

The Emotional Dialectics of a Dual Lifeworld: Analyzing User Interaction Patterns in Virtual Space

Noureddin
Razavizadeh 

Assistant Professor, Department of Journalism,
Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Abstract

Technological advancements in recent decades have led to the widespread adoption of social media platforms. These platforms have become an integral part of daily life, bringing with them numerous psychological and social implications for users. Social media facilitates broad communication, the sharing of emotions, and the creation of online identities. However, alongside its advantages, this digital space also poses challenges such as loneliness, social anxiety, and psychological isolation. A key focus of this study is the role of social media in the representation and experience of emotions among users. The virtual space allows individuals to manage their emotions; however, this emotional management often entails negative aspects, including limited self-disclosure, contradictions between virtual and real-life behaviors, and the exacerbation of loneliness. Previous research has explored the impact of social media on life satisfaction, examining both its potential to enhance and diminish it. Two key aspects of social media interactions are examined: (1) the opportunities it provides for emotional expression and (2) the limitations caused by the absence of non-verbal cues. This qualitative study investigates how Iranian social media users express, manage, and experience their emotions, alongside identifying the factors contributing to their sense of loneliness.

Extended Abstract:

Literature Review

Prior studies have demonstrated the dual role of social media in users' lives. On the one hand, it enables faster communication and access to

* Corresponding Author: n.razavizadeh@atu.ac.ir

How to Cite: Razavizadeh, N. (2025). The Emotional Dialectics of a Dual Lifeworld: Analyzing User Interaction Patterns in Virtual Space, *Journal of New Media Studies*, 11(41), 299-338. DOI: 10.22054/nms.2025.83788.1806

vast information; on the other hand, it may intensify feelings of loneliness and reduce life satisfaction.

- Chou and Edge (2012): Their study revealed that observing others' lives on social media can evoke feelings of inadequacy, as social comparisons often lead to decreased life satisfaction.
- Nowland et al. (2018): This research examined the relationship between social media use and loneliness, finding that excessive engagement with virtual platforms can reduce the depth of face-to-face connections.
- Walther (1996): This study introduced the Hyperpersonal Model of computer-mediated communication (CMC), explaining how the absence of non-verbal cues in virtual interactions can lead to intensified impressions and alter their quality compared to in-person interactions.

Theoretical Framework

- Computer-Mediated Communication (CMC) Theory: This theory posits that digital communication lacks non-verbal cues such as body language, eye contact, and vocal tone. Instead, users rely on digital tools like emojis and stickers, which cannot fully replicate the depth of face-to-face interactions (Walther, 1996).
- Social Comparison Theory: Proposed by Festinger (1954), this theory suggests that individuals evaluate themselves by comparing their lives and achievements with others. On social media, such comparisons are often skewed, as users tend to share only curated highlights of their lives.
- Symbolic Interactionism: Emphasizing the importance of symbols and meanings in social interactions (Blumer, 1969), this theory explains how users utilize digital symbols to convey emotions and identities. However, these symbols are inherently limited and fail to foster profound connections.
- Information Overload Theory: This theory explains the psychological effects of receiving an overwhelming volume of information in a short period (Eppler & Mengis, 2004). Continuous exposure to diverse and often

conflicting content on social media can result in decision fatigue, stress, and mental exhaustion.

- **Connection Between Literature, Theories, and the Study:** Building upon these theories, this research examines the impact of social media on emotional expression, management, and the emergence of loneliness. The findings suggest that despite its facilitation of communication, social media often fails to fulfill users' emotional and social needs and can, at times, exacerbate psychological challenges.

Methodology

This qualitative study employs thematic analysis and in-depth interviews. The study population consists of social media users aged 18–35, with a purposive sample of 15 active users. Data were collected through semi-structured interviews and analyzed using thematic analysis. To enhance validity and reliability, member checking (participant feedback) and peer debriefing were employed.

Findings

The findings are categorized into several main themes and sub-themes, each highlighting a distinct aspect of social media's impact on users' emotions and behaviors.

1. Purposeful Emotional Representation:

Positive Emotion Sharing: Users share joyful moments to attract attention and enhance their social image.

Selective Self-Disclosure: Negative aspects of life are often concealed to project an idealized self.

2. Emotional Management in Virtual Spaces:

Anonymity for Negative Expressions: Users often resort to anonymous accounts to express negative emotions freely.

Content Removal After Negative Feedback: Users delete posts that receive unfavorable reactions.

3. Psychological Effects of Social Media:

Carryover of Virtual Emotions: Emotions experienced online influence real-life moods and interactions.

Superficiality of Virtual Emotions: Emotional expressions in virtual spaces are often transient and lack depth.

4. Loneliness Among Social Media Users:

Shallow Interactions: Relationships in virtual spaces are often superficial and lack emotional depth.

Upward Social Comparisons: Observing the curated highlights of others' lives online leads to feelings of inadequacy and negative self-evaluation.

Absence of Embodied Connection: Virtual interactions lack the physical presence and nonverbal cues essential for fulfilling real-life relationships.

5. Limitations of Virtual Communication:

Inadequate Emotional Expression: The absence of non-verbal cues (e.g., tone, body language) often leads to misunderstandings and emotional ambiguity.

Discussion and Conclusion

This study reveals that while social media facilitates extensive communication, it falls short in addressing users' deeper emotional needs. Loneliness emerges as a significant psychological consequence, exacerbated by superficial interactions, upward social comparisons, and the lack of embodied connection. Furthermore, strategic emotional management and the inherent limitations of virtual communication contribute to users' psychological isolation.

Keywords: Emotions, Virtual Space, Emotional Management, Social Relationships.



دیالکتیک عاطفی در زیست جهان دوگانه: واکاوی الگوهای تعاملی کاربران در فضای مجازی

استادیار گروه علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

سید نورالدین رضوی زاده  *

چکیده

این پژوهش به مطالعه دیالکتیک عاطفی در زیست جهان دوگانه معاصر می‌پردازد و الگوهای تعاملی و تجربیات احساسی کاربران را در تقاطع فضای فیزیکی و دیجیتال واکاوی می‌کند. روش‌شناسی پژوهش از نوع کیفی است و جامعه موردبررسی را کاربران جوان تهرانی (۱۸ تا ۳۵ سال) تشکیل می‌دهند. نمونه‌ها با استفاده از شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. حجم نمونه با ملاک اشباع نظری ۱۵ نفر تعیین گردید. برای گردآوری داده‌ها از شیوه مصاحبه نیمه ساخت‌یافته استفاده گردید و داده‌ها با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمونی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. یافته‌های پژوهش آشکار می‌سازد که دوگانگی فضای واقعی-مجازی منجر به شکل‌گیری نوعی شکاف عاطفی می‌شود که در آن، تجربیات احساسی در فضای دیجیتال، علی‌رغم سطحی‌تر و گذراتر بودن، تأثیرات ژرفی بر ساختار روان‌شناختی کاربران می‌گذارند. محدودیت‌های ذاتی ارتباطات دیجیتال، مانند فقدان نشانه‌های غیرکلامی و بازنمایی‌های ایده‌آل‌سازی شده، منجر به پیدایش الگوهای متمایزی از مدیریت عاطفی می‌شود که در آن، کاربران به‌طور فعال از راهبردهای متنوع تنظیم هیجان همچون بازسازی شناختی، سرکوب عواطف منفی و انتخاب موقعیت بهره می‌گیرند. این مطالعه با ارائه چارچوبی نظری برای درک پویایی‌های عاطفی در عصر دیجیتال، پیامدهای روان‌شناختی و اجتماعی زیست در فضای دوگانه را تبیین می‌کند و راهکارهایی برای ارتقای کیفیت تعاملات آنلاین، کاهش آسیب‌های روانی-اجتماعی ناشی از شکاف‌های عاطفی و مقایسه‌های اجتماعی در بستر شبکه‌های مجازی پیشنهاد می‌دهد. دستاوردهای این پژوهش می‌تواند در حوزه‌های روان‌شناسی دیجیتال، مطالعات ارتباطی، سیاست‌گذاری‌های فضای مجازی و برنامه‌ریزی‌های فرهنگی کاربرد داشته باشد.

کلیدواژه‌ها: احساسات، فضای مجازی، مدیریت عواطف، روابط اجتماعی.

مقدمه

در پارادایم تکنو-اجتماعی معاصر، قلمرو سایبرنتیک از یک زیرساخت تعاملی بنیادین فراتر رفته و به عرصه‌ای برای تجلی تظاهرات عاطفی-ادراکی، برساخت‌های هویتی در سطوح میکرو و ماکرو و دگردیسی الگوهای زیستی کاربران تبدیل شده است. این فضای بیناذهنی به واسطه مواجهه مستمر با جریان‌های معرفتی-اطلاعاتی، الگوهای کنش متقابل سوژه‌های انسانی با یکدیگر و خویشن خویش را بازتعریف کرده است (Castor & Fluck, 2018). مطالعات اخیر نشان می‌دهند که مناسبات در قلمرو سایبری، علی‌رغم فقدان رویارویی فیزیکی، می‌توانند به مثابه مواجهات حضوری در جهان زیسته واقعی، عمیق و معنادار باشند (Zhang et al, 2024).

یکی از تنش‌های بنیادین در این حوزه، پدیده تعلق وجودی-روانشناختی و عاطفی سوژه‌های انسانی به قلمرو سایبرنتیک است. درحالی که این فضای بیناذهنی امکان تظاهرات احساسی و برقراری مناسبات بی‌واسطه و فراگستر را فراهم می‌کند، فقدان نشانه‌های پاراوربال^۱ همچون زبان جسمانی و طنین صوتی می‌تواند به گسست‌های ادراکی و تنزل کیفی مناسبات بینجامد (Fisher & Brown, 2021). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که سوژه‌های انسانی در محیط‌های مجازی، الگوهای رفتاری و عاطفی متمایزی را نسبت به کنش‌های متقابل رودررو از خود متجلی می‌سازند (Anderson, 2024).

مواجهه با بازنمایی‌های ایدئال‌سازی شده از حیات اجتماعی مجازی، ادراک خود-کم‌بینانه و قیاس تحقیرآمیز خود-دیگری را در کاربران تقویت می‌کند (Krueger, 2019). همچنین، پدیده اشباع اطلاعاتی و رویارویی مستمر با انبوه عظیم داده‌ها و محتوا، سطح تنش و فشار روان‌شناختی سوژه‌ها را تشدید می‌نماید (Dewald & Marcus, 2017). این وضعیت به‌ویژه در کلان‌شهرهایی همچون تهران که ساکنان آن با چالش‌های متکثر زیست شهری مواجه‌اند، اهمیتی مضاعف می‌یابد.

۱. Paraverbal؛ به عناصر غیرکلامی ارتباطات کلامی اشاره دارد که همراه با گفتار به انتقال پیام کمک می‌کنند. این عناصر به نحوه بیان کلمات و نه محتوای آن‌ها مربوط می‌شود؛ مانند: لحن صدا، سرعت گفتار، حجم صدا، ارتفاع صدا (زیر و بمی) و مکث‌ها و سکوت‌ها.

