

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه کردستان
دانشکده علوم انسانی و اجتماعی
گروه جامعه‌شناسی

پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم اجتماعی
گرایش جامعه‌شناسی

عنوان:

تجربه‌ی زیسته‌ی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی
(مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه کردستان در فیس‌بوک)

پژوهشگر

جعفر عسگری

استاد راهنما

دکتر کمال خالق‌پناه

استاد مشاور

دکتر جمال محمدی

اسفند ماه ۹۳

بسمه تعالی

* تعهد نامه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه کردستان در انجام پایان نامه *

اینجانب جعفر عسگری دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی متعهد می‌شوم:

- ۱- صداقت، امانتداری و بی طرفی را در انجام پژوهش و انتشار نتایج حاصل از آن رعایت نمایم.
- ۲- در نگارش نتیجه پژوهش های حاصل از موضوع پایان نامه، از باز نویسی نوشته های دیگران بدون ذکر منبع، بازی با الفاظ، زیاده نویسی، کلی گویی و جزم اندیشی و تصرف گرایي پرهیز نمایم و نتایج پژوهشی خود را در موعد مقرر وبا اطلاع استاد راهنما منتشر نمایم.
- ۳- تمامی یافته های مستخرج از پایان نامه متعلق به دانشگاه کردستان بوده و لازم است در کلیه مقالات مستخرج از آنها نام دانشگاه کردستان را تحت عنوان ((دانشجوی دانشگاه کردستان)) یا ((دانش آموخته دانشگاه کردستان)) ذکر نمایم.
- ۴- در انتشار مقالات نام استاد (استادان) راهنما و استاد (استادان) مشاور را در لیست مولفین مقاله ذکر نمایم و از آوردن اسامی افرادی که نقش موثری در انجام پژوهش نداشته اند، جداً خودداری نمایم.
- ۵- در بخش سپاسگزاری مقاله، از تمامی افراد وسازمانهایی که در اجرای پژوهش مساعدتی مبذول داشته اند با ذکر نوع مشارکت تشکر و قدر دانی نمایم.
- ۶- از انتشارهم پوشان یا ارسال همزمان یک مقاله به چند مجله ویا ارسال مجدد مقاله چاپ شده به مجلات دیگر خودداری نمایم.
- ۷- در صورت عدم رعایت موارد مذکور، دانشگاه کردستان مجاز خواهد بود تا برابر مقررات اقدام نماید.

امضاء دانشجو

دستورالعمل نحوه برخورد با موارد تخطی دانشجویان تحصیلات

تکمیلی در هنگام انتشار نتایج پژوهش

- ۱- در موارد زیر دانشگاه کردستان با مجله مربوطه مکاتبه ودرخواست خارج نمودن مقاله را نموده و موضوع را به محل کار یا تحصیل بعدی دانشجو اطلاع خواهد داد.
الف - چاپ مقاله بدون اطلاع و تأیید استادان راهنما،
- ب- چاپ نتایج حاصل از پژوهش های انجام شده در دانشگاه کردستان بدون ذکر نام دانشگاه
- ۲- در صورت احراز تخلف از سایر موارد درج شده در تعهد نامه دانشجویی، دانشگاه ضمن مکاتبه با مجله مربوطه، حسب مورد تصمیم گیری خواهد نمود.



دانشگاه کردستان

دانشکده علوم انسانی و اجتماعی

گروه جامعه‌شناسی

پایان‌نامه ارائه شده به عنوان بخشی از فعالیت‌های تحصیلی لازم
جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد (MA) در رشته جامعه‌شناسی

عنوان:

تجربه‌ی زیسته‌ی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی

(مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه کردستان در فیس‌بوک)

پژوهشگر

جعفر عسگری

در تاریخ ۱۳۹۳/۱۲/۱۶ توسط کمیته تخصصی و هیأت داوران زیرمورد بررسی
قرار گرفت و با شماره ۱۹/۸۰ و درجه عالی به تصویب رسید.

امضاء	مرتبه علمی	نام و نام خانوادگی	هیئت داوران
	استادیار	دکتر کمال خالق پناه	۱-استاد راهنما
	دانشیار	دکتر جمال محمدی	۲-استاد مشاور
	دانشیار	دکتر امید قادرزاده	۳-استاد داور داخل گروه
	استادیار	دکتر جمال ادهمی	۴-استاد داور خارج گروه

مهر و امضا معاون آموزشی و تحصیلات تکمیلی دانشکده

مهر و امضا مدیر گروه

دکتر جمال محمدی

تقدیم به

مقدس‌ترین واژه‌ها در لغت‌نامه دلم، **مادر مهربانم** که زندگیم را مدیون مهر و عطوفت

آن می‌دانم.

پدر، مهربانی مشفق، بردبار و حامی.

برادران و خواهرم همراهان همیشگی و پشتوانه‌های زندگیم.

و استاد فراموش نشدنی جناب دکتر خالق‌پناه

چکیده

با گسترش دسترسی به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی و استفاده‌ی فزاینده‌ی جوانان از این شبکه‌ها به‌عنوان بستر فراغتی، این امکان برای جوانان فراهم شده تا شکل جدید از فراغت را تجربه کنند. بنابراین مسأله‌ی پژوهش حاضر، بررسی تجربه‌ی زیسته‌ی دانشجویان دانشگاه کردستان در شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک است. این پژوهش به‌صورت کیفی و مردم‌نگاری مجازی و با تکنیک مصاحبه‌ی عمیق مجازی و مشاهده‌ی مشارکتی بر روی نمونه (۱۹) نفری از دانشجویان دانشگاه کردستان عضو فیس‌بوک صورت گرفته است. چارچوب مفهومی بکار رفت در این پژوهش نظریه فراغت کریس روجک می‌باشد. هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی تجربه‌ی زیسته‌ی دانشجویان دانشگاه کردستان در شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک می‌باشد؛ فراغت مجازی چگونه بازنمایی می‌شود؟ فراغت مجازی چگونه تصور از خویشتن، انگاره‌ها و خودهویتی (تخصص) دانشجویان را بیان می‌کند؟ و اینکه فراغت مجازی چگونه دوگانه‌ی مقاومت و کنترل را تولید و بازتولید می‌کند؟

