



A netnography of actions of women and girls within Ramadan War on virtual networks

Leila Nasrolahi Vosta ¹ 

1. Assistant professor, Department of Social Sciences-Sociology, Faculty of Literature, Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Corresponding Author), E-mail: leila.nasrolahi@iaau.ac.ir

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 2026-03-23

Received in revised form:
2026-05-29

Accepted: 2026-06-04

Published online: 2026-04-11

Keywords:Motivations, Actions,
Ramadan War, Female
University Students, Network
Ethnography (Netnography)

ABSTRACT

Purpose-The rapid expansion of social networks in recent years has transformed cyberspace into one of the most significant arenas for shaping social responses during crises. During conflicts and wars, social media users not only reflect events but also express their emotions, attitudes, and actions in this space. Among these users, female university students represent a particularly active group, playing a significant role in content production and dissemination. The main objective of this study is to conduct an ethnographic investigation of the actions of female university students in cyberspace during the Ramadan War and to analyze their motivations and behaviors in content creation and participation on social media.

Methodology- This study employed a qualitative approach based on network ethnography (Netnography). Data were collected through semi-structured online interviews with 20 female university students active on social media. Participants were selected using purposeful sampling to capture diverse experiences of online engagement during a crisis. The data coding process was carried out at three levels: sub-subcategories, subcategories, and main categories.

Findings: The results indicate that female university students' participation in cyberspace during the Ramadan War can be analyzed along two dimensions: motivations and online actions. In terms of motivation, three main categories were identified: awareness-raising and information-sharing, empathy and social responsibility, and identity-based and civic engagement motives. Regarding online actions, three primary patterns emerged: communication and information-sharing actions, supportive and solidarity-based actions, and protest and advocacy-oriented actions. These behaviors manifested through activities such as sharing and reposting information, participating in online campaigns, expressing empathy toward victims, and raising social demands on digital platforms.

Conclusion: The findings demonstrate that during crises, cyberspace can serve as a platform for expressing collective emotions, fostering social solidarity, and enabling digital civic engagement. Female university students, through their social media participation, not only convey their emotional responses to wartime events but also play a role in meaning-making and shaping public discourse in digital spaces. The study further suggests that motivations, emotions, and actions of female university students in cyberspace operate as an interconnected process, where cognitive and social motivations give rise to collective emotions, which in turn drive communicative and social actions online. Therefore, attention to the role of these users, particularly female university students, can enhance our understanding of the dynamics of social interaction in cyberspace during wartime.

Cite this article: Nasrolahi Vosta, L. (2026). A netnography of actions of women and girls within Ramadan War on virtual networks, *Iranian Journal of Anthropological Research*, 15(2), 172-189.

Doi: [10.22059/ijar.2026.412365.459965](https://doi.org/10.22059/ijar.2026.412365.459965)



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

مردم‌نگاری شبکه‌ای کنش‌های زنان و دختران دانشگاهی در بحبوحه جنگ رمضان در فضای مجازی

لیلا نصرالهی وسطی^۱

۱. استادیار گروه علوم اجتماعی - جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات، علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، رایانامه: leila.nasrolahi@iau.ac.ir

leila.nasrolahi@iau.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف- گسترش شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر موجب شده است که فضای مجازی به یکی از مهم‌ترین عرصه‌های شکل‌گیری واکنش‌های اجتماعی در شرایط بحران تبدیل شود. در زمان بروز منازعات و جنگ‌ها، کاربران شبکه‌های اجتماعی نه تنها به بازتاب رویدادها می‌پردازند، بلکه احساسات، نگرش‌ها و کنش‌های خود را نیز در این فضا بیان می‌کنند. در این میان، زنان و دختران دانشگاهی به عنوان یکی از گروه‌های فعال در فضای سایبری نقش قابل توجهی در تولید و انتشار محتوا دارند. هدف اصلی این پژوهش، بررسی مردم‌نگارانه کنش‌های زنان و دختران دانشگاهی در فضای مجازی در جریان جنگ رمضان و تحلیل انگیزه‌ها و کنش‌های آنان در فرآیند تولید محتوا و مشارکت در شبکه‌های اجتماعی است.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۱/۰۶	روش‌شناسی- این پژوهش با رویکرد کیفی و مبتنی بر مردم‌نگاری شبکه‌ای انجام شد. داده‌های پژوهش از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته آنلاین با ۲۰ نفر از زنان و دختران دانشگاهی فعال در شبکه‌های اجتماعی گردآوری شده است. مشارکت‌کنندگان با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند تا تجربه‌های متنوعی از مشارکت در فضای سایبری در شرایط بحران را ارائه دهند. فرآیند کدگذاری داده‌ها در سه سطح خرده‌مقوله‌ها، زیرمقوله‌ها و مقوله