مطالعات اخیر در حوزه روان‌شناسی سایبرنتیک نشان می‌دهد که مناسبات عاطفی در قلمرو مجازی می‌تواند تأثیرات ژرفی بر بهزیستی روان‌شناختی، بر ساخت‌های هویتی جمعی و کیفیت مناسبات میان ذهنی افراد داشته باشد (Wilson et al., 2024). چنین تحولاتی به‌ویژه در زمینه تظاهرات احساسی و وابستگی عاطفی به تأیید اجتماعی، پرسش‌هایی بنیادین را درباره پیامدهای درازمدت فضای مجازی بر هویت و مناسبات انسانی مطرح می‌سازد (Wang & Michaels, 2020).

در این راستا، پژوهش حاضر باهدف مطالعه دیالکتیک عاطفی در زیست‌جهان دوگانه به واکاوی الگوهای تعاملی کاربران در فضای مجازی پرداخته و ابعاد روانی-اجتماعی مناسبات عاطفی کاربران تهرانی در قلمرو سایبرنتیک را مورد مطالعه قرار می‌دهد. اهمیت این پژوهش از چند منظر قابل تبیین است: نخست، این مطالعه به فهم عمیق‌تر الگوهای کنش متقابل عاطفی در بافت فرهنگی-اجتماعی ایران یاری می‌رساند. دوم، یافته‌های این پژوهش می‌تواند به بسط راهبردهای مؤثر برای ارتقای کیفیت مناسبات آنلاین و پیشگیری از آسیب‌های محتمل کمک کند. سوم، نتایج این مطالعه می‌تواند برای کنشگران نهادی، متخصصان حوزه روان و پژوهشگران قلمرو مناسبات ارتباطی، مبنایی برای طراحی راهبردهای کنش‌گرایانه و رویکردهای تنظیم‌گری مؤثرتر فضای مجازی فراهم آورد.

در این میان، فهم ژرف‌تر از تجربه زیسته کاربران در قلمرو سایبرنتیک، ازجمله شیوه‌های کاربست، تظاهرات احساسی و تأثیر این فضا بر کنش‌های اجتماعی و روانی، اهمیتی ویژه می‌یابد. با عنایت به رشد شتابان کاربست فضای مجازی در ایران و تأثیرات فراگیر آن بر کاربران، این پژوهش می‌کوشد تا با رویکردی پدیدارشناختی، به واکاوی این تأثیرات و چالش‌های برآمده از آن بپردازد. این مطالعه باهدف ارائه تصویری جامع از پدیدارهای مرتبط با قلمرو سایبرنتیک، می‌تواند فهم عمیق‌تری از پیامدهای آن و راهبردهای مدیریت آن در سطوح فردی و اجتماعی فراهم آورد.

۱- پیشینه تجربی پژوهش

پژوهش‌های داخلی

بررسی ادبیات پژوهشی داخلی حاکی از آن است که این حوزه از دانش ارتباطات، تاکنون در کانون توجه محققان و صاحب‌نظران بومی جایگاه شایسته‌ای نیافته و مطالعات داخلی این حوزه اندک است. رضوی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «زنان و تجربه احساسات مجازی: مطالعه دختران شهر قم» با رویکرد پدیدارشناسی به بررسی تجربه دختران از احساسات در فضای مجازی پرداخته است. یافته‌ها نشان داد که احساسات کاربران در فضای مجازی با زندگی واقعی آن‌ها درهم‌تنیده است. مشارکت‌کنندگان تمایل داشتند احساسات خود را به صورت پنهان و در قالب‌هایی مانند عکس و متن بیان کنند. همچنین، آن‌ها تجربه «غرق شدن در فضای مجازی» و «همذات‌پنداری با محتوای احساسی» را گزارش کردند که به عمیق‌تر شدن تجربه آن‌ها در فضای مجازی منجر می‌شد. این پژوهش تأکید دارد که ورود به فضای مجازی می‌تواند احساسات کاربران را بازتعریف کند و حتی عواقب روانی و اجتماعی برای آن‌ها ایجاد کند.

مشایخ و برجعلی (۱۳۸۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه احساس تنهایی و نوع استفاده از اینترنت در گروه دانش‌آموزان دبیرستانی» به بررسی ارتباط احساس تنهایی و استفاده از اینترنت در میان دانش‌آموزان پرداخته است. یافته‌ها نشان داد که استفاده مفرط از اینترنت، به‌ویژه چت کردن، می‌تواند با افزایش احساس تنهایی در دانش‌آموزان مرتبط باشد. پژوهش تأکید دارد که نوع تعاملات کاربران در اینترنت (مانند تعاملات سطحی یا عمیق) بر احساسات آن‌ها تأثیرگذار است و استفاده از اینترنت به‌عنوان ابزاری برای کاهش تنهایی، ممکن است نتیجه معکوس داشته باشد.

پژوهش‌های خارجی

والتر (۱۹۹۶) در پژوهش خود با عنوان «ارتباطات میانجی‌شده رایانه‌ای: تعاملات غیرشخصی، بین‌فردی و فرابین‌فردی» به بررسی نحوه انتقال احساسات در ارتباطات

دیالکتیک عاطفی در زیست جهان دوگانه: واکاوی الگوهای تعاملی کاربران در فضای مجازی؛ رضوی زاده | ۳۰۷

دیجیتال پرداخت و دریافت که ابزارهای نمادین مانند ایموجی ها و متن ها می توانند جایگزینی برای نشانه های غیر کلامی در فضای مجازی باشند. باین حال، این ابزارها نمی توانند به طور کامل حس و لحن گوینده را منتقل کنند و گاهی سوء تفاهم هایی ایجاد می شود. او همچنین مفهوم تعامل فرابین فردی را مطرح کرد که نشان می دهد در فضای مجازی، روابط می توانند فراتر از انتظارات اولیه گسترش یابند (Walther, 1996).

پژوهش چو و آج (۲۰۱۲) با عنوان «آنها خوشحال ترند و زندگی بهتری دارند: تأثیر استفاده از فیس بوک بر ادراک زندگی دیگران» نشان داد که مشاهده محتوای زندگی دیگران در شبکه های اجتماعی، به ویژه محتوای موفقیت آمیز و شاد، می تواند احساس ناکافی بودن و کاهش رضایت از زندگی را در کاربران تقویت کند. چو و آج (۲۰۱۲) همچنین تأکید کردند که این مقایسه اجتماعی می تواند به احساس حسادت و افسردگی منجر شود و بر سلامت روانی کاربران تأثیر منفی بگذارد (Chou & Edge, 2012).

پژوهش وانگ و میشلز (2020) با عنوان «اشتراک گذاری احساسی در عصر دیجیتال: تأثیر رسانه های اجتماعی بر بهزیستی شخصی» نشان داد که کاربران فضای مجازی برای ابراز احساسات خود، به ویژه احساسات مثبت، به شدت به رسانه های اجتماعی وابسته هستند. این وابستگی به تأیید اجتماعی و دریافت بازخورد مثبت می تواند در کوتاه مدت احساس رضایت و شادی ایجاد کند، اما در بلندمدت ممکن است به استرس و وابستگی روانی منجر شود (Wang & Michaels, 2020).

اپلر و منگیس (۲۰۰۴) در پژوهشی با عنوان «مفهوم استرس اطلاعاتی: مرور ادبیات از علوم سازمانی و مرتبط» به بررسی اثرات حجم بالای اطلاعات در فضای مجازی بر توانایی کاربران در مدیریت احساسات و تصمیم گیری پرداختند. یافته ها نشان داد که بمباران اطلاعاتی مداوم در فضای مجازی می تواند احساس خستگی ذهنی و استرس روانی ایجاد کند. کاربران برای مقابله با این استرس، روش هایی نظیر کاهش استفاده از فضای مجازی را به کار می گیرند (Eppler & Mengis, 2004).

پژوهش فیشر و براون (۲۰۲۱) با عنوان «ابراز احساسات آنلاین: محدودیت های

ایموجی‌ها و گیف‌ها در ارتباطات دیجیتال» نشان داد که ایموجی‌ها و گیف‌ها به عنوان ابزارهای اصلی انتقال احساسات در فضای مجازی، می‌توانند نقش مهمی در کاهش سوء تفاهم‌های ارتباطی ایفا کنند، اما همچنان در مقایسه با ارتباطات حضوری محدودیت‌هایی دارند. فیشر و براون (۲۰۲۱) همچنین دریافتند که استفاده از این ابزارها اغلب منجر به ایجاد معانی چندگانه و تفسیرهای مختلف در میان کاربران می‌شود (Fisher & Brown, 2021).

۲- مبانی نظری تحقیق

فضای مجازی به یکی از مهم‌ترین عرصه‌های تعاملات انسانی در قرن بیست و یکم تبدیل شده است. این فضا، به دلیل ماهیت چندلایه و انعطاف‌پذیر خود، بر ابعاد مختلف روانی، اجتماعی و ارتباطی کاربران تأثیر گذاشته است. در این تحقیق، با استفاده از چهار نظریه کلیدی، تلاش می‌شود تا پیچیدگی‌های این پدیده تحلیل شود.

نظریه تنظیم عاطفی

نظریه تنظیم عاطفی یکی از نظریه‌های کلیدی در روانشناسی است که به خوبی می‌تواند رفتار کاربران در فضای مجازی را توضیح دهد. این نظریه به ویژه در تحلیل راهبردهایی که کاربران برای مدیریت احساسات خود در تعاملات دیجیتال به کار می‌گیرند، مفید است. نظریه تنظیم عاطفی^۱ که توسط جیمز گراس (۱۹۹۸) ارائه شده است، به فرآیندهایی اشاره دارد که افراد برای مدیریت و تعدیل احساسات خود استفاده می‌کنند. این نظریه بر این ایده استوار است که افراد به طور فعالانه تلاش می‌کنند تا احساسات خود را در موقعیت‌های مختلف تنظیم کنند تا به اهداف شخصی، اجتماعی و موقعیتی خود دست یابند. تنظیم عاطفی می‌تواند هم به صورت آگاهانه و هم ناخودآگاه انجام شود و شامل راهبردهای مختلفی است که افراد برای کنترل احساسات خود به کار می‌گیرند. گراس در نظریه خود دو مرحله اصلی را برای تنظیم عاطفی مطرح می‌کند:

1. Emotion Regulation Theory

دیالکتیک عاطفی در زیست‌جهان دوگانه: واکاوی الگوهای تعاملی کاربران در فضای مجازی؛ رضوی زاده | ۳۰۹

۱. تنظیم پیش از واقعه^۱: این مرحله شامل راهبردهایی است که قبل از بروز کامل احساسات انجام می‌شود، مانند تغییر توجه یا بازسازی شناختی.

۲. تنظیم پس از واقعه^۲: این مرحله شامل راهبردهایی است که پس از بروز احساسات انجام می‌شود، مانند سرکوب احساسات یا ابراز کنترل شده آن‌ها (Gross, 1998).

راهبردهای اصلی تنظیم عاطفی:

- بازسازی شناختی^۳: تغییر تفسیر فرد از یک موقعیت برای تعدیل احساسات.
- سرکوب عاطفی^۴: کنترل یا پنهان کردن احساسات پس از بروز آن‌ها.
- تغییر توجه^۵: تغییر تمرکز فرد از محرک‌های عاطفی به چیزهای دیگر.
- انتخاب موقعیت^۶: اجتناب از موقعیت‌هایی که ممکن است احساسات منفی ایجاد کنند (Gross, 2015).