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، نگاه خوشبینانه‌ای به فراغت مجازی در فیس‌بوک وجود دارند، و حکم فضایی شفاع بخش را برای دانشجویان دارد. در بعد هویتی، فراغت مجازی باعث شکل‌گیری هویتی خودآیین شده، که اتفاقاً از نظر آن‌ها واقعی‌تر از هویت آن‌ها در دنیای واقعی است، بنابراین ما شاهد شکاف هویتی هستیم. در بعد مقاومت، با توجه به ساخت محدود جامعه‌ی ما، فراغت مجازی فضایی را برای مقاومت پنهان و جزئی به‌وجود آورده است که نویدبخش تشکیل حوزه‌ی عمومی می‌باشد. و در بحث کارکردکنترلی، سه‌گانه‌ی؛ ۱- کنترل بین‌الادهانیت (رابطه‌ی من و دیگری)، ۲- اصول و ارزش‌هایی شخصی (عادت‌وارها) و ۳- حس توطئه (ترس از دیگری بزرگ یا نظام سیاسی) عامل کنترل رفتار دانشجویان در فیس‌بوک شناخته شد.

کلید واژه‌ها: اوقات فراغت، بازنمایی، جوانان، شبکه‌های اجتماعی، فراغت مجازی، کنترل، مقاومت، هویت.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	چکیده
	فصل اول (کلیات تحقیق)
۲	مقدمه
۴	۱-۱- طرح مسئله
۹	۲-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق
۱۳	۳-۱- اهداف تحقیق
۱۳	۴-۱- سؤال‌های تحقیق
	فصل دوم (مبانی نظری و مرور پیشینه)
۱۵	۱-۲- ادبیات پژوهشی تحقیق
۱۷	۱-۱-۲- پژوهش‌های خارجی
۱۸	۲-۱-۲- نقد و ارزیابی پژوهش‌های انجام شده
۱۹	۲-۲- بنیان‌های نظری
۱۹	۱-۲-۲- رویکرد نظام‌های اجتماعی
۲۰	۲-۲-۲- کنش متقابل نمادی
۲۱	۳-۲-۲- مارکسیسم
۲۴	۴-۲-۲- فیمینیست
۲۵	۳-۲- چهارچوب مفهومی
	فصل سوم (روش شناسی)
۳۶	۱-۳- دلایل به کارگیری روش شناسی کیفی
۳۷	۲-۳- روش کیفی
۳۸	۱-۲-۳- مردم‌نگاری
۴۱	۱-۲-۳- الف- مردم‌نگاری مجازی
۴۴	۳-۳- میدان پژوهش
۴۵	۴-۳- نمونه‌گیری
۴۶	۵-۳- استراتژی گردآوری داده‌ها
۴۹	۶-۳- استراتژی تحلیل داده‌ها
۵۰	۱-۶-۳- توصیف
۵۱	۲-۶-۳- تفسیر
۵۱	۳-۶-۳- تبیین

فصل چهارم (تحلیل یافته‌ها)

- ۱-۴- شبکه‌های اجتماعی..... ۵۴
- ۲-۴- فیس بوک در نگاه کلی..... ۵۵
- ۳-۴- زمینه‌ی فضای مجازی در ایران..... ۵۸
- ۴-۴- ماهیت فراغت مجازی در ایران..... ۶۰
- ۵-۴- مشخصات کلی مصاحبه‌شوندگان..... ۶۲
- ۶-۴- توصیف مصاحبه‌ها..... ۶۴
- ۷-۴- تفسیر..... ۷۹
- ۱-۷-۴- فراغت مجازی و فضای بازنمایی..... ۸۰
- ۲-۷-۴- فراغت مجازی: یک مسیر تجربه..... ۸۲
- ۳-۷-۴- فراغت مجازی به عنوان شبکه‌ی مقاومت جزئی..... ۸۳
- ۴-۷-۴- فراغت مجازی؛ یک نهاد مجازی..... ۸۶
- ۵-۷-۴- نسل جوان..... ۸۸
- ۶-۷-۴- تجربه فراغت و فعالیت غیرعادی..... ۹۰
- ۸-۴- تبیین..... ۹۱
- ۱-۸-۴- سازوکارهای تنظیمی..... ۹۱
- ۲-۸-۴- نهادهای اعمال فشار هنجاری..... ۹۴
- ۳-۸-۴- به چالش کشیدن سازوکارهای تنظیمی..... ۹۴

فصل پنجم (بحث و نتیجه‌گیری)

- ۱-۵- نتیجه‌گیری..... ۹۶

فهرست جداول

عنوان

جدول ۳-۱- ویژگی‌های تحلیل کنش	۳۳
جدول ۳-۲- اصول مردم‌نگاری	۴۴
جدول ۴-۱- مشخصه‌های کلیدی شبکه‌های اجتماعی مجازی	۵۵
جدول ۴-۲- ویژگی‌های فیس‌بوک	۵۸
جدول ۴-۳- مشخصات کلی مصاحبه‌شوندگان	۶۳
جدول ۴-۴- توزیع فراوانی جنسیت	۶۳
جدول ۴-۵- توزیع فراوانی تحصیلات	۶۴

فصل اول

مقدمه و کلیات

«دست آخر، آدمی در چیزها هیچ نمی‌یابد، مگر معنایی که خود به آن‌ها داده است: یافتن را علم خوانده‌اند و معنادهی را هنر، دین، عشق و غرور. حتی اگر این کاری کودکانه باشد، باز باید کار یافتن و معنادهی را ادامه داد و به هردو علاقه داشت. کسانی باید بیایند: دیگران-ما که دیگران باشیم! باید معنا دهیم!»

