. همچنین نتایج کولمن (۲۰۱۰) با مفهوم پیوستاری‌شدن احساسات مجازی در این پژوهش تناسب دارد و یافته‌های پژوهش میکالیزی (۲۰۱۴) با مضمون غیاب دیگری و پژوهش کرامر و همکاران (۲۰۱۴)، با مفهوم فوریت تقلیل‌یافته در این پژوهش همخوان است. در سایر موارد، وضعیت همسانی برای مقایسه و انطباق وجود ندارد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تجربه احساسات کاربران منتخب در این پژوهش، در دو مقطع زمانی؛ یعنی همزمان با تعامل مجازی و پس از حضور خود در این فضا برساخته شده و آنها معانی متعددی را از طریق حضور خویش دنبال می‌کنند. معنابخشی به زندگی مهم‌ترین هدفی است که مشارکت‌کنندگان در بیان تجارب زیسته خود درصدد دستیابی به آن بوده‌اند، آنان این معنا را در مرکز احساسات خود و دیگران از طریق حالاتی همچون تفریحی و سرگرمی، انحرافی و تجربی و یا به شیوه تمرکز احساس خود و به‌منظور جذب دیگری جستجو می‌کرده‌اند. نتایج نشان داد که فرایند شکل‌گیری در مجازی شدن احساسات با مفهوم غیاب دیگری آغاز می‌شود. این تعامل مجازی که مبتنی بر غیاب تعامل‌کننده دیگر است، از طریق نوعی بازگشت به خویش‌تن آغاز می‌شود. افراد با تصور و تجسم کاربر مقابل و براساس نوعی قواعد که زمینه آنها از جهان واقع کسب می‌شود، این فرایند را پیگیری می‌کنند. در همین زمینه، برای آنان نوعی از جاکندگی و رهایی از جهان اجتماعی و فیزیکی رخ می‌دهد که با این انقطاع درصدد آزادی از اعمال محدودیت‌ها و کنترل‌های دنیای واقعی هستند. کاربران به‌قدری

در این فضا غرق می‌شوند که آن را همانند حس پرواز معنا می‌کنند و از این طریق، احساساتی همچون کسب انرژی و سلطه احساسی را به دست می‌آورند؛ اما تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان نشان می‌دهد که فضای مجازی همواره محیطی مناسب برای بروز احساسات نیست و نمی‌تواند همچون فضای واقعی، بستری مطلوب برای این هدف باشد. آنان از طریق نمادهای احساسی، درصدد جذب و جستجوی معنا در مراکز احساسات دیگران هستند و در مواردی که احساسشان آنها با خدشه ارتباط مجازی همراه می‌شود، ابراز و دریافت آن را به تأخیر می‌اندازند تا دیگران حاضر در فرایند ارتباط، درصدد انقطاع احساسی خود نباشند. افراد مورد بررسی، احساسات مجازی خود را پس از حضور در این فضا با خود به همراه برده‌اند و آثار این احساسات در امتداد مسائل روحی و روانی یا امور مادی و فیزیکی‌شان ادامه پیدا کرده است.

یافته‌ها نشان می‌دهد که تجربه احساسات مجازی برای پاسخگویان در این پژوهش، از اهداف و انگیزه‌ها، زمینه‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی همچنین تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی آنها نشئت گرفته و باعث شکل‌گیری و ابراز احساسات در فضای سایبر شده است. چارچوب احساسی افراد منتخب در این پژوهش در فضای مجازی بر مبنای حضور آنها در جهان‌های واقعی و احساساتشان پی‌ریزی شده است. حضور واقعی این دسته از کاربران در جهان پیامد بافت و زمینه‌های فردی و اجتماعی آنها، انگیزه‌ها و علل، شرایط تعامل و رابطه با پدیده‌های پیرامونشان است. حضور و زندگی حقیقی آنها با این مؤلفه‌ها گره خورده و از دریچه این واقع‌بودگی است که سطح روابط و چگونگی ابراز احساسات خود را تعیین می‌کنند و نسبت به ابراز احساسات وجودی‌شان در ارتباط با سایر پدیده‌ها دست به اقدام می‌زنند. بافت اجتماعی و بسترهای حضور کاربران مورد بررسی در شهر قم، با پیشینه و سوابق مذهبی تشخیص داده می‌شود و همچنان که بافتی تقریباً همدست، با حضور سنت و ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی در جریان است. این امر را می‌توان به‌عنوان عاملی برای تعریف چگونگی حضور اجتماعی کاربران در جهان واقعی آنان قلمداد کرد. بافت اجتماعی جهان واقعی کاربران منتخب در شهر قم، بر جهان احساسی و حضور مجازی‌شان تأثیر گذاشته و به