کاربرد نظریه در فضای مجازی؛ کاربران از راهبردهای مختلفی مانند پنهان کردن احساسات منفی یا استفاده از حساب‌های فیک برای تنظیم عواطف خود استفاده می‌کنند. این نظریه با مضمون راهبردهای تنظیم عاطفی در فضای سایبری مرتبط است. در فضای مجازی، کاربران از راهبردهای تنظیم عاطفی برای مدیریت احساسات خود استفاده می‌کنند. برای مثال، ممکن است از بازسازی شناختی برای تفسیر مجدد پیام‌های منفی استفاده کنند یا از سرکوب عاطفی برای پنهان کردن احساسات منفی در تعاملات آنلاین بهره ببرند. این نظریه به خوبی با مضمون راهبردهای تنظیم عاطفی در فضای سایبری همخوانی دارد.

نظریه حضور اجتماعی

نظریه حضور اجتماعی^۷ یکی از نظریه‌های کلیدی در حوزه ارتباطات دیجیتال است که به

-
1. Antecedent-Focused Regulation
 2. Response-Focused Regulation
 3. Cognitive Reappraisal
 4. Expressive Suppression
 5. Attention Deployment
 6. Situation Selection
 7. Social Presence Theory

بررسی میزان احساس حضور و نزدیکی بین افراد در محیط‌های ارتباطی می‌پردازد. این نظریه به‌ویژه در تحلیل کیفیت ارتباطات در فضای مجازی و تأثیر محدودیت‌های ارتباطی بر احساسات و تعاملات کاربران مفید است. نظریه حضور اجتماعی توسط جان شورت و ادین ویلیامز و بروس کریستی (۱۹۷۶) مطرح شده است و به میزان حضور و نزدیکی احساسی بین افراد در ارتباطات دیجیتال اشاره دارد. در فضای مجازی، حضور اجتماعی کم‌تر است و این امر می‌تواند منجر به احساس فاصله عاطفی و محدودیت‌های ارتباطی شود. این نظریه با مضمون محدودیت‌های ساختاری ارتباطات دیجیتال مرتبط است. حضور اجتماعی به معنای توانایی افراد برای ایجاد حس حضور و ارتباط واقعی با دیگران در یک محیط ارتباطی است. هرچه حضور اجتماعی بیشتر باشد، افراد احساس می‌کنند که ارتباط آن‌ها واقعی‌تر و شخصی‌تر است.

مفاهیم کلیدی نظریه حضور اجتماعی

۱. حضور اجتماعی: حضور اجتماعی^۱ به میزان احساس حضور و نزدیکی بین افراد در یک محیط ارتباطی اشاره دارد. حضور اجتماعی بالا به معنای احساس ارتباط واقعی و شخصی‌تر است، درحالی‌که حضور اجتماعی پایین به معنای احساس فاصله و غیرشخصی بودن ارتباط است.

۲. رسانه‌های ارتباطی^۲: نظریه حضور اجتماعی بر این ایده استوار است که رسانه‌های مختلف (مانند ایمیل، چت، تماس تصویری) سطح متفاوتی از حضور اجتماعی را ارائه می‌دهند. رسانه‌هایی که امکان انتقال نشانه‌های غیرکلامی (مانند لحن صدا، حالات چهره و زبان بدن) را فراهم می‌کنند، حضور اجتماعی بالاتری دارند.

۳. تأثیر بر ارتباطات: حضور اجتماعی بر کیفیت ارتباطات تأثیر می‌گذارد. در محیط‌هایی با حضور اجتماعی بالا، افراد احساس می‌کنند که ارتباط آن‌ها واقعی‌تر و مؤثرتر است، درحالی‌که در محیط‌هایی با حضور اجتماعی پایین، ممکن است احساس فاصله و

1. Social Presence

2. Communication Media

سوء تفاهم بیشتر شود (Short et al, 1976).

کاربرد نظریه حضور اجتماعی در فضای مجازی: در فضای مجازی، حضور اجتماعی به دلیل محدودیت‌های ارتباطات دیجیتال (مانند نبود نشانه‌های غیر کلامی) اغلب پایین‌تر است. این امر می‌تواند منجر به احساس فاصله عاطفی و محدودیت‌های ارتباطی شود. برای مثال، در پیام‌های متنی، نبود لحن و حالات چهره ممکن است منجر به سوء تفاهم شود. بااین حال، استفاده از رسانه‌هایی مانند تماس تصویری یا ایموجی‌ها می‌تواند حضور اجتماعی را افزایش دهد.

نظریه تعاملات نمادین

تعاملات نمادین^۱، نظریه‌ای است که بر اهمیت نشانه‌ها و معانی در تعاملات اجتماعی تأکید دارد (Blumer, 1969). این نظریه یکی از نظریه‌های کلیدی در جامعه‌شناسی است که توسط جرج هربرت میلد^۲ و هربرت بلومر^۳ توسعه یافت. این نظریه بر این ایده استوار است که افراد از طریق تعاملات اجتماعی و استفاده از نمادها (مانند زبان، علائم و نشانه‌ها) معنا را خلق و تفسیر می‌کنند. تعاملات نمادین به افراد امکان می‌دهد تا جهان اجتماعی خود را درک کنند و رفتارهای خود را بر اساس تفسیرهایشان از موقعیت‌ها تنظیم کنند.

این نظریه در فضای مجازی نیز کاربرد دارد، جایی که کاربران از ابزارهای نمادین مانند ایموجی‌ها، گیف‌ها و پیام‌های متنی برای انتقال احساسات و برقراری ارتباط استفاده می‌کنند (Walther, 1996). نبود نشانه‌های غیر کلامی مانند لحن و زبان بدن در فضای مجازی، موجب می‌شود کاربران از این ابزارها برای جبران این کمبود استفاده کنند؛ اما این ابزارها همیشه قادر به انتقال دقیق احساسات نیستند و ممکن است سوء تفاهم‌هایی ایجاد شود.

1. Symbolic Interactionism

2. George Herbert Mead

3. Herbert Blumer

مفاهیم کلیدی نظریه تعاملات نمادین

۱. نمادها^۱: نمادها عناصری هستند که افراد از طریق آن‌ها با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. زبان، کلمات، حرکات بدن و حتی اشیاء می‌توانند به عنوان نماد عمل کنند.
 ۲. معنا^۲: معنا از طریق تعاملات اجتماعی شکل می‌گیرد. افراد به نمادها معنا می‌دهند و این معنا از طریق تعامل با دیگران تغییر می‌کند.
 ۳. تفسیر^۳: افراد موقعیت‌ها و رفتارهای دیگران را تفسیر می‌کنند و بر اساس این تفسیرها رفتار خود را تنظیم می‌کنند.
 ۴. خود^۴: خود از طریق تعاملات اجتماعی شکل می‌گیرد. افراد خود را از طریق نگاه دیگران به خودشان درک می‌کنند (مفهوم «خود آینه‌ای»).
 ۵. تعامل^۵: تعاملات اجتماعی فرآیندی پویا هستند که در آن افراد به‌طور مداوم معنا را خلق و تفسیر می‌کنند (Walther, 1996).
- کاربرد نظریه در فضای مجازی: در فضای مجازی، تعاملات نمادین به شکل‌های مختلفی بروز می‌یابد. کاربران از نمادهایی مانند ایموجی‌ها، گیف‌ها، متن‌ها و تصاویر برای انتقال معنا و احساسات خود استفاده می‌کنند. این نمادها به کاربران امکان می‌دهند تا در غیاب نشانه‌های غیرکلامی (مانند لحن صدا و زبان بدن) ارتباط مؤثرتری برقرار کنند. نظریه تعاملات نمادین به خوبی می‌تواند رفتار کاربران در فضای مجازی و نحوه استفاده آن‌ها از نمادها برای ایجاد معنا و ارتباط را توضیح دهد.

نظریه تعاملات میانجی‌شده

نظریه تعاملات میانجی‌شده^۶ به بررسی نحوه ارتباطات انسانی در محیط‌های دیجیتال و فناوری‌محور می‌پردازد. این نظریه که در اواخر دهه ۱۹۸۰ و اوایل ۱۹۹۰ توسعه یافت،

-
1. Symbols
 2. Meaning
 3. Interpretation
 4. Self
 5. Interaction
 6. Computer-Mediated Communication - CMC Theory

دیالکتیک عاطفی در زیست جهان دوگانه: واکاوی الگوهای تعاملی کاربران در فضای مجازی؛ رضوی زاده | ۳۱۳

به طور خاص بر تفاوت های ارتباطات میانجی شده با تعاملات رودرو تأکید دارد (Walther, 1996). این نظریه توضیح می دهد که چگونه ابزارهای دیجیتال مانند متن، تصویر، ایموجی و صدا، جایگزین زبان بدن، لحن و دیگر نشانه های غیر کلامی در ارتباطات حضوری می شوند. مهم ترین ابعاد اصلی نظریه به شرح ذیل هستند؛

کمبود نشانه ها: ارتباطات میانجی شده فاقد بسیاری از نشانه های غیر کلامی (مانند زبان بدن، تماس چشمی و لحن صدا) هستند که در تعاملات رودرو وجود دارند. این کمبود ممکن است منجر به سوء تفاهم در انتقال احساسات شود (Walther, 1996).

تعاملات غیر شخصی: در ارتباطات میانجی شده، تعاملات اغلب غیر شخصی تر به نظر می رسند، زیرا کاربران قادر نیستند شخصیت یا هیجانات واقعی خود را به خوبی منتقل کنند. والتر (۱۹۹۶) اشاره می کند که تعاملات در فضای مجازی گاهی حتی از تعاملات حضوری فراتر می روند، زیرا کاربران زمان بیشتری برای تنظیم پیام ها و انتخاب نشانه های خاص دارند. این موضوع باعث می شود که تعاملات میانجی شده در برخی مواقع عمیق تر و صمیمانه تر به نظر برسند.

ویژگی های کلیدی ارتباطات میانجی شده

ناشناس بودن: ناشناس بودن نسبی در ارتباطات میانجی شده باعث می شود کاربران آزادانه تر احساسات خود را بیان کنند، اما این ویژگی گاهی می تواند باعث ایجاد تناقض در هویت یا رفتارهای غیرصادقانه شود.

مدیریت زمان: کاربران فرصت بیشتری برای تنظیم و ویرایش پیام ها دارند که باعث می شود پیام های دقیق تری ارسال کنند.

کنترل بر بازنمایی خود: کاربران می توانند هویت خود را در فضای مجازی به شکلی بازنمایی کنند که با شخصیت واقعی شان متفاوت باشد.

استفاده از نشانه های جایگزین: ابزارهایی مانند ایموجی ها، گیف ها و استیکرها برای جبران کمبود نشانه های غیر کلامی به کار می روند (Fisher & Brown, 2021). از جمله

مزایای این نوع ارتباط، دسترسی گسترده و امکان برقراری ارتباط بین افراد بدون محدودیت مکانی و زمان است. مزیت دیگر انعطاف‌پذیری است. کاربران می‌توانند پیام‌ها را در زمان مناسب تنظیم و ارسال کنند. همچنین تعاملات فوق‌العاده شخصی می‌توانند باعث تقویت اعتماد در ارتباطات آنلاین شوند.