نیچه، خواست قدرت، قطعه‌ی ۶۰۶

مقدمه

هرچند در دهه‌های اخیر، رسانه‌های پرمخاطبی هم‌چون تلویزیون و ماهواره، با نشان دادن فیلم و بازنمایی فرهنگ‌های مختلف، اشتیاق فراوانی به شیوه‌های دیگر زندگی کردن و آشنایی با انسان‌هایی با زبان، فرهنگ و حتی چهره‌ی متفاوت به ارمغان آورده و به مرور، مرزهای فرهنگی را کمرنگ‌تر کرده‌اند و از این رهگذر آگاهی انسان‌ها نسبت به یکدیگر افزون شده است، اما این دسته از رسانه‌های جمعی نیز نتوانسته‌اند نیاز به تعاملات رودررو را پاسخ دهند. در این میان "اینترنت"^۱ گوی سبقت را از سایر رسانه‌ها ربوده است. این ابررسانه، بر اساس جدیدترین آمار جهانی موجود، برای نزدیک به ۳۰ درصد از کل جمعیت جهان در دسترس است و با ایجاد محمل‌های رسانه‌ای تازه و مبتنی بر کارکردهای نوین، انسان امروزی را به پدیده‌های نوظهور دیگری علاقه‌مند کرده و انتظارات آن‌ها را بیش از گذشته برآورده می‌سازد. تغییر یافتن فرهنگ رسانه‌ای در عصر حاضر، این نوع پدیده‌ها را در نقاطی با رشدی خیره‌کننده روبه‌رو ساخته است که اصلی‌ترین علاقه‌مندی‌های مرتبط با آن، دست‌کم در سال‌های اخیر، شبکه‌های اجتماعی مجازی^۲ بوده‌اند (بصیریان جهرمی، ۱۳۹۱: ۱۲).

شبکه‌های اجتماعی مجازی، از زمان ظهور در اواخر دهه‌ی ۹۰، روند تکاملی خود را از سال ۲۰۰۳ تاکنون، به‌واسطه‌ی ایجاد امکان برقراری ارتباط سریع هم‌زمان و غیر هم‌زمان، دسترسی به حجم زیادی از اطلاعات و انتشار گسترده‌ی آن کاربردهای اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی بسیاری را در این زیست جهان جدید رقم زده است و توجه میلیون‌ها کاربر

1 Internet

2 Virtual Social Networks

را از سراسر دنیا به خود جلب نموده‌اند. به دلیل رشد روزافزون تعداد اعضا و بُعد تاثیرگذاری بر فضای واقعی، این شبکه‌ها اهمیت بسزایی یافته و در طی یک دهه از پدیده‌های موقتی، به جهانی تبدیل شده‌اند. چنان‌که نتایج یک نظرسنجی در ۲۴ کشور جهان (۲۰۱۰) نشان می‌دهد، در سراسر جهان به طور متوسط از هر ۱۰ نفر کاربر اینترنت، شش نفر از شبکه‌های اجتماعی بازدید می‌کنند (اقتصاد ایران، ۱۳۹۱: ۲۷).

شبکه‌های اجتماعی مجازی، ارائه‌دهنده‌ی فضایی هستند، که به کاربران برای حفظ روابط اجتماعی موجود، پیدا کردن دوستان جدید، شریک و سهیم شدن در تجربه‌ها، محیطی عرضه می‌دارد که مفهوم جامعه‌ی اطلاعاتی^۱ و اجتماعی پیشین را دگرگون ساخته و آن را به یکی از رسانه‌های ارتباطی مرجح از دیدگاه کاربران خود تبدیل کرده است. فضای مجازی با حذف محدودیت‌های فضای واقعی، کاربران را به تعامل جدیدی با گستردگی و آزادی‌های بیشتر فراخوانده است (بصیریان جهرمی، ۱۳۹۲: ۱۲).

باید گفت که ما در عصر شبکه‌ها زندگی می‌کنیم. زندگی ما با شبکه‌های اجتماعی پیوند خورده است، شبکه‌های ارتباطاتی در هم تنیده و به هم پیوسته، تمامی حوزه‌ها، معانی، مفاهیم و به‌طور کلی همه چیز را تحت تأثیر قرار داده‌اند. ارتباطات شبکه‌ای به مثابه «اساس فعالیت ارتباط انسان» در حال دگرگون ساختن همه ارتباطات انسانی است. جهان را بومی و بوم را جهانی می‌کند. این شبکه‌ها، نیاز ما به دوست‌یابی، اطلاع‌رسانی، تبادل اطلاعات و نظرات را تأمین می‌کنند و به واسطه‌ی این امکانات نو و متنوع توانسته‌اند جایگاه مهمی را در گذراندن اوقات فراغت پیدا کنند، که در این بین سهم جوانان بیشتر از سایر گروه‌های سنی بوده است. شبکه‌های اجتماعی به علت بی‌مکانی حاکم بر اینترنت، بر علایق افراد، گروه‌ها و بر پایه مشارکت همگانی بنا شده‌اند. این وب سایت‌های شبکه اجتماعی، با فراهم کردن انگیزه و هدف برای فعالیت در رسانه‌ای که پیش از این جذابیت کمی داشته، به‌طور فزاینده‌ای افراد را به دنیای آنلاین می‌کشاند. عمده‌ترین محورهای این تکنولوژی‌های جدید رسانه‌ای، استفاده همزمان از امکانات آنلاین و دیجیتال در ارتباط با مخاطب است. در این ارتباط جدید، رفتار مخاطب در برابر رسانه هم، دچار دگرگونی شده و از مخاطب منفعل^۲ به مخاطب فعال^۳ تبدیل می‌شود. این رابطه دو سویه باعث ایجاد ساختاری نوین، در نسل جدید رسانه‌ها می‌شود. در نسل جدید رسانه‌ها، برنامه‌ها علاوه بر «ارائه خطی»، دارای خاصیت «گزینه‌ش» از طرف مخاطب نیز هست.