عاملی برای ابراز احساسات به صورت مجازی و حضور در این بستر تبدیل شده است. به نظر می‌رسد که این کاربران به دلیل وضعیت حاکم بر زندگی و بافت سنتی و ارزشی ناگزیرند در جهان واقعی، احساسات خود را مدیریت کنند و رفتارهای احساسی‌شان را با توجه به این زمینه نظم دهند؛ اما می‌توان گفت که برای مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، جذابیت‌های مدرنیته و فضای مجازی، امکان پیوند با دیگران و ابراز خودی متفاوت از جهان واقع را فراهم کرده است. در همین خصوص، کنترل اجتماعی برگرفته از سنت‌های حاکم و همجواری با حضور مراجع، حوزه علمیه، حرم حضرت معصومه (س) و مسجد مقدس جمکران در بستر عینی جهان واقعی برای مصاحبه‌شوندگان در این پژوهش، باعث شد که آنان بیش‌ازپیش قواعد اجتماعی را هرچند به شکل ظاهری رعایت کنند و تصویری دیگر از جهان واقعی برای خود ترسیم کنند. آنان چنین وضعیتی را برای خود به مثابه نوعی محدودیت و کنترل‌بودگی معنا کرده‌اند. شناخت کاربران منتخب از فضای مجازی باعث شده است پندار و تصویری از زندگی برایشان شکل بگیرد که دل‌مشغول آن شوند. این دل‌مشغولی باعث می‌شود که در راه بهبود وضعیت و موقعیت آینده خود در ارتباط با دیگران موجود در جهان هستی به تکاپو بیفتند. با این دل‌مشغولی و تلاش برای درک شرایط بهتر در ارتباط خود، در مسیری زمان‌مند شکل می‌گیرد. می‌توان گفت که این زمان‌مندی، برای کاربران مورد مطالعه، از گذشته‌ای که هستی‌شان در آن شکل گرفته بود، آغاز می‌شود و در اینجا به حال و هم‌اکنون می‌رسد؛ ضمن اینکه با گذر از این وضعیت حاکم، به آینده نگاه دارند. به نظر می‌رسد توجه کاربران منتخب به کنترل فردی و تنظیم کنشگری‌های احساسی در فضای مجازی اجتماعی، وجود آنها را در برابر هر روزگی یا روزمرگی موجود در پدیدارشناسی بیمه می‌کند؛ بنابراین چنین استدلال می‌شود که برای افراد مورد بررسی، محصور بودن در دایره کنترل اجتماعی و خانواده یا سایر نهادهای اجتماعی و در مجموع، بستر جامعه‌ای همچون شهر قم که کنترل‌های اجتماعی بیشتری را نسبت به دیگر شهرها در درون خود دارد، باعث حضور یافتن در فضای مجازی و احساس آزادی یا آزادی از کنترل، شده است. در نگاه این دسته از کاربران، حضور در فضای سایبر و توجه به اقتضائات و مختصات آن در تعاملات احساسی مبتنی بر نوشتار باعث

می‌شود که برای بهره‌گیری بیشتر از فرصت تعاملات و تنوع در چگونگی بیان احساسات، از نشانه‌ها و الفاظ معنادار احساسی، شکلک‌ها و تصاویر معرف احساسی استفاده کنند؛ بنابراین، صرف تکیه بر مفاهیم ذهنی و انتزاعی، امکان انتقال درست و دریافت کامل را برای کاربران طرف مقابل ایجاد نمی‌کند. غرق شدن در تعاملات مجازی برای این افراد، محصول ازجاکنندگی احساس از محیط عینی و واقعی و پیوست شدن به جهان مجازی است. آنان در تجارب زیسته، خود را به‌عنوان کنشگر واقعی و عالم را به‌عنوان جهان واقعی در کنشگری‌های احساسی‌شان در محیط مجازی می‌پندارند. همسویی محتوای کنش موجود در فضا با انتظارات و خواسته‌های احساسی آنها و وجود جذابیت‌های ارتباطی در این فضا باعث شده که خود را در آن فضا تلقی کنند. مشارکت‌کنندگان در فضای مجازی هنگام ابراز احساسات خود راحت‌تر عمل کرده‌اند و این محیط را مکان مناسبی برای بیان احساسات درونی و رازهای غیرقابل بیان دانسته‌اند. یکی از عواملی که به این قضیه کمک می‌کند تا آنها برای ابراز خود آزادانه‌تر عمل کنند، محیط اجتماعی است که در آن زندگی می‌کنند. ابراز خود در فضای آزاد اجتماعی و امکان مشارکت آزادانه بیانی و عقیدتی، به استحکام ساخت اجتماعی و فرهنگی یک جامعه کمک می‌کند. مضمون محوری دیگر در تجربه زیسته پاسخگویان، به شیوه ارائه و نمایش احساسات در فضای مجازی مربوط می‌شود. از دیدگاه مشارکت‌کنندگان، عرضه محتواهای احساسی در فضای مجازی همراه با تأخیر در ابراز و دریافت، باعث می‌شود که کاربران، نوعی کنترل‌گری را در تبادل احساسات خود تجربه کنند. این نوع از کنشگری که همراه با تأمل و ارزیابی ارائه پیام برای طرف مقابل صورت می‌گیرد، باعث شده است که کاربران منتخب، نسبت به اصالت خود حساسیت به خرج دهند و در جهان مجازی با هر کنشی سنجیده برخورد کنند. می‌توان گفت که در نگاه این کاربران، چنین امکان‌های ناسنجیده‌ای باعث می‌شود آنان به ورطه سقوط بیفتند و از امکان‌های شایسته خود در برقراری ارتباط با دیگران محروم شوند. در نگاه آنها، فوریت تقلیل‌یافته پیام‌های احساسی در بستر جهان مجازی، یکی از سازوکارهای کنترل و تحدید نفس در احساسات مجازی است و این امر باعث می‌شود که با استفاده از فشار ارتباط، در طراحی و مهندسی پیام ارتباطی و تعاملی خود دقت