از سوی دیگر محدودیت‌هایی نیز دارد. ناشناس بودن نسبی باعث می‌شود برخی افراد رفتارهای غیرصادقانه‌ای نشان دهند. از سوی دیگر، نبود لحن و زبان بدن گاهی باعث سوء تفاهم و اشتباه در تفسیر پیام‌ها می‌شود. همچنین تعاملات میانجی‌شده می‌توانند به ایجاد وابستگی به فضای مجازی منجر شوند.

۳- روش پژوهش

این پژوهش با رویکرد کیفی و به منظور بررسی ابعاد روانی و اجتماعی احساسات و وابستگی‌های رفتاری کاربران فضای مجازی انجام شد. روش کیفی به پژوهشگر این امکان را می‌دهد که از طریق ورود عمیق به تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان، معنای پدیده‌های مورد مطالعه را کشف و تحلیل کند. تحقیق کیفی به رویکردی در پژوهش اطلاق می‌شود که باهدف درک معانی، تجارب و پدیده‌ها از دیدگاه مشارکت‌کنندگان، داده‌های غیر عددی را جمع‌آوری و تحلیل می‌کند. این روش معمولاً برای بررسی موضوعات پیچیده و زمینه‌های فرهنگی یا اجتماعی استفاده می‌شود که نمی‌توان آن‌ها را به راحتی با اعداد و مقادیر کمی توضیح داد (Creswell & Poth, 2016).

جامعه مورد بررسی و شیوه نمونه‌گیری؛ جامعه آماری این پژوهش را افراد ۱۸ تا ۳۵ ساله شهر تهران تشکیل داده‌اند. این گروه سنی به دلیل ارتباط بیشتر با فضای مجازی و نقش فعال‌تر در شبکه‌های اجتماعی به عنوان جامعه هدف انتخاب شدند.

شیوه نمونه‌گیری؛ روش نمونه‌گیری این تحقیق، هدفمند بود. این روش در پژوهش‌های کیفی برای انتخاب مشارکت‌کنندگانی که تجربه مرتبط و اطلاعات غنی درباره موضوع تحقیق دارند، به کار می‌رود (Patton, 2002). مشارکت‌کنندگان با معیارهایی نظیر سن ۱۸ تا ۳۵ سال، استفاده مستمر از فضای مجازی و توانایی بیان تجارب

مرتبط با موضوع تحقیق انتخاب شدند.

حجم نمونه بر اساس اصل اشباع نظری تعیین شد؛ به این معنا که فرایند گردآوری داده‌ها تا زمانی ادامه یافت که داده‌های جدید، اطلاعات تازه‌ای به تحلیل اضافه نکردند (Guest et al., 2006). در این پژوهش، اشباع نظری با ۱۵ مصاحبه حاصل شد.

شیوه گردآوری داده‌ها؛ برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. این نوع مصاحبه به دلیل انعطاف‌پذیری بالا، امکان بررسی عمیق موضوعات و کشف معانی پنهان را فراهم می‌کند. همچنین، پژوهشگر می‌تواند ضمن استفاده از چارچوب کلی سؤالات، موضوعات جدیدی که در جریان مصاحبه ظاهر می‌شوند را دنبال کند (Kvale & Brinkmann, 2009).

هر مصاحبه به‌طور متوسط بین ۴۵ تا ۶۰ دقیقه به طول انجامید و با رضایت مشارکت‌کنندگان ضبط شد. پس از ضبط، متن مصاحبه‌ها به‌طور کامل پیاده‌سازی و آماده تحلیل شد.

شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها؛ برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمونی^۱ استفاده شد که توسط براون و کلارک (۲۰۰۶) توسعه یافته است. این روش شامل مراحل زیر است:

۱. آشنایی با داده‌ها: خوانش مکرر متن مصاحبه‌ها برای شناسایی الگوها.
۲. کدگذاری اولیه: استخراج مفاهیم کلیدی و کدگذاری آن‌ها.
۳. شناسایی مضامین: گروه‌بندی کدها و استخراج مضامین اصلی و فرعی.
۴. مرور مضامین: ارزیابی و بازبینی مضامین برای بررسی انسجام آن‌ها.
۵. تعریف و نام‌گذاری مضامین: ارائه تعاریف دقیق برای هر مضمون.
۶. تهیه گزارش نهایی: ترکیب یافته‌ها و مضامین با متن مقاله.

پایایی و روایی تحقیق؛ در تحقیق کیفی، پایایی به معنای ثبات و انسجام در فرایند گردآوری و تحلیل داده‌هاست. در پژوهش کیفی، پایایی از طریق شفافیت و قابلیت بازتولید فرایندها تضمین می‌شود. یکی از استراتژی‌های رایج برای تضمین پایایی بازبینی

توسط همکار پژوهشی است. بر این اساس تحلیل بخشی از داده‌ها توسط یک پژوهشگر دیگر به طور مستقل انجام می‌شود و نتایج مقایسه می‌شوند (Noble & Smith, 2015). در این پژوهش برای تضمین دقت و صحت یافته‌ها، بخشی از داده‌ها توسط یک همکار پژوهشی به طور مستقل کدگذاری شد. توافق میان پژوهشگران بر سر کدها و مضامین، پایایی نتایج را تأیید کرد.

روایی در تحقیق کیفی به معنای دقت و صحت در بازنمایی واقعیت‌ها و معانی مشارکت‌کنندگان است. برای تضمین روایی، از استراتژی تست اعضا^۱ (Lincoln & Guba, 1985) استفاده شد. در این روش یافته‌های تحقیق به مشارکت‌کنندگان بازگردانده شد تا صحت برداشت‌های پژوهشگر از تجارب آن‌ها تأیید شود.

یافته‌های تحقیق

این پژوهش به بررسی الگوهای تعاملی کاربران تهرانی در فضای مجازی پرداخته و مضامین اصلی و فرعی مرتبط با تجارب عاطفی و رفتاری آنان را در دو فضای واقعی و مجازی تحلیل کرده است. با تحلیل مضمونی داده‌های گردآوری‌شده از مصاحبه‌های عمیق، پنج مضمون اصلی شناسایی و هر مضمون اصلی به چند مضمون فرعی تقسیم شده است. در ادامه، مضامین اصلی و فرعی به همراه توضیحات مربوطه و استفاده از نقل‌قول‌های شرکت‌کنندگان ارائه می‌شوند. شش مضمون اصلی این پژوهش همراه با مضامین فرعی در جدول شماره یک آورده شده‌اند.

جدول ۱. ماتریس مضامین اصلی و فرعی پژوهش

مضامین اصلی	مضامین فرعی
۱. تنهایی پارادوکسیکال در عصر دیجیتال	• فقر عاطفی در وفور ارتباطی: دیالکتیک کمیت-کیفیت در تعاملات دیجیتال • شکاف خود-دیگری در صحنه نمایش دیجیتال: دوگانگی واقعیت و بازنمایی

مضامین اصلی	مضامین فرعی
۲. مدیریت نمایشی هویت دیجیتال	• بازنمایی انتخابی عواطف مثبت • وابستگی به بازخوردهای تأییدکننده اجتماعی • محدودیت‌های خودشناسی اصیل
۳. راهبردهای تنظیم عاطفی در فضای سایبری	• خودشناسی نامناسب عواطف منفی • اضطراب ناشی از اشباع اطلاعاتی
۴. دوگانگی تجربه عاطفی در فضای واقعی-مجازی	• تفاوت در شدت و اصالت تجربه عاطفی • استمرار بین فضایی عواطف
۵. ناهمسازی رفتاری در فضای دوگانه واقعی-مجازی	• دوگانگی در الگوهای تعاملی • ناهمخوانی شناختی-رفتاری • تأثیر صفات شخصیتی بر رفتار دوفضایی
۶. محدودیت‌های ساختاری ارتباطات دیجیتال	• نارسایی در شکل‌گیری روابط بین‌فردی عمیق • محدودیت‌های نشانه‌شناختی ارتباطات • جبران‌سازی نمادین در ارتباطات

نخستین مضمون اصلی: تنهایی پارادوکسیکال در عصر دیجیتال

احساس تنهایی در عصر دیجیتال پدیده‌ای پیچیده و چندوجهی است که در تقاطع فضای مجازی و واقعی شکل می‌گیرد. این پدیده به تجربه ذهنی فرد از انقطاع اجتماعی-عاطفی اشاره دارد که علی‌رغم حضور در شبکه‌ای گسترده از روابط مجازی رخ می‌دهد (Nowland et al., 2018; Primack et al., 2017). پارادوکس موجود در این پدیده از آنجا نشأت می‌گیرد که افزایش کمی ارتباطات در فضای مجازی نه تنها به کاهش احساس تنهایی منجر نمی‌شود، بلکه می‌تواند آن را تشدید کند (Twenge et al., 2018).

احساس تنهایی به حالتی اشاره دارد که فرد به دلیل کمبود روابط عمیق و معنادار، انزوا و انقطاع از دیگران را تجربه می‌کند. در بستر شبکه‌های اجتماعی، این احساس به دلیل تعاملات سطحی، مقایسه اجتماعی و نبود روابط حضوری تشدید می‌شود (Nowland et al., 2018). شبکه‌های اجتماعی اگرچه ابزارهایی برای گسترش تعاملات میان کاربران فراهم می‌کنند، اما این تعاملات اغلب فاقد عمق و کیفیت لازم برای ایجاد روابط معنادار

هستند. کاربران در چنین فضایی ممکن است با تضاد میان ارتباطات گسترده و احساس انزوا مواجه شوند (Nowland et al., 2018). در چهارچوب این مضمون، داده‌های تحقیق به دو مضمون فرعی اشاره داشتند؛

۱. فقر عاطفی در وفور ارتباطی: دیالکتیک کمیت-کیفیت در تعاملات دیجیتال

۲. شکاف خود-دیگری در صحنه نمایش دیجیتال: دوگانگی واقعیت و بازنمایی

فقر عاطفی در وفور ارتباطی: دیالکتیک کمیت-کیفیت در تعاملات دیجیتال؛ پارادوکس عصر دیجیتال در این مضمون خود را به شکل تناقضی آشکار میان گستردگی شبکه ارتباطی و عمق پیوندهای عاطفی نشان می‌دهد. این مسئله در تجربه زیسته کاربران به خوبی نمایان است. چنانکه یکی از مصاحبه‌شوندگان بیان می‌کند: «صدها نفر استوری‌هام رو می‌بینن، ولی وقتی می‌خوام با کسی حرف بزنم، هیچ کس نیست». این روایت نشان‌دهنده شکاف عمیق میان کثرت مخاطبان و فقدان ارتباط معنادار است. مصاحبه‌شونده دیگری این تجربه را چنین توصیف می‌کند: «فضای مجازی پر از آدمه، ولی همه‌شون مثل رهگذرن؛ هیچ کسی نیست که بتونی روش حساب کنی». استعاره «رهگذر» به خوبی ماهیت گذرا و سطحی روابط در فضای مجازی را آشکار می‌سازد.

درمجموع، تناقض موجود میان فراوانی کمی ارتباطات و فقر کیفی آن‌ها، به شکل گیری نوعی تنهایی پارادوکسیکال منجر می‌شود که در آن، فرد علی‌رغم برخورداری از شبکه گسترده‌ای از مخاطبان، فاقد پیوندهای عاطفی معنادار است. این پدیده را می‌توان نمودی از بحران صمیمیت در عصر ارتباطات دیجیتال دانست.