1 Information society

2 passive

3 active

امروزه اجتماعاتی هم چون شبکه‌ی اجتماعی «فیس‌بوک»^۱ صدها میلیون نفر کاربر دارند. این وبسایت‌ها با خلق محیط‌های دوستانه، امکان برقراری ارتباط و وفای در زندگی اجتماعی را برای کاربران خود به ارمغان آورده‌اند. افراد یا به این سایت‌ها دعوت می‌شوند، یا خودشان انتخاب می‌کنند که در آنها عضو شوند. کاربران می‌توانند در آن‌جا، محتوای چند رسانه‌ای درباره خودشان، عقایدشان و دل‌مشغولی‌های خود بسازند. آن‌ها می‌توانند پیوندهایی به دوستان کنونی خود بزنند، یا دوستان جدیدی پیدا کنند که علایق و گذشته‌های مشابهی داشته‌اند. شبکه‌های اجتماعی همچون فیس‌بوک، اجازه می‌دهند که شما از محدوده دوستان اطرافتان فراتر روید و با افرادی از کشورهای گوناگون، و با سبک‌های مختلف زندگی آشنا شوید. در ایران نیز، فیس‌بوک به‌عنوان یکی از این محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی، با استقبال فزاینده‌ای روبرو شده است و با توجه به ساختار رسانه‌های اجتماعی^۲ و نو بودن این ژانر رسانه‌ای، جوانان و نسل جدید، بیشتر جذب این شبکه شده‌اند و خیلی زود به یکی از مکان‌های مهم برای دوست‌یابی، محلّی برای گفت‌وگو و تعامل با دوستان قدیمی و هم‌دانشگاهی‌ها تبدیل شده است و به‌واسطه‌ی امکانات متنوع همچون امکان چت تصویری و ویژگی اختصاصی چون ساختن ویدئوها، عکس‌ها، دیوانوشته‌ها^۳ و حتی رؤیت یا عدم رؤیت پروفایل صاحب صفحه، برای افراد خاص و دیگر امکانات خود توانسته است که جوانان و به‌خصوص قشر دانشجویی را به‌واسطه سواد رسانه‌ای به‌خود جذب کند و جایگاه مهمی را در گذراندن اوقات فراغت جوانان ایفا کند.

۱-۱- طرح مساله

ظهور اینترنت به‌عنوان رسانه‌ای قدرتمند، در سالهای اخیر دوباره باب گفت‌وگوی‌های جدید را در خصوص نقش رسانه گشوده است. در دنیای امروز، اینترنت به‌سرعت در حال گسترش است. هیچ وسیله‌ی ارتباطی تا به‌حال گسترش سریعی مانند اینترنت نداشته است. اینترنت امروزه مرزها را درنوردیده و انسان‌ها را به‌هم متصل نموده است. با گسترش اینترنت، تغییراتی در جوامع روی داده که سبب تغییرات فرهنگی و اجتماعی در زمینه‌های مختلف شده است. دامنه‌ی کارکرد اینترنت، به‌قدری وسیع است که از سرگرمی گرفته تا پزشکی و فلسفه و خدمات شهری را شامل می‌شود (اختر محقی، ۱۳۸۵: ۶). اگر چه در مراحل اولیه‌ی شکل‌گیری، اینترنت احتمالاً در اختیار فعالیت‌های نظامی و کاربردهای آموزشی بوده است. تحولاتی مانند

1 facebook

2 Social Media

3 Wall post

ظهور شبکه‌ی جهانی وب، نشان‌دهنده‌ی حرکتی آشکار به سوی استفاده‌های غیرمتمرکزتر و غیرسلسله‌مراتبی‌تر بوده است، که استفاده‌های فراغتی از آن جمله‌اند (هریس^۱، ۱۳۹۲: ص ۳۴). انجمن بین‌المللی جامعه‌شناسی فراغت، اوقات فراغت را این‌گونه تعریف می‌کند: «مجموعه‌ای از اشتغالات فردی، که کاملاً به رضایتِ خاطر خود برای استراحت، تفریح یا به منظور توسعه‌ی اطلاعات، یا آموزش غیرانتفاعی، مشارکت اجتماعی و داوطلبانه بعد از آزاد شدن از الزامات شغلی، خانوادگی و اجتماعی بدان می‌پردازد» (گودرزی و اسدی، ۱۳۷۹: ۸۶). پدیده‌ی اجتماعی اوقات فراغت و نحوه‌ی گذران آن، تاریخچه‌ای طولانی دارد، که کارکردهای خاصی را برای همه‌ی بخش‌های جامعه و به‌ویژه جوانان به‌همراه داشته است. به نظر می‌رسد که فراغت و چگونگی بهره‌گیری از آن، با پیدایش رفاه در بین برخی از اقشار اجتماع، ظهور کرده باشد (بابایی، ۱۳۸۲).

از جمله عوامل موثر در گذراندن اوقات فراغت، "امکانات" می‌باشد که در عصر حاضر، بکارگیری روزافزون وسایل و اسباب الکترونیکی، از جمله کامپیوتر، اینترنت، و امثال آن می‌باشد که در گذراندن اوقات فراغت سهم بسزایی را ایفا می‌کند. همزمان با پیشرفت روز افزون بشر در زمینه‌های مختلف و رشد بی‌سابقه‌ی تکنولوژی و صنعت، کامپیوتر سهم زیادی در این میان به‌خود اختصاص داده است؛ تا جایی که در پایان قرن بیستم، رایانه‌ها در تمام فعالیت‌های بشر وارد شده‌اند. به‌طوری که امروزه، زندگی بدون رایانه در کشورهای پیشرفته امری محال محسوب می‌شود. از سوی دیگر ارتباطات، فناوری و اینترنت، جزء لاینفک زندگی بشر در قرن بیست و یکم و هزاره‌ی سوم شده است. امروزه مردم می‌توانند علاوه بر کار، اوقات فراغت خود را نیز با آن پر کنند (همان). بر اثر این تغییر و تحولات و انقلابات رخ داده در تکنولوژی، و بر اساس آمار و ارقام و یافته‌های ارائه شده از تحقیقات پیشین، مشخص است که روند استفاده از اینترنت و به‌خصوص رسانه‌های اجتماعی اخیراً به‌شدت افزایش یافته است و گونه‌های خاصی از رسانه‌های اجتماعی که شباهت فزاینده‌ای به زندگی اجتماعی واقعی بشر داشته و در آن روابط و تعاملات اجتماعی تا حد زیادی شبیه‌سازی شده است که همان شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد، مورد استقبال فزاینده مخاطبان قرار گرفته است. بر این اساس، شبکه‌ی اجتماعی، "شبکه‌ای از انسانهاست که به عضویت یک سایت در می‌آیند و بخشی از زندگی خود را با دیگران به اشتراک می‌گذارند. شبکه‌های اجتماعی گوناگونی در اینترنت وجود دارند تا به این نیاز اصلی انسان "یعنی برقراری ارتباط" پاسخ بدهند.