لازم را داشته باشند و در صورت ناموزونی محتوا با کنش کنشگر مورد تعامل به بازنگری و بازآفرینی پیام انتقالی خود پردازند. از سوی دیگر، این حالت در فرایند احساسات مجازی، موجب آن است که فرد در این نوع از ارتباطات، بر ابراز احساسات خود کنترل بیشتری داشته باشد، زیرا اغلب نوعی تأخیر زمانی وجود دارد تا کاربر احساسات خود را به طرف تعامل‌کننده دیگر نشان دهد. همان‌گونه که پیام‌ها باید تایپ شوند، به زمانی هم برای فکر کردن، منعکس کردن و انتشار نیاز است و این به کاربر فرصت می‌دهد که پیام‌ها را قبل از ارسال آنها تغییر دهد. مضمون محوری دیگر، پیوستاری شدن احساس است. کاربران احساسات خود را از محیط سایر به فضای واقعی به همراه می‌آورند و به این ترتیب، نوعی پیوست مکانی میان فضای مجازی و فضای واقعی اتفاق می‌افتد. چنین وضعیتی باعث می‌شود که کاربران منتخب، حتی بعد از حضور و بازگشت به فضای مجازی، تجربه احساسات مجازی را با خود داشته باشند. این انتقال غیرارادی احساسات سبب می‌شود که تحت تأثیر این جابه‌جایی، تمامی آثار و عوارض روحی و روانی یا فیزیکی و مادی همراه آنها به فضای واقعی انتقال یابد. از نظر پاسخگویان، امتداد روحی احساسات مجازی به دنیای واقعی و جهان احساسات عینی باعث می‌شود که بعد از اتمام پیوند میان حالات احساسی کاربران نوعی تفکیک و تخریب روی دهد. کاربران شرکت‌کننده در این پژوهش به دلیل درگیری در فضای مجازی و مواجهه با فضای واقعی، نوعی بازگشت به خویشتن را آغاز می‌کنند و درصدد نفوذ به هسته هستی خود هستند. آنان به دنبال وجود واقعی خویش، خود را از جهان مجازی به جهان واقعی پرتاب می‌کنند. با انتهای حضور آنها در فضای مجازی سیر تاریخ‌مندی آنها دوباره به سمت آینده افکنده می‌شود و با تأسی از هستی خود در دوران گذشته و حال خویش تلاش می‌کنند با تخریب و تفکیک، خود را به افق‌های آینده خود پیوند دهند. در این زمینه، این تفکیک و تخریب که در پدیدارشناسی هایدگری، گامی برای رسیدن به درک صحیحی از هستی خود است، برای کاربران منتخب در این پژوهش پس از رهایی از سیر زمان‌مندی و خروج از این موقعیت و مکان‌بودگی خویش، به عنوان مسیری برای بازگشت به خویشتن اصیل خود مورد بهره‌گیری قرار می‌گیرد.