شکاف خود-دیگری در صحنه نمایش دیجیتال: دوگانگی واقعیت و بازنمایی؛ از آنجایی که شبکه‌های اجتماعی به تعبیر گافمن فضای نمایش است تولیدکنندگان محتوا در شبکه‌های اجتماعی، همواره تلاش می‌کنند ابعاد پرزرق و برقی از زندگی خود را به دیگران نمایش دهند؛ بنابراین مشاهده زندگی‌های به ظاهر شاد و موفق دیگران توسط کاربران در شبکه‌های اجتماعی سبب می‌شود تا آن‌ها حس ناکافی بودن و نارضایتی از زندگی خود را تجربه کنند (Verduyn et al., 2017)؛ بنابراین، فضای مجازی به مثابه

صحنه‌ای برای نمایش روایت‌های بهینه‌سازی شده از خود عمل می‌کند. این مسئله در تجربه کاربران به شکل شکافی عمیق میان واقعیت زندگی خود و تصویر ایده‌آل‌سازی شده دیگران نمود می‌یابد. چنانکه یکی از مصاحبه‌شوندگان می‌گوید: «وقتی عکس‌های مسافرت بقیه رو می‌بینم، حس می‌کنم زندگی من هیچ چیز نداره». این روایت نشان‌دهنده تأثیر عمیق مقایسه‌های اجتماعی بر ادراک فرد از خود است. مصاحبه‌شونده دیگری این تجربه را چنین بیان می‌کند: «دیدن زندگی شاد و پر از دوستی بقیه باعث می‌شه فکر کنم خیلی تنهاترم از چیزی که هستم». این گفته به‌خوبی نشان می‌دهد چگونه مواجهه با بازنمایی‌های ایده‌آل‌سازی شده می‌تواند به تحریف ادراک فرد از واقعیت زندگی خود و تشدید حس تنهایی منجر شود.

درمجموع، شکاف میان واقعیت زندگی و بازنمایی‌های ایده‌آل‌سازی شده در فضای مجازی، به شکل‌گیری نوعی خودانگاره تحریف‌شده منجر می‌شود که در آن، فرد خود را در مقایسه با تصاویر غیرواقعی دیگران، ناکافی و تنها می‌پندارد. این فرآیند نشان‌دهنده چگونگی تأثیر دیالکتیک واقعیت-بازنمایی بر تجربه تنهایی در عصر دیجیتال است.

دومین مضمون اصلی: مدیریت نمایشی هویت دیجیتال

مدیریت نمایشی هویت دیجیتال به فرآیند آگاهانه‌ای اشاره دارد که در آن افراد با انتخاب، ویرایش و به اشتراک‌گذاری محتوا در فضای مجازی، تصویری خاص از خود ارائه می‌دهند. این فرآیند شامل دستکاری و تنظیم هویت دیجیتالی به‌منظور ایجاد تصویری مطلوب و موردپذیرش در شبکه‌های اجتماعی است. بر اساس نظریه‌های جامعه‌شناسی و روانشناسی، این رفتار ناشی از نیاز به تأیید اجتماعی، جلب توجه و حفظ جایگاه در گروه‌های اجتماعی است (Goffman, 1959; Zhao et al., 2008).

در فضای مجازی، کاربران با استفاده از ابزارهایی مانند فیلترها، ویرایش عکس‌ها و انتخاب دقیق محتوا، هویت خود را به گونه‌ای نمایش می‌دهند که با انتظارات و هنجارهای اجتماعی هماهنگ باشد. این رفتار اغلب تحت تأثیر فشارهای اجتماعی و تمایل به ایجاد تصویری ایده‌آل از خود قرار دارد. مطالعات نشان می‌دهند که مدیریت نمایشی هویت

دیجیتال می‌تواند منجر به ایجاد فاصله بین هویت واقعی و هویت مجازی شود که این امر ممکن است تأثیرات روانی مانند اضطراب و کاهش عزت‌نفس را به همراه داشته باشد (Vogel et al., 2014; Meier & Schäfer, 2018).

داده‌های تحقیق در چهارچوب این مضمون اصلی قابل تفکیک به سه مضمون فرعی هستند که عبارت‌اند از؛

۱. بازنمایی انتخابی عواطف مثبت

۲. وابستگی به بازخوردهای تأییدکننده اجتماعی

۳. محدودیت‌های خودشناسی اصیل

بازنمایی انتخابی عواطف مثبت: بازنمایی عواطف مثبت به فرآیندی اشاره دارد که در آن کاربران تمایل دارند لحظات شاد، موفقیت‌ها و تجربیات مثبت زندگی خود را در فضای مجازی به اشتراک بگذارند. این رفتار اغلب باهدف دریافت بازخوردهای مثبت از دیگران، ایجاد تصویری مطلوب از خود و تقویت حس تعلق اجتماعی انجام می‌شود. بر اساس مطالعات روانشناسی اجتماعی، اشتراک‌گذاری عواطف مثبت می‌تواند به افزایش احساس شادی و رضایت در کاربران منجر شود، اما درعین حال ممکن است باعث ایجاد فشار برای حفظ این تصویر مثبت و مقایسه اجتماعی منفی در دیگران شود. یکی از شرکت‌کنندگان بیان کرد: «به اشتراک گذاشتن لحظات خوشایند باعث می‌شود انرژی مثبت بگیرم و احساس کنم تنها نیستم». مشارکت‌کننده‌ای دیگر بیان داشت: «پست کردن لحظات خوشایند باعث میشه آدم انرژی بگیره و حس کنه تنها نیست». این رفتار نشان‌دهنده تمایل کاربران به دریافت بازخوردهای مثبت از دیگران است.

وابستگی به بازخوردهای تأییدکننده اجتماعی؛ وابستگی به بازخوردهای تأییدکننده اجتماعی به تمایل کاربران برای دریافت تأیید و توجه از سوی دیگران در فضای مجازی اشاره دارد. این بازخوردها معمولاً در قالب لایک‌ها، کامنت‌ها و اشتراک‌گذاری‌ها نمایش داده می‌شوند و به‌عنوان معیاری برای سنجش محبوبیت و پذیرش اجتماعی عمل می‌کنند. این رفتار ناشی از نیاز ذاتی انسان به تأیید و پذیرش از سوی دیگران است که در نظریه‌های

روانشناسی اجتماعی به آن اشاره شده است. در فضای مجازی، این نیاز به شکل اغراق آمیزی بروز می کند، چرا که کاربران به طور مداوم در معرض ارزیابی و قضاوت دیگران قرار دارند. یکی از مصاحبه شوندگان در این رابطه گفت: «هرچی تعداد لایک هام بیشتر باشه، حس بهتری نسبت به خودم پیدا می کنم» این نکته نشان دهنده این است که کاربران تعداد لایک ها را به عنوان معیاری برای سنجش ارزش خود در نظر می گیرند. دریافت لایک های بیشتر باعث افزایش عزت نفس و احساس رضایت در کاربران می شود. مصاحبه شونده ای دیگر اظهار داشت: «گاهی فقط یه پست می ذارم تا بینم چقدر توجه جلب می کنه». این سخن اشاره دارد که کاربران گاهی اوقات صرفاً برای جلب توجه و دریافت بازخورد از دیگران محتوا به اشتراک می گذارند. این رفتار نشان دهنده وابستگی شدید به تأیید اجتماعی و نیاز به دیده شدن در فضای مجازی است.

به طور کلی وابستگی به بازخوردهای تأیید کننده اجتماعی نشان دهنده این است که کاربران برای احساس ارزشمندی و رضایت از خود، به تأیید دیگران در فضای مجازی وابسته هستند. این رفتار می تواند منجر به ایجاد چرخه ای شود که در آن کاربران به طور مداوم به دنبال جلب توجه و تأیید دیگران هستند که این امر ممکن است تأثیرات روانی مانند اضطراب و کاهش عزت نفس را در پی داشته باشد.

محدودیت های خودشناسی اصیل: محدودیت های خودشناسی اصیل به چالشی اشاره دارد که کاربران در فضای مجازی با آن مواجه هستند، جایی که فشارهای اجتماعی و انتظارات دیگران باعث می شود آن ها نتوانند هویت واقعی خود را به طور کامل و صادقانه نمایش دهند. در عوض، کاربران مجبور می شوند بخش هایی از خود را که مورد پسند دیگران است، به اشتراک بگذارند، حتی اگر این نمایش با هویت واقعی آن ها مطابقت نداشته باشد. این رفتار ناشی از ترس از قضاوت، طرد شدن یا از دست دادن جایگاه اجتماعی در فضای مجازی است. این پدیده در نظریه های روانشناسی اجتماعی و مطالعات مربوط به هویت دیجیتال مورد بررسی قرار گرفته است.

در این خصوص یکی از مصاحبه شوندگان اظهار داشت: «همیشه مجبوری چیزهایی

را در فضای مجازی به اشتراک بگذاری که دیگران خوششان بیاید، حتی اگر خودت نباشی». این نکته به وضوح نشان‌دهنده فشار اجتماعی است که کاربران را مجبور می‌کند تا هویت خود را مطابق با انتظارات دیگران تنظیم کنند. این رفتار منجر به ایجاد فاصله بین هویت واقعی و هویت مجازی می‌شود. مشارکت‌کننده‌ای دیگر گفت: «توی فضای مجازی باید بهترین نسخه‌ات رو نشون بدی، حتی آگه اون بهترین نسخه واقعی تو نباشه». این سخن تأکید می‌کند که کاربران احساس می‌کنند مجبور هستند تصویری ایده‌آل از خود ارائه دهند، حتی اگر این تصویر با واقعیت زندگی آن‌ها همخوانی نداشته باشد. این امر نشان‌دهنده محدودیت‌های خودشناسی اصیل در فضای مجازی است.

در مجموع، محدودیت‌های خودشناسی اصیل نشان‌دهنده این است که فضای مجازی کاربران را تحت فشار قرار می‌دهد تا هویت خود را مطابق با انتظارات و هنجارهای اجتماعی تنظیم کنند. این فشار می‌تواند منجر به ایجاد فاصله بین هویت واقعی و هویت مجازی شود و کاربران ممکن است به مرور زمان احساس کنند که مجبور هستند برای پذیرش اجتماعی، بخش‌هایی از خود را پنهان کنند یا تغییر دهند.

سومین مضمون اصلی: راهبردهای تنظیم عاطفی در فضای سایبری

راهبردهای تنظیم عاطفی در فضای سایبری به مجموعه‌ای از مکانیسم‌های روانی اشاره دارد که کاربران برای مدیریت و تعدیل تجارب عاطفی خود در محیط دیجیتال به کار می‌گیرند. در فضای مجازی، کاربران با حجم گسترده‌ای از اطلاعات و تعاملات اجتماعی مواجه هستند که می‌تواند منجر به تجارب عاطفی مثبت یا منفی شود. تنظیم عاطفی در این فضا شامل تلاش‌های آگاهانه و ناخودآگاه برای کنترل، تعدیل یا تغییر احساسات و عواطف است. این راهبردها ممکن است شامل پنهان کردن احساسات منفی، استفاده از حساب‌های فیک، یا مقایسه اجتماعی باشد. مطالعات نشان می‌دهند که تنظیم عاطفی در فضای مجازی می‌تواند تأثیرات عمیقی بر سلامت روان و رفاه کاربران داشته باشد (Gross, 1998; Verduyn et al., 2017).