"هایدمان"^۲ پژوهشگر آلمانی شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز معتقد است: «شبکه‌های اجتماعی مجازی گونه‌ای از الگوهای تماس هستند، که در آن‌ها تعامل‌ها و ارتباطات بین عوامل

1 harris

2 Heidemann

شبکه‌ای توسط یک پایگاه فنی و زیرساخت اینترنت مورد پشتیبانی قرار می‌گیرد. در این شبکه‌ها، هدف، علاقه یا نیاز مشترک می‌تواند عنصری پیوند دهنده باشد که باعث می‌شود تا عوامل مرتبط حتی بدون حضور فیزیکی، احساس کنند که در یک اجتماع و جمع حقیقی قرار گرفته‌اند (شهابی و قدسی، ۱۳۹۱).

یکی از پرطرفدارترین شبکه‌های اجتماعی، فیس‌بوک است که زمینه را برای جوانان مهیا کرده تا میلیون‌ها جوان، هم‌زمان در این صفحه‌ی اینترنتی پیام بگذارند و برنامه‌های شخصی ترتیب دهند و علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند و از این طریق توانسته است که مقدار زیادی از اوقات فراغت جوانان را پر کند. باید گفت که شبکه‌های اجتماعی همچون «فیس‌بوک»، به‌عنوان یکی از پرطرفدارترین امکانات اینترنتی، شرایط جدیدی را پیرامون کاربران خود قرار داده و مرزهای تازه‌ای در شکل‌گیری خرده فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و هویت جوانان پدید آورده است و آن‌ها را با تجربه‌ای نو روبه‌رو ساخته است. گمنامی، سرعت ارتباطات و سیال بودن این شبکه‌ها، پیامدهای گسترده‌ای در روابط جنسیتی و الگوهای ارتباطی و دوست‌یابی جوانان بر جای می‌گذارد. "تداخل طبقه با جنسیت و جغرافیا می‌تواند فضای آزاد کننده‌ای را برای جوانان پدید آورده و مرزبندی‌های رایج جنسیتی و اجتماعی را در فرهنگ جوانان کمرنگ سازد. ارتباطات اینترنتی در محیط‌های چت، ضمن آنکه تقویت‌کننده روابط غیر وابسته به زمان و مکان گردیده است، به محملی برای جستجو و ارضای کنجکاوی‌های جوانان نیز تبدیل شده است" (ذکایی، ۱۳۸۶: ۲۷۷).

در این میان، جوانان جزء اولین اقشاری هستند که نسبت به تکنولوژی‌های جدید، اقبال و اشتیاق نشان داده و جذب آنها می‌شوند. در واقع جوانان به‌طور فزاینده‌ای، مدت زمان نسبتاً زیادی از اوقات فراغت خود را صرف این شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌کنند. در وجه فراغت و سرگرمی نیز، اینترنت و به تبع آن شبکه‌های اجتماعی با محوریت یافتن ارتباط و سرگرمی غیر وابسته به زمان و مکان، چند وظیفه‌ای شدن رسانه‌های جدید و لذت بردن جوانان از توانایی هم‌زمان چند وظیفه و امکان پذیر ساختن مشارکت‌های عاطفی، زیبایی‌شناختی و فرهنگی از جمله مشخصه‌های اصلی رسانه‌های جدید، به‌ویژه اینترنت می‌باشد (ذکایی، ۱۳۸۶: ص ۲۸۰). شبکه‌های اجتماعی چارچوب تعاملی جدیدی را در برقراری ارتباطات بین‌فردی مهیا ساخته است، که به‌رغم محدودیت‌های ذاتی خود، فرصت‌های جدیدی را نیز برای نمایش شخصیت در اختیار کاربران قرار می‌دهد (همان، ص ۲۸۶). باید گفت که کاربران اینترنت در فضای مجازی^۱ زندگی می‌کنند. فضای مجازی دنیای وسیع و پیچیده‌ای است که گروه‌ها و افراد مختلف با گرایش‌ها، باورها و اعتقادات گوناگون در آن زندگی می‌کنند. واژه «زندگی» در این فضا به اشتباه به‌کار نرفته است، چرا که این دنیا توأمان و همگام با دنیای واقعی و شاید

بیشتر بر وجود آدمی و باورهایش اثر می‌گذارد. فضای مجازی مکانیست که فرد می‌تواند فعالیت‌های دنیای واقعی خود را وارد کند. از خصوصیات بارز این فضا، بی‌مکانی و بی‌زمانی است. از بین رفتن فاصله مکانی و افزایش بی‌سابقه توان انسان‌ها برای مبادله و مراد به با یکدیگر فرایند هویت‌یابی جمعی افراد را دگرگون کرده است (منتظر قائم، ۱۳۸۱: ۲۳۱).