پیشنهادها: با توجه به نتایج پژوهش که بر اساس آن، برخی از کاربران با حالت‌های انحرافی و بی‌تمرکز درصدد معنابخشی به زندگی خود بوده‌اند و احساسات خود را با این وضعیت بر ساخته‌اند، پیشنهاد می‌شود که رسانه ملی با تهیه برنامه‌هایی، نسبت به ارتقای سطح سواد مجازی، سواد رسانه‌ای و آموزش مهارت‌های انتقادی در مواجهه با فضای مجازی اقدامات لازم را صورت دهد. همچنین با عنایت به مضامین غرق‌شدگی و امتداد احساسی کاربران که باعث تسهیل خودگشودگی و ارتباطات احساسی و نیز انتقال احساسات خود از فضای مجازی به جهان واقعی می‌شود، پیشنهاد می‌شود. رسانه‌ها و بویژه صداوسیما، به تهیه و تولید برنامه‌هایی با حضور کارشناسان حوزه‌های روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و فضای مجازی برای آگاه‌سازی کاربران در خصوص آسیب‌های احتمالی و پیامدهای ناگوار این موضوع بپردازند. با توجه به تجارب زیسته کاربران در ارائه خود مجازی در ارتباطات احساسی و اختلالات فردی و اجتماعی ناشی از این امر، بهتر است، نسبت به ایجاد رشته‌ای با عنوان روان‌شناسی فضای مجازی برای تدریس در دانشگاه‌ها اقدام شود و با گنجاندن دروسی با محتوای انسان‌سایبری و زندگی دوم در مقطع دبیرستان، به فرهنگ‌سازی و تنویر دانش‌آموزان پرداخته شود. در نهایت اینکه، بر اساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود به منظور گسترش این زمینه علمی، بنیان‌های روان‌شناختی مخاطبان در فضای مجازی بیشتر مورد توجه قرار گیرد و کارشناسان و متخصصان علوم، علوم اجتماعی و روان‌شناسی، مباحث مرتبط با روان‌شناسی رسانه‌ها بویژه رسانه‌های نوین را به‌عنوان یکی از عرصه‌های عمومی در ارتباطات اجتماعی، در صدر پژوهش‌های خود قرار دهند.

منابع

جلایی‌پور، حمیدرضا و محمدی، جمال. (۱۳۹۳). نظریه‌های متأخر جامعه‌شناسی. تهران: نی.

- دهقان، علیرضا و نیکبخش، مرسته. (۱۳۸۵). مطالعه شیوه رفتار افراد در محیط مجازی: شکل‌گیری روابط صمیمانه در اتاق‌های گپ‌زنی اینترنت. *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۲ (۶)، صص ۱-۲۹.
- ربانی، علی و کیانپور، مسعود. (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی احساسات. *مجله جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۰ (۲)، صص ۳۵-۶۴.
- سعدی‌پور، اسماعیل؛ سلیمانی، مجید و اسدزاده، حسن. (۱۳۹۵). رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تلفن همراه با اهمال‌کاری تحصیلی، احساس تنهایی و سلامت روان دانش‌آموزان. *مجله فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی*، ۶ (۴)، صص ۱۲۷-۱۴۴.
- عاملی، سعید رضا. (۱۳۸۸). *پژوهش مجازی*. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- عباس‌زاده، محمد؛ طالب‌پور، اکبر و پناه‌شاهی، مهسا. (۱۳۹۳). مدیریت احساسات گامی در راستای توسعه جامعه‌شناسی احساسات. *مجله مطالعات جامعه‌شناسی*، ۷ (۲۴)، صص ۳۳-۷.
- کیانپور، مسعود. (۱۳۹۱). تجارب مدیریت احساسات در نظام‌های مراقبت پزشکی، مطالعه موردی شهر کانادا. *مجله جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۳ (۴)، صص ۲۵-۵۲.
- Coleman, G. (2010). The Hacker Conference: A Ritual Condensation and Celebration of a Life world. *Anthropological Quarterly*, Vol. 83, No. 1, Pp. 47-72.
- Denzin, N. (1984). *On Understanding Emotion*, San Francisco: Jossey-Bass.
- Furst, H. (2014). 'Emotional Socialization on a Swedish Internet Dating Site: The Search and Hope for Happiness', in T. Benski and E. Fisher (eds) *Internet and Emotions* (Pp. 99-112), New York: Routledge.

- Hardey, M. (2008). The Formation of Social Rules for Digital Interactions. **Information, Community and Society**, Vol. 11, No. 8, Pp. 1111-1131.
- Kramer, A.D. I.; Guillory, J. E. & Hancock, J. T. (2014). 'Experimental Evidence of Massive-scale Emotional Contagion through Social Networks'. **Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)**, Vol. 111, No. 24, Pp. 87-90.
- Krasnova, H.; Wenninger, H.; Widjaja, T. & Buxmann, P. (2013). 'Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users' Life Satisfaction?'. Vol. 92, No. 2, Pp. 1-16.
- Micallizzi, A. (2014). 'Anger, Pain, Shame, and Cyber-Voyeurism: Emotions Around E-Tragic Events', in T. Benski and E. Fisher (eds) **Internet and Emotions** (Pp. 193-210), New York, NY: Routledge.
- Pantti, M. & Tikka, M. (2014). 'Cosmopolitan Empathy and User-Generated Disaster Appeal Videos on YouTube', in T. Benski and E. Fisher (eds) **Internet and Emotions** (Pp. 178-192), New York, NY: Routledge.
- Van manen, M. (2003). **Researching Lived Experience: Human Science for an Action Sensitive Pedagogy** (3edition). Albany: New York, Press.