این مضمون اصلی بر اساس داده‌های تحقیق دارای دو مضمون فرعی است که

عبارت‌اند از؛

۱. خودشناسی نامناسب عواطف منفی

۲. اضطراب ناشی از اشباع اطلاعاتی

خودشناسی نامناسب عواطف منفی؛ خودشناسی نامناسب عواطف منفی به تمایل کاربران برای پنهان کردن یا مدیریت احساسات منفی خود در فضای مجازی اشاره دارد. کاربران اغلب به دلیل ترس از قضاوت یا طرد شدن، احساسات منفی خود را در حساب‌های اصلی خود به اشتراک نمی‌گذارند و به جای آن از حساب‌های فیک یا فضاهای خصوصی‌تر استفاده می‌کنند. این رفتار نشان‌دهنده تلاش برای حفظ تصویری مثبت در فضای عمومی است، اما ممکن است منجر به سرکوب احساسات واقعی و ایجاد تنش روانی شود.

یکی از مشارکت‌کنندگان تحقیق در این زمینه اظهار داشت: «وقتی ناراحتم، از اکانت فیکم استفاده می‌کنم چون نمی‌خواهم کسی بفهمد» که نشان‌دهنده تمایل کاربران به پنهان کردن احساسات منفی در فضای عمومی است. استفاده از حساب‌های فیک به عنوان یک راهبرد برای مدیریت عواطف منفی عمل می‌کند. مشارکت‌کننده‌ای دیگر گفت: «احساسات منفی رو جایی می‌گم که مطمئنم کسی قضاوت نمی‌کنه» این سخن تأکید می‌کند که کاربران به دنبال فضاهای امن‌تر برای بیان احساسات منفی خود هستند، جایی که از قضاوت دیگران در امان باشند.

اضطراب ناشی از اشباع اطلاعاتی؛ اضطراب ناشی از اشباع اطلاعاتی به احساس نارضایتی و اضطرابی اشاره دارد که کاربران در نتیجه مواجهه با حجم زیاد اطلاعات و مقایسه اجتماعی در فضای مجازی تجربه می‌کنند. کاربران با دیدن موفقیت‌ها و تجربیات مثبت دیگران، ممکن است احساس کنند که زندگی خودشان کم‌ارزش یا ناکافی است. طبق نظر فستینجر، این مقایسه اجتماعی می‌تواند منجر به کاهش عزت نفس، اضطراب و احساس نارضایتی از زندگی شود (Festinger, 1954; Vogel et al., 2014).

در این زمینه یکی از مشارکت‌کنندگان تحقیق اظهار داشت: «وقتی عکس‌های سفر

دیگران رو می‌بینم، احساس می‌کنم زندگی من خیلی کم است» این سخن نشان‌دهنده تأثیر منفی مقایسه اجتماعی بر احساس رضایت از زندگی است. کاربران با دیدن موفقیت‌های دیگران، احساس کم‌بودگی می‌کنند. همچنین مشارکت‌کننده‌ای دیگر گفت: «مقایسه با آدم‌های توی فضای مجازی همیشه باعث می‌شه حس کنم از زندگیم راضی نیستم» این نکته تأکید می‌کند که مقایسه اجتماعی در فضای مجازی می‌تواند منجر به احساس نارضایتی و در نتیجه عدم آرامش و اضطراب در کاربران شود.

راهبردهای تنظیم عاطفی در فضای سایبری نشان‌دهنده تلاش کاربران برای مدیریت احساسات خود در محیط دیجیتال است. این راهبردها شامل پنهان کردن احساسات منفی و مقابله با اضطراب ناشی از اشباع اطلاعاتی و مقایسه اجتماعی است. با این حال، این راهبردها ممکن است منجر به سرکوب احساسات واقعی و ایجاد تنش روانی شوند. درک این مکانیسم‌ها می‌تواند به بهبود سلامت روان کاربران در فضای مجازی کمک کند.

چهارمین مضمون اصلی: دوگانگی تجربه عاطفی در فضای واقعی-مجازی

دوگانگی تجربه عاطفی در فضای واقعی-مجازی به تفاوت‌های کیفی و تعاملات متقابل بین تجارب عاطفی در دو فضای فیزیکی و دیجیتال اشاره دارد. در فضای مجازی، تجارب عاطفی اغلب سطحی‌تر، کم‌اثرتر و گذرا هستند، درحالی‌که در فضای واقعی، این تجارب عمیق‌تر و پایدارترند. این تفاوت‌ها ناشی از ماهیت ارتباطات دیجیتال است که فاقد نشانه‌های غیرکلامی و تعاملات چهره‌به‌چهره است. با این حال، عواطف تجربه‌شده در فضای مجازی می‌توانند به فضای واقعی منتقل شوند و بر روابط و رفتارهای کاربران تأثیر بگذارند. این پدیده در مطالعات مربوط به روانشناسی رسانه و ارتباطات دیجیتال مورد بررسی قرار گرفته است. این مضمون اصلی در داده‌های تحقیق شامل دو مضمون فرعی است؛

۱. تفاوت در شدت و اصالت تجربه عاطفی

۲. استمرار بین فضایی عواطف

تفاوت در شدت و اصالت تجربه عاطفی؛ تفاوت در شدت و اصالت تجربه عاطفی به

این موضوع اشاره دارد که تجارب عاطفی در فضای مجازی اغلب کم‌شدت‌تر و کم‌اصالت‌تر از تجارب مشابه در فضای واقعی هستند. این تفاوت ناشی از محدودیت‌های ارتباطات دیجیتال، مانند نبود نشانه‌های غیرکلامی و تعاملات مستقیم، است. کاربران ممکن است احساس کنند که تجارب عاطفی در فضای مجازی به‌اندازه تجارب واقعی عمیق و تأثیرگذار نیستند.

در این زمینه یکی از مشارکت‌کنندگان پژوهش اظهار داشت: «یه پیام تبریک تولد تو فضای مجازی به‌اندازه گفتن همون تبریک تو دنیای واقعی اثر نداره» این نکته نشان‌دهنده این است که کاربران، تجارب عاطفی در فضای مجازی را کم‌اثرتر و کم‌اهمیت‌تر از تجارب مشابه در فضای واقعی می‌دانند. مشارکت‌کننده دیگر گفت: «احساس شادی که توی فضای مجازی تجربه می‌کنم، خیلی کمه؛ مثل یه حس گذراست که سریع از بین می‌ره». این سخن نیز تأکید می‌کند که تجارب عاطفی در فضای مجازی اغلب سطحی و گذرا هستند و به‌اندازه تجارب واقعی پایدار و عمیق نیستند.

استمرار بین فضایی عواطف؛ استمرار بین فضایی عواطف به این پدیده اشاره دارد که عواطف تجربه‌شده در فضای مجازی می‌توانند به فضای واقعی منتقل شوند و بر روابط و رفتارهای کاربران تأثیر بگذارند. این انتقال ممکن است مثبت یا منفی باشد. برای مثال، یک بحث عاطفی در فضای مجازی می‌تواند باعث بهبود روابط واقعی شود، یا احساسات منفی تجربه‌شده در فضای مجازی می‌تواند برای مدت‌ها در زندگی واقعی کاربران باقی بماند.

یکی از مشارکت‌کنندگان تحقیق گفت: «وقتی تو فضای مجازی ناراحت می‌شوم، این حس تا مدت‌ها توی زندگیم می‌مونه و نمی‌تونم ازش جدا بشم» این نکته نشان‌دهنده این است که احساسات منفی تجربه‌شده در فضای مجازی می‌توانند به فضای واقعی منتقل شوند و تأثیرات طولانی‌مدتی بر زندگی کاربران داشته باشند. مشارکت‌کننده دیگری گفت: «یه بحث عاطفی که تو فضای مجازی داشتم، باعث شد تو دنیای واقعی رابطه‌م با یکی از دوستانم بهتر بشه» این سخن تأکید می‌کند که تعاملات عاطفی در فضای مجازی

می‌توانند تأثیرات مثبتی بر زندگی واقعی کاربران داشته باشند و به بهبود روابط کمک کنند.

در مجموع، دوگانگی تجربه عاطفی در فضای واقعی-مجازی نشان‌دهنده تفاوت‌های کیفی و تعاملات متقابل بین تجارب عاطفی در دو فضا است. درحالی‌که تجارب عاطفی در فضای مجازی اغلب سطحی‌تر و کم‌اثرتر هستند، می‌توانند به فضای واقعی منتقل شوند و تأثیرات عمیقی بر زندگی کاربران داشته باشند. درک این دوگانگی می‌تواند به بهبود کیفیت تعاملات دیجیتال و کاهش تأثیرات منفی آن بر سلامت روان کاربران کمک کند.

پنجمین مضمون اصلی: ناهمسازی رفتاری در فضای دوگانه واقعی-مجازی

ناهمسازی رفتاری در فضای دوگانه واقعی-مجازی به تناقضات موجود در نحوه بروز رفتاری افراد در دو فضای فیزیکی و دیجیتال اشاره دارد. این تناقضات ناشی از تفاوت‌های ساختاری و اجتماعی بین دو فضا است. در فضای مجازی، کاربران ممکن است رفتارهایی را از خود نشان دهند که با رفتارهای آن‌ها در فضای واقعی متفاوت است. این ناهمسازی می‌تواند ناشی از ویژگی‌های شخصیتی، فشارهای اجتماعی یا احساس امنیت بیشتر در فضای مجازی باشد. این پدیده در مطالعات مربوط به روانشناسی رسانه و رفتار دیجیتال مورد بررسی قرار گرفته است. (Turkle, 2011; McDaniel & Coyne, 2016)

این مضمون اصلی شامل سه مضمون فرعی است که عبارت‌اند از؛

۱. دوگانگی در الگوهای تعاملی

۲. ناهمخوانی شناختی-رفتاری

۳. تأثیر صفات شخصیتی بر رفتار دوفضایی

دوگانگی در الگوهای تعاملی؛ دوگانگی در الگوهای تعاملی به تفاوت‌های رفتاری کاربران در فضای مجازی و واقعی اشاره دارد. کاربران ممکن است در فضای مجازی رفتاری گرم و صمیمی داشته باشند، اما در فضای واقعی همان رفتار را نشان ندهند. این تفاوت ناشی از احساس راحتی بیشتر در فضای مجازی و امکان پنهان کردن هویت واقعی است.

یکی از مشارکت کنندگان تحقیق در این زمینه اظهار داشت: «یه نفر تو مجازی همیشه کامنت میذاره و حالت رو میپرسه، ولی تو واقعیت انگار آدمو نمیشناسه» این سخن نشان دهنده این است که کاربران ممکن است در فضای مجازی رفتارهای حمایت گرانه تری از خود نشان دهند، اما در فضای واقعی همان رفتار را نداشته باشند. مشارکت کننده دیگر گفت: «تو فضای مجازی همه گرم و صمیمان، ولی تو دنیای واقعی اون صمیمیت رو نمی بینی» این نکته تأکید می کند که صمیمیت و گرمی در فضای مجازی ممکن است در فضای واقعی وجود نداشته باشد.