فضای مجازی به معنای فضای تعاملی بوده است که توسط شبکه‌ی جهانی اینترنت و از طریق رایانه‌ها شکل گرفته است (گیدنز، ۱۳۸۹: ۳۸۲). می‌شود گفت «کریه جدیدی» به جهان ما اضافه شده است که از آن می‌توان به‌عنوان «کریه زمین مجازی» تعبیر نمود (اکبری تبار و هزار جریبی، ۱۳۹۲). زندگی در این دنیای مجازی باعث به‌وجود آمدن شکل جدیدی از فراغت با عنوان «فراغت مجازی»^۱ شده است. منظور از فراغت مجازی در اینجا، هرگونه فعالیتی فراغتی است، که با استفاده از دسترسی به شبکه یا وب انجام می‌شود (هریس، ۱۳۹۲: ۳۴۳). شاید بتوان ادعا کرد که ظهور تکنولوژی‌ها و رسانه‌های جدید و دگرگونی‌ها و تغییرات ناشی از آن، تأثیر عمیق‌تری بر جوانان دارد که علاوه بر تأثیر بر ذوق، سلیقه و نیاز ارتباطی آن‌ها، گذراندن اوقات فراغت آن‌ها را نیز تحت تأثیر قرار داده است. دو فرآیند «رسانه‌ای شدن»^۲ و «خانگی شدن»^۳ توصیف‌کننده‌ی گذراندن بخش عمده‌ای از فراغت جوانان در جوامع مدرن است. جوانان، فراغت خود را بیش از پیش در خلوت سپری می‌کنند و برای سرگرم شدن به‌طور فزاینده‌ای به رسانه‌های جدید متکی هستند (ذکایی، ۱۳۸۳: ۲).

این‌گونه جوامع مجازی با کارکردهای متفاوت، سازمان‌دهی خدمات و تلفیق ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی فعل و انفعال‌های غیر خطی را ترویج داده، کاربردها و محتوای وب را برای کاربران ساده نموده و با جذب میلیون‌ها نفر از سراسر دنیا با انگیزه‌های مختلف مفهوم جامعه‌ی مجازی را بیش از پیش متصور می‌سازند. مشارکت جوانان در آن‌ها نیز روندی روبه‌رشد دارد و گفته می‌شود که، به یکی از رسانه‌های ارتباطی ارجح به‌ویژه برای جوانان تبدیل شده‌اند (پیلینگ و وایت، ۲۰۰۹: ۱).

کاربران جوان ایرانی نیز از این بستر ارتباط جهانی به‌دور نمانده و در میان دیدگاه‌های متفاوت تاییدکننده و نفی‌کننده با استقبال کم‌سابقه‌ای، حضور در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی را تجربه می‌کنند. در چند سال اخیر، این شبکه‌ها از یک‌سو به‌واسطه‌ی قابلیت‌ها، پتانسیل‌های نوآورانه و منحصربه‌فرد مورد استقبال اصحاب ارتباطات و جوانان نوگرا قرار گرفته و از سوی دیگر به‌واسطه‌ی نهادهای دولتی، بابت فرصت‌های ناشی از همان فرصت‌های بالقوه در شرایط خاص همچون؛ مورد تقبیح، طرد و دسترسی به آن‌ها به‌لحاظ قانونی ممنوع شده است.

1 Virtual Leisure

2 mediatistion

3 domesification

به هر صورت ورود به فضای مجازی شبکه‌ای، زندگی دومی^۱ است که آغاز شده و نمی‌توان آن را نادیده گرفت که این نوع زندگی در شبکه‌های اجتماعی هم چون فیس‌بوک نمود بیشتری دارد (شهبابی و قدسی، ۱۳۹۱). این شبکه هم‌اکنون، سرشناس‌ترین شبکه‌ی اجتماعی اینترنتی است، که با وجود فیلتر بودن، استقبال از آن روبه افزایش است. در این میان، دانشجویان که به‌طور معمول قشر جوان جامعه را تشکیل می‌دهند، یکی از مخاطبان اصلی شبکه‌های اجتماعی هستند که به‌دلیل برخورداری از سواد رسانه‌ای و آشنایی با فناوری‌های جدید، بیشتر از سایر اقشار جامعه از فیس‌بوک استفاده می‌کنند. البته دلیل استفاده دانشجویان از شبکه‌ی اجتماعی همچون فیس‌بوک، می‌تواند دلایل متعددی داشته باشد، ولی آنچه مشخص است، این است که شبکه‌های اجتماعی نقشی مهم و تعیین‌کننده در میان افراد جوامع مختلف، پیدا کرده‌اند و به همین خاطر از اهمیت زیادی برخوردارند.

این پژوهش درصدد روشن کردن سویه‌هایی از فراغت مجازی و چگونگی گذران فراغت مجازی و تجربه‌ی دانشجویان دانشگاه کردستان از عضویت در شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک می‌باشد. اینکه، فراغت مجازی چیست؟ و شرایط امکان فراغت مجازی چه چیزی بوده است؟ آیا فراغت مجازی جایگزینی برای فراغت واقعی است یا در راستای آن حرکت می‌کند؟ آیا برخلاف اکثر صاحب‌نظران ایران که فراغت مجازی را عامل انزوا و گوشه‌گیری و کاهش مشارکت مدنی می‌دانند، این نوع فراغت تکمیل‌کننده و تقویت‌کننده‌ی دوستی‌ها و روابط اجتماعی افراد و در ادامه‌ی ارتباطات دنیای واقعی نیست؟ آیا جوانان می‌خواهند از طریق فراغت مجازی در برابر فراغت رسمی و واقعی مقاومت نشان دهند؟

فراغت مجازی دارای چه کیفیت و سازوکارهایی است؟ آیا سازوکارهای آن متفاوت از فراغت واقعی است؟ چرا و چگونه شبکه‌های مجازی در بین گروه‌های سنی، بیشتر مورد استقبال جوانان واقع شده است؟ جوانان فراغت مجازی خود را چگونه می‌گذرانند و به چه فعالیت‌هایی می‌پردازند؟ آن‌ها از چه فعالیت‌هایی بیشتر لذت می‌برند؟ جوانان چگونه خود را در شبکه‌های اجتماعی همچون فیس‌بوک در معرض نمایش قرار می‌دهند؟ آیا چگونگی نمایش دادن آن‌ها در دنیای مجازی متفاوت از فضاهای رسمی و واقعی است؟ تکنولوژی‌های نوین ارتباطی سراسر جهان را فراگرفته‌اند و از طریق شبکه‌های جهانی و ایجاد جوامع شبکه‌ای ارتباطات دوسویه و تعاملی را بین مخاطبان این فضا شکل داده‌اند. در این میان هویت در این فضا به‌عنوان عامل سازمان‌دهنده در جوامع اطلاعاتی به‌طور برجسته‌ای حائز اهمیت است و از این طریق یعنی با ابراز هویت در محیط‌های مجازی به شیوه‌های مختلف و متنوع، جوامع مجازی سازمان‌دهی می‌شوند و امکان و فرصتی برای ابراز و اظهار خود به‌دست می‌آورند (کیا، ۱۳۹۱). حال سوال این است که، جوانان چگونه هویت‌های خود را در این فضاها به‌نمایش

می‌گذارند؟ آیا فعالیت‌های فراغتی دو جنس در شبکه‌های مجازی مشابه است یا متفاوت از همدیگرند؟ آیا همچون فراغت واقعی، در فراغت مجازی نابرابری جنسیتی وجود دارد؟ چرا از فراغت مجازی با عنوان چالش و تهدید یاد می‌کنند و آن را عامل بی‌هنجاری و سست‌کننده‌ی روابط می‌دانند؟ اگر در شبکه‌های مجازی نظارت و کنترل رسمی وجود ندارد، پس، کاربران چگونه کنترل می‌شوند؟

۱-۲- اهمیت و ضرورت تحقیق

اهمیت و ضرورت اوقات فراغت آنچنان محسوس است، که آن را به مسأله‌ای اساسی تبدیل کرده است. مشکلات و مسائل بوجود آمده از زندگی ماشینی، ساختار اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه جدید که پیوسته بر دغدغه‌ها و اضطراب‌های انسان می‌افزاید، حاکمیت نظام کار بر زندگی انسان و همچنین لزوم تجدید قوا به منظور افزایش راندمان و بازدهی اقتصادی و نیز کاهش استرس و نگرانی، نیاز به اوقات فراغت را بسیار برجسته می‌سازد، در واقع هیچ جامعه‌ی سالمی نمی‌تواند نسبت به زمان آزاد اعضایش بی‌تفاوت باشد. از طرفی هم چگونگی گذراندن اوقات فراغت با توجه به تحولات اجتماعی و پیشرفت‌های علمی و فناوری دوران معاصر به‌عنوان یک مسأله‌ی مهم مورد توجه اندیشمندان و صاحب نظران اجتماعی قرار گرفته است، به‌طوری که جامعه‌ی جدید را مصادف با تجلی «تمدن» فراغت دانسته‌اند. باید گفت که نحوه‌ی گذراندن اوقات فراغت با نظام ارزشی حاکم بر جامعه و فرد در ارتباط است و ناشی از ارزش‌های مورد قبول جامعه است و از طرف دیگر چگونگی گذراندن آن بر ارزش‌ها اثر می‌گذارد و ممکن است باعث دوام یا فروپاشی آن‌ها شود. با وجود آنکه فراغت مربوط به یک قشر و سن خاص نیست، ولی با توجه به جوانی کشور ایران و لزوم توجه به گذراندن اوقات فراغت آنان، که نقشی موثر در شکل‌گیری شخصیت و همین‌طور سازندگی جامعه دارد، اهمیت پرداختن به فراغت آنان روشن می‌گردد.

در جوامع در حال رشد، مسأله‌ی فراغت گروه‌های مختلف اجتماعی از اهمیت خاصی برخوردار است. در این گونه جوامع، نتیجه‌ی گسستن نسبی و تدریجی از مراکز سنتی گذران فراغت مانند، مسجد، امام‌زاده، قهوه‌خانه، کوه، دشت و برزن... و روی آوردن جوانان به گذراندن اوقات فراغت خود در اینترنت و دیگر شبکه‌های اجتماعی باعث شده که جوانان فراغت را به گونه‌ای بدیع که متفاوت از فراغت سنتی است، تجربه کنند. این گونه فراغت که با واسطه‌ی کامپیوتر، اینترنت و گشت‌وگذار در شبکه‌های اجتماعی صورت می‌گیرد "فراغت مجازی" خوانده می‌شود، که جوانان و به‌خصوص قشر دانشجو را به‌واسطه‌ی سواد رسانه‌ای بیشتر به‌خود جذب کرده است. نمی‌توان تغییرات بنیادین ناشی از ظهور تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی را در

عرصه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی نادیده گرفت. کاستلز^۱ معتقد است؛ از آنجا که انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباطات صورت می‌گیرد، حوزه‌ی فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود و ساخته‌ی تاریخ می‌باشد، با ظهور تکنولوژی جدید دستخوش دگرگونی‌های بنیادین می‌گردد. ورود فناوری‌های ارتباطی، دگرگونی بنیادینی را در ساختار مناسبات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است (کاستلز، ۱۳۸۴: ۳۸۳). پیامد این امر شکل‌گیری نوع جدیدی از تعاملات انسانی است که ضمن تمایز از الگوهای ارتباطی مرسوم در رسانه‌های ارتباط جمعی عملاً فرصت‌های نوینی را در جهت تجلی خود و هویت، به‌وجود آورده است (گرگی، ۱۳۸۵: ۵۳). که نظریه‌پردازان از آن به‌عنوان دنیای مجازی^۲ یاد می‌کنند که متفاوت از دنیای واقعی است. دنیای مجازی جهان شگفتی‌هاست. ظهور و بروز این دنیای شگفت‌انگیز، به‌نوعی بیانگر وجود جهان‌های مختلف در طبیعت موجود از یک سو و توانایی انسان برای کشف و خلق حوزه‌های مختلف برای حیات انسانی از سوی دیگر است.

"دنیای حسی و عینی یک جهان واقعی است. دنیای مجازی نیز یک جهان واقعی است اما از جنسی دیگر؛ ولی حرکت در این جهان مجازی یک حرکت واقعی است. تلفیق رویکردهای واقعی و مجازی در دنیای مجازی، به‌ویژه در شبکه‌های اجتماعی که یکی از مهمترین مصادیق بروز و ظهور چنین رویکرد تلفیقی است، سپهر جدیدی از امکان‌های طبیعی برای تجربه‌های انسانی را گشوده است (افراسیابی، ۱۳۹۲: ۹). قدرت ارتباطی شبکه‌های اجتماعی را در شرایط کنونی جهانی می‌توان به یک «انفجار ارتباطی» تشبیه کرد که در تلاش است تا ارتباطات وسیعی را میان افراد و شهروندان ایجاد کند، که در صحنه‌های واقعی، با این وسعت و تنوع، امکان پذیر نمی‌باشد. امری که در گذشته و در تاریخ روابط بین‌الملل در تئوری و در عمل به یک رؤیا شبیه بود. اینترنت به‌کلی این خط سیر را تغییر داده و امکان برقراری ارتباطات بین افراد و گروه‌های یک اجتماع با افراد و گروه‌های جوامع دیگر را مهیا کرده است (کوثری، ۱۳۸۶: ۴۳). که این پدیده به‌شکل واقعی خود در «شبکه‌های اجتماعی مجازی» تحقق یافته است (بل، ۱۳۸۹: ۱۰). در واقع شبکه‌های اجتماعی، محبوب‌ترین بخش‌های فضای مجازی برای استفاده عموم هستند. از کودکان و نوجوانان گرفته تا مادر بزرگ‌ها، مدارس، شرکت‌های دولتی، انجمن‌های خیریه، برندهای تجاری و ... همه و همه سعی می‌کنند در رسانه‌های اجتماعی حضور پیدا کرده و ضمن تولید محتوا برای خود، مخاطبان ثابتی دست و پا کنند و از این طریق قسمتی از اوقات فراغت خود را پر می‌کنند. بشیر و افراسیابی معتقدند که در ایران به‌دلیل کمبود امکانات تفریحی و رفاهی در زمینه‌های مختلف و همچنین اوضاع بد اقتصادی و معیشتی جوانان، و ارزان و مقرون‌به‌صرفه بودن فراغت مجازی بسیاری از جوانان به شبکه‌های

1 M. Castells

2 Virtual World

اجتماعی جذب شده‌اند (بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۰). چنانچه بر اساس آمار الکسا^۱ شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک با وجود فیلترینگ، جزء سه سایت پر بازدید در کشور محسوب می‌شود. باید گفت که دلایل و نیازهای متنوع کاربران روزبه‌روز بر رشد و دامنه گسترش شبکه‌های اجتماعی همچون فیس‌بوک می‌افزاید. در نتیجه استفاده و وابستگی به شبکه‌های اجتماعی، در زندگی فرد جایگاه مشخصی پیدا خواهد کرد، و پس از مدتی جزئی از سبک زندگی فردی و جمعی افراد یک جامعه خواهد شد.

"به این ترتیب، فضای مجازی که توسط شبکه‌های اجتماعی به وجود آمده‌اند، حاوی اطلاعات متکثر و متنوع، به‌صورت بخشی از واقعیت اجتماعی عصر جدید در می‌آید و دوران قدیم و چارچوب‌های مکانیکی جهان صنعتی را دگرگون ساخته است و ضرورت شناخت این واقعیت اجتماعی جدید نیاز به مطالعه فضای مجازی و قابلیت‌ها و امکانات آن دارد (کیا، ۱۳۹۱). این تغییرات بیش از هر چیز دیگر از رهگذر تغییر در ساختارها و الگوهای ارتباطی نه تنها بر فرهنگ جوامع معاصر تاثیر گذاشته، بلکه خود یک عرصه‌ی نوین پدید آورده که با تعبیر مختلف از آن به نام "فرهنگ الکترونیک، فرهنگ دیجیتال، فرهنگ سایبر، فرهنگ نوین" یاد شده است. این فرهنگ هنوز شاید و باید شناخته شده نیست و اگر چه تلاش‌هایی برای شناخت و اکتشاف این قاره‌ی جدید صورت گرفته، با این حال، هنوز قاره‌ای ناشناخته است که در انتظار کاشفان خود به سر می‌برد. این ناشناختگی به دلیل عدم شکل‌گیری نظریه‌های مناسب نیز هست.

آنچه مشخص است اینکه شبکه‌های اجتماعی نقشی مهم و تعیین‌کننده‌ای در میان افراد جوامع مختلف، پیدا کرده‌اند و به همین خاطر از اهمیت زیادی برخوردارند. از این‌رو، گر چه اینترنت در محافل علمی کشور بسیار مورد مطالعه قرار گرفته اما هنوز در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی مطالعات چندانی انجام نشده است و پژوهش‌های پراکنده‌ای هم که صورت پذیرفته، عمدتاً در رابطه با تاثیرات و آسیب‌شناسی این شبکه‌ها بوده است» این مسأله خود بیان‌گر این است که متأسفانه هنوز مباحث شبکه‌های اجتماعی، نه در شکل ایجابی و نه سلبی در جامعه‌ی ایران، به‌خوبی مورد مطالعه و بررسی قرار نگرفته است. بنابراین پژوهش حاضر می‌تواند برای پژوهشگران و محققان حوزه‌ی علوم اجتماعی، رسانه‌ها و مطالعات جوانان حائز اهمیت باشد. همچنین در سطح سیاست‌گذاری، فقدان شناخت و درک جامع از ماهیت و کارکردهای برخی رسانه‌های جدید و نوپا و کمرنگ بودن ادبیات مرتبط با سواد رسانه‌ای در اتخاذ رویکردی تدافعی نسبت به شبکه‌های اجتماعی مجازی بی‌تاثیر نباشد، به‌طوری که فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر با کارکرد سیاسی و تهدیدانگاران در جامعه معرفی شده‌اند. در این وضعیت نمی‌توان با داشتن تصویری مبهم و غیرشفاف از این فضا به سیاست‌گذاری برای