ناهمخوانی شناختی-رفتاری؛ ناهمخوانی شناختی-رفتاری به تناقض بین رفتارهای کاربران در فضای مجازی و واقعی اشاره دارد. کاربران ممکن است در فضای مجازی رفتارهایی را از خود نشان دهند که با رفتارهای آنها در فضای واقعی کاملاً متفاوت است. این ناهمخوانی می تواند ناشی از فشارهای اجتماعی یا تمایل به ایجاد تصویری خاص در فضای مجازی باشد.

یکی از کاربران در این خصوص اظهار داشت: «آدمایی که تو مجازی تولدت رو تبریک میگن، گاهی تو زندگی واقعی حتی یادت نمیافتن» این نکته نشان دهنده این است که رفتارهای حمایت گرانه در فضای مجازی ممکن است در فضای واقعی وجود نداشته باشد؛ و مشارکت کننده دیگری گفت: «تو مجازی همه شادی هاتو تبریک میگن، ولی تو واقعیت ممکنه پشت سرت حرف بزنی». این سخن تأکید می کند که رفتارهای مثبت در فضای مجازی ممکن است در فضای واقعی با رفتارهای منفی همراه باشد.

تأثیر صفات شخصیتی بر رفتار دوفضایی؛ تأثیر صفات شخصیتی بر رفتار دوفضایی به این موضوع اشاره دارد که ویژگی های شخصیتی کاربران می توانند بر نحوه رفتار آنها در فضای مجازی و واقعی تأثیر بگذارند. برای مثال، افراد درون گرا ممکن است در فضای مجازی احساس امنیت بیشتری کنند و راحت تر بیان احساسات کنند، درحالی که برون گراها ممکن است تفاوت کم تری بین دو فضا احساس کنند.

در این زمینه یکی از مشارکت کنندگان تحقیق گفت: «من درون گرا هستم و مجازی

جاییه که میتونم بدون ترس از قضاوت حرفام رو بزنم» این نکته نشان‌دهنده این است که افراد درون‌گرا ممکن است در فضای مجازی احساس راحتی بیشتری کنند. مشارکت‌کننده دیگری گفت: «برای آدمای برون‌گرا فرقی نمیکنه که تو فضای مجازی باشن یا واقعی؛ ولی من به عنوان یه درون‌گرا از مجازی بیشتر حس امنیت می‌گیرم». این سخن تأکید می‌کند که ویژگی‌های شخصیتی می‌توانند بر نحوه رفتار کاربران در دو فضا تأثیر بگذارند.

به‌طور کلی، ناهمسازی رفتاری در فضای دوگانه واقعی-مجازی نشان‌دهنده تناقضات موجود در نحوه بروز رفتاری کاربران در دو فضا است. این تناقضات می‌تواند ناشی از تفاوت‌های ساختاری، فشارهای اجتماعی یا ویژگی‌های شخصیتی باشد. درک این ناهمسازی می‌تواند به بهبود تعاملات دیجیتال و کاهش تنش‌های ناشی از تفاوت رفتار در دو فضا کمک کند.

ششمین مضمون اصلی: محدودیت‌های ساختاری ارتباطات دیجیتال

محدودیت‌های ساختاری ارتباطات دیجیتال به موانع ذاتی موجود در ماهیت ارتباطات دیجیتال اشاره دارد که مانع شکل‌گیری پیوندهای عمیق عاطفی و انتقال کامل معنا می‌شود. این محدودیت‌ها ناشی از نبود نشانه‌های غیرکلامی (مانند لحن صدا، زبان بدن و حالات چهره) و تعاملات چهره‌به‌چهره است که در ارتباطات فیزیکی وجود دارند. در نتیجه، ارتباطات دیجیتال اغلب سطحی‌تر و کم‌اثرتر هستند و ممکن است منجر به سوء تفاهم یا احساس فاصله عاطفی بین کاربران شوند.

این مضمون اصلی در داده‌های تحقیق از سه مضمون فرعی تشکیل شده است؛

۱. نارسایی در شکل‌گیری روابط بین‌فردی عمیق

۲. محدودیت‌های نشانه‌شناختی ارتباطات

۳. جبران‌سازی نمادین در ارتباطات

نارسایی در شکل‌گیری روابط بین‌فردی عمیق؛ نارسایی در شکل‌گیری روابط بین‌فردی عمیق به این موضوع اشاره دارد که ارتباطات دیجیتال اغلب فاقد عمق و صمیمیت لازم برای ایجاد روابط معنادار هستند. کاربران ممکن است احساس کنند که ارتباطات مجازی

به‌اندازه ارتباطات واقعی رضایت‌بخش نیستند و فاقد عناصر عاطفی و اجتماعی لازم برای ایجاد پیوندهای عمیق هستند.

در این رابطه یکی از مشارکت‌کنندگان تحقیق اظهار داشت: «خیلی از دوستای فضای مجازیم فقط همونجا هستن؛ توی دنیای واقعی ارتباطی نداریم» این سخن نشان‌دهنده این است که بسیاری از ارتباطات مجازی به فضای دیجیتال محدود می‌شوند و به دنیای واقعی منتقل نمی‌شوند. همچنین مشارکت‌کننده‌ای دیگر گفت: «احساس می‌کنم ارتباطات توی فضای مجازی همیشه به چیز کم داره» این نکته تأکید می‌کند که کاربران اغلب احساس می‌کنند ارتباطات مجازی فاقد عمق و صمیمیت لازم هستند.

محدودیت‌های نشانه‌شناختی ارتباطات؛ محدودیت‌های نشانه‌شناختی ارتباطات به ناتوانی کاربران در انتقال کامل معنا و احساسات از طریق متن‌های دیجیتال اشاره دارد. در فضای مجازی، نبود نشانه‌های غیرکلامی مانند لحن صدا و زبان بدن می‌تواند منجر به سوء تفاهم و ارتباط ناقص شود.

در این خصوص یکی از مشارکت‌کنندگان تحقیق اشاره داشت: «وقتی حرف می‌زنم، نمی‌تونم لحن رو منتقل کنم، برای همین خیلی وقت‌ها سوء تفاهم پیش میاد» این نکته نشان‌دهنده این است که نبود لحن و نشانه‌های غیرکلامی در ارتباطات دیجیتال می‌تواند منجر به سوء تفاهم شود. مشارکت‌کننده‌ای دیگر گفت: «احساس می‌کنم به پیام بدون لحن مثل به کتاب بدون عنوانه».

این سخن تأکید می‌کند که متن‌های دیجیتال بدون لحن و نشانه‌های غیرکلامی ممکن است فاقد معنا و احساس باشند.

درمجموع، محدودیت‌های نشانه‌شناختی ارتباطات به ناتوانی کاربران در انتقال کامل معنا و احساسات از طریق متن‌های دیجیتال اشاره دارد. نبود نشانه‌های غیرکلامی مانند لحن صدا و زبان بدن در فضای مجازی، اغلب منجر به سوء تفاهم و ارتباط ناقص می‌شود. کاربران احساس می‌کنند که پیام‌های متنی بدون لحن و نشانه‌های عاطفی، فاقد عمق و احساس لازم هستند و این امر می‌تواند کیفیت ارتباطات را کاهش دهد.

جبران‌سازی نمادین در ارتباطات؛ جبران‌سازی نمادین در ارتباطات به تلاش کاربران برای جبران محدودیت‌های ارتباطات دیجیتال از طریق استفاده از نمادها، ایموجی‌ها و گیف‌ها اشاره دارد. این نمادها به کاربران کمک می‌کنند تا احساسات و معانی خود را به شیوه‌ای ساده‌تر و مؤثرتر منتقل کنند، اما ممکن است گاهی اوقات منجر به برداشت‌های اشتباه شوند.

یکی از مشارکت‌کنندگان تحقیق گفت: «ایموجی‌ها خیلی به حرفام حس میدن، ولی بعضی وقتا طرف مقابل اشتباه برداشت می‌کنه». این نکته نشان‌دهنده این است که ایموجی‌ها می‌توانند به انتقال احساسات کمک کنند، اما ممکن است گاهی اوقات منجر به سوء تفاهم شوند. مشارکت‌کننده‌ای دیگر گفت: «گیف‌ها خیلی جالبین؛ راحت‌تر می‌تونم احساسم رو نشون بدم». این سخن تأکید می‌کند که گیف‌ها به عنوان ابزاری برای انتقال احساسات و معانی در ارتباطات دیجیتال عمل می‌کنند.

به‌طور کلی، محدودیت‌های ساختاری ارتباطات دیجیتال بیانگر موانع ذاتی موجود در ماهیت این نوع ارتباطات است که مانع شکل‌گیری پیوندهای عمیق عاطفی و انتقال کامل معنا می‌شود. این محدودیت‌ها شامل نارسایی در شکل‌گیری روابط عمیق، محدودیت‌های نشانه‌شناختی و تلاش برای جبران این محدودیت‌ها از طریق نمادها هستند. درک این محدودیت‌ها می‌تواند به بهبود کیفیت ارتباطات دیجیتال و کاهش سوء تفاهم‌ها کمک کند.

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر نشان داد که فضای مجازی صرفاً یک «زیرساخت تعاملی» نیست، بلکه به‌مثابه یک «زیست‌جهان جدید» عمل می‌کند که تعاملات انسانی را بازتعریف کرده و احساسات کاربران را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این موضوع را می‌توان در چارچوب نظریه تعاملات میانجی‌شده تحلیل کرد (Walther, 1996). بر اساس این نظریه، ارتباطات دیجیتال در مقایسه با تعاملات چهره‌به‌چهره ویژگی‌های خاصی همچون عدم هم‌زمانی، قابلیت ویرایش پیام‌ها، ناشناس بودن نسبی و کنترل بر بازنمایی خود دارند. این ویژگی‌ها، اگرچه باعث

تسهیل برقراری ارتباط می‌شوند، اما در تغییر در کیفیت و عمق مناسبات احساسی نیز مؤثر هستند.

یکی از مهم‌ترین نتایج این تغییرات، کاهش غنای عاطفی ارتباطات در فضای مجازی است. همان‌طور که نتایج تحقیق نشان داد، کاربران در فضای مجازی با محدودیت‌های زبانی، نمادین و فناورانه مواجه‌اند که انتقال احساسات را با اختلال مواجه می‌کند. این امر هم‌راستا با نظریه حضور اجتماعی (Short et al., 1976). است که بیان می‌کند هرچه میزان نشانه‌های اجتماعی (مانند زبان بدن، تماس چشمی و تَن صدا) در یک تعامل کمتر باشد، میزان درگیری احساسی کاربران نیز کاهش می‌یابد. در نتیجه، تعاملات فضای مجازی با وجود تسهیل در برقراری ارتباط، به تجربه‌های احساسی تقلیل یافته‌ای منجر می‌گردند.

یافته‌های تحقیق همچنین بر وجود یک دوگانگی بنیادین بین احساسات در فضای مجازی و دنیای واقعی تأکید دارند. از یک‌سو، شبکه‌های اجتماعی به کاربران اجازه می‌دهند که احساسات خود را بیان و هویت خود را بازنمایی کنند، اما از سوی دیگر، به دلیل نقصان نمادهای پاراوربال (لحن، ژست، تماس چشمی) و وابستگی به ساختارهای فناورانه، تجربه‌های احساسی در این فضا کاهش می‌یابد. نظریه تعاملات نمادین (Blumer, 1969). به ما کمک می‌کند تا این دوگانگی را بهتر درک کنیم. طبق این نظریه، تعاملات انسانی مبتنی بر معانی اجتماعی و نمادها است که از طریق تعاملات چهره‌به‌چهره ساخته و بازتعریف می‌شوند. در فضای مجازی، کاربران از نمادهای جایگزین مانند ایموجی‌ها، گیف‌ها و پیام‌های متنی برای انتقال احساسات استفاده می‌کنند، اما این نشانه‌های دیجیتال نمی‌توانند جایگزین کاملی برای تعاملات حضوری باشند. به همین دلیل، کاربران در فضای مجازی اغلب احساساتی مانند بیگانگی، سوء تفاهم و وابستگی عاطفی کنترل نشده را تجربه می‌کنند.

این تحقیق نشان داد که کاربران در فضای مجازی برای جبران این خلأ، راهبردهای نمادین جدیدی برای بازنمایی احساسات خود ایجاد می‌کنند، از جمله:

- استفاده از ایموجی‌ها و استیکرها به عنوان جایگزین زبان بدن

- نوشتن جملات احساسی در کپشن‌ها و کامنت‌ها برای تأکید بر احساسات
 - بازنمایی عواطف مثبت و کنترل‌شده برای مدیریت تصویر خود در شبکه‌های اجتماعی
- اما این راهبردها همیشه موفق نیستند، زیرا تعاملات فضای مجازی همچنان فاقد عناصر غیرکلامی ارتباطات انسانی هستند. در نتیجه، کاربران ممکن است دچار سوء تفاهم‌های ارتباطی شوند یا احساس کنند که احساسات آن‌ها به درستی دریافت نشده است.
- یکی دیگر از چالش‌هایی که این تحقیق شناسایی نمود، فشار اجتماعی و اجبار جمعی برای بازنمایی عواطف در فضای مجازی است. کاربران به دلیل ساختار تعاملی شبکه‌های اجتماعی، ناگزیر هستند احساسات خود را به شیوه‌ای تنظیم شده و گاه غیرواقعی به نمایش بگذارند. این موضوع در چارچوب نظریه تنظیم عاطفی (Gross, 1998) قابل تبیین است. طبق این نظریه، افراد برای مدیریت احساسات خود از راهبردهای مختلفی استفاده می‌کنند که شامل:
- سرکوب احساسی: کاربران احساسات منفی خود را مخفی می‌کنند تا مورد قضاوت اجتماعی قرار نگیرند.
 - بازنمایی کنترل‌شده: کاربران فقط احساسات مثبت خود را به اشتراک می‌گذارند تا تصویری مثبت از خود ارائه دهند.
 - استفاده از حساب‌های ناشناس: برخی کاربران برای بیان احساسات واقعی خود، از اکانت‌های فیک استفاده می‌کنند.
- این یافته‌ها نشان می‌دهد که کاربران فضای مجازی به‌طور مداوم در حال مدیریت و تنظیم عواطف خود هستند که این امر می‌تواند به رنج و فرتوتی عاطفی، اضطراب اجتماعی و کاهش سلامت روانی منجر شود. درواقع، فضای مجازی با ایجاد هنجارهای جدید درباره «چگونه باید احساسات را بیان کرد»، ساختارهای جدیدی از نظارت اجتماعی و خودکنترلی احساسی ایجاد کرده است که پیامدهای روان‌شناختی گسترده‌ای دارد.
- با توجه به نتایج این تحقیق، می‌توان راهکارهای زیر را برای کاهش اثرات منفی فضای مجازی و ارتقاء سلامت روان کاربران پیشنهاد کرد:

۱. تقویت حضور اجتماعی در پلتفرم‌های دیجیتال:

بر اساس نظریه حضور اجتماعی، پلتفرم‌های دیجیتال باید راهکارهایی برای افزایش عناصر ارتباطی حضوری (مانند تماس تصویری، قابلیت ارسال پیام‌های صوتی با تُن صدا و ابزارهای جدید برای ابراز احساسات) ارائه دهند تا کیفیت تعاملات دیجیتال بهبود یابد.

۲. آموزش سواد عاطفی در فضای مجازی:

بر اساس نظریه تنظیم عاطفی، کاربران باید مهارت‌های تنظیم هیجانی را یاد بگیرند تا از افسردگی ناشی از مقایسه اجتماعی جلوگیری کنند. همچنین، آگاهی‌بخشی درباره راهبردهای مدیریت احساسات (مانند پذیرش هیجانی به جای سرکوب احساسات) می‌تواند به کاهش فشارهای روانی کاربران کمک کند.

۳. ایجاد تعادل بین تعاملات آنلاین و حضوری:

با استناد به نظریه تعاملات نمادین، باید کاربران را به تعاملات حضوری بیشتر تشویق کرد تا جایگزین‌های ناقص نمادین در فضای مجازی تأثیرات منفی کمتری بر روابط آن‌ها داشته باشد.

۴. طراحی راهکارهای فناورانه برای کاهش سوء تفاهم‌های ارتباطی:

طبق نظریه تعاملات میانجی‌شده، باید ابزارهای جدیدی طراحی شود که به کاربران امکان دهد احساسات خود را به شکلی دقیق‌تر و طبیعی‌تر منتقل کنند. برای مثال، استفاده از هوش مصنوعی برای تحلیل احساسات متن و ارائه پیشنهادها مناسب برای بیان هیجانات می‌تواند به بهبود کیفیت تعاملات کمک کند.

در مجموع، تحقیق حاضر نشان داد که فضای مجازی، علاوه بر تسهیل تعاملات انسانی، به عنوان یک زیست‌جهان احساسی و نمادین عمل می‌کند که چالش‌های متعددی برای کاربران ایجاد می‌کند. از یک سو، این فضا امکان بازنمایی احساسات را فراهم می‌کند، اما از سوی دیگر، به دلیل محدودیت‌های فناورانه، باعث کاهش کیفیت و عمق تعاملات می‌شود. تفسیر یافته‌ها در چارچوب نظریه‌های تنظیم عاطفی، حضور اجتماعی، تعاملات نمادین و تعاملات میانجی‌شده نشان داد که فضای مجازی نه تنها تعاملات

احساسی را تغییر داده است، بلکه ساختارهای جدیدی از مدیریت عواطف و ارتباطات انسانی را شکل داده است که نیازمند تحلیل‌های بیشتر و طراحی راهکارهای بهینه برای استفاده از این فضا هستند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Noureddin
Razavizadeh



<https://orcid.org/0000-0002-1393-7316>

منابع

- رضوی، سید علی محمد، کیانپور، مسعود و آقابابایی، احسان. (۱۳۹۶). زنان و تجربه احساسات مجازی (مطالعه کیفی چگونگی بروز و ابراز عواطف مجازی دختران شهر قم).
مطالعات راهبردی زنان، ۲۰(۷۷)، ۶۱-۸۶. doi: 10.22095/JWSS.2017.59714
مشایخ، مریم و برجعلی، احمد. (۱۳۸۲). بررسی رابطه احساس تنهایی با نوع استفاده از اینترنت در گروهی از دانش آموزان دبیرستانی. تازه‌های علوم شناختی، ۱۵(۱) (مسلسل
۱۷)، ۳۹-۴۴. SID. <https://sid.ir/paper/82846/fa>

References (In Persian)

- Anderson, R. (2024). Digital emotional intelligence: Understanding online social behavior. *Journal of Cyberpsychology*, 15(2), 78-92.
- Bawden, D., & Robinson, L. (2009). The dark side of information: Overload, anxiety and other paradoxes and pathologies. *Journal of Information Science*, 35(2), 180-191.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. University of California Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Castor, M., & Fluck, J. (2018). The transformation of social interactions in digital age. *New Media & Society*, 20(3), 1089-1106.
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190-197.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Dewald, S., & Marcus, R. (2017). Information overload and psychological well-being. *Journal of Information Science*, 43(4), 410-423.
- Eppler, M. J., & Mengis, J. (2004). The concept of information overload: A review of literature from organization science, accounting,

- marketing, MIS, and related disciplines. *The Information Society*, 20(5), 325-344. <https://doi.org/10.1080/01972240490507974>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.
- Fisher, L., & Brown, C. (2021). Expressing emotions online: The limitations of emojis and gifs in digital communication. *Social Psychology and Technology*, 45(5), 303-321.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday.
- Gross, J. J. (1998). The emerging field of emotion regulation: An integrative review. *Review of General Psychology*, 2(3), 271-299. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.3.271>
- Gross, J. J. (2015). Emotion regulation: Current status and future prospects. *Psychological Inquiry*, 26(1), 1-26. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2014.940781>
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59-82. <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>
- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(10), 751-768.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage.
- Krueger, P. (2019). Social comparison and consumer behavior in digital spaces. *Journal of Consumer Psychology*, 24(1), 45-58.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (2nd ed.). Sage.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage.
- McDaniel, B. T., & Coyne, S. M. (2016). Technology interference in the parenting of young children: Implications for mothers' perceptions of coparenting. *Social Science Journal*, 53(4), 435-443.
- Meier, A., & Schäfer, S. (2018). The positive side of social comparison on social network sites: How envy can drive inspiration on Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(7), 411-417.
- Noble, H., & Smith, J. (2015). Issues of validity and reliability in qualitative research. *Evidence-Based Nursing*, 18(2), 34-35. <https://doi.org/10.1136/eb-2015-102054>
- Nowland, R., Necka, E. A., & Cacioppo, J. T. (2018). Loneliness and

- social internet use: Pathways to reconnection in a digital world? *Perspectives on Psychological Science*, 13(1), 70-87.
- Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 175-196.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Sage.
- Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaite, E. O., Lin, L. Y., Rosen, D., ... & Miller, E. (2017). Social media use and perceived social isolation among young adults in the US. *American Journal of Preventive Medicine*, 53(1), 1-8.
- Sbarra, D. A., Briskin, J. L., & Slatcher, R. B. (2019). Smartphones and close relationships: The case for an evolutionary mismatch. *Perspectives on Psychological Science*, 14(4), 596-618.
- Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The Social Psychology of Telecommunications*. John Wiley & Sons.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.
- Twenge, J. M., Spitzberg, B. H., & Campbell, W. K. (2018). Less in-person social interaction with peers among US adolescents in the 21st century and links to loneliness. *Journal of Social and Personal Relationships*, 35(6), 872-892.
- Verduyn, P., Gugushvili, N., Massar, K., Täht, K., & Kross, E. (2020). Social comparison on social networking sites. *Current Opinion in Psychology*, 36, 32-37.
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274-302.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43. <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>
- Wang, X., & Michaels, J. (2020). Emotional sharing in the digital age: The impact of social media on personal well-being. *Digital Psychology Review*, 34(3), 211-229. <https://doi.org/10.1016/j.dpr.2020.04.001>
- Wilson, E., Garcia, M., & Chen, H. (2024). Mental health implications of

digital social connections. *Journal of Online Behavior*, 11(1), 67-82.

Zhang, Y., Liu, X., & Wang, H. (2024). Depth and authenticity in virtual relationships. *Digital Communication Studies*, 16(3), 178-193.

Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836.

استناد به این مقاله: رضوی زاده، سید نورالدین. (۱۴۰۴). دیالکتیک عاطفی در زیست‌جهان دوگانه: واکاوی الگوهای تعاملی کاربران در فضای مجازی، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۱(۴۱)، ۲۹۹-۳۳۸. DOI: 10.22054/nms.2025.83788.1806



New Media Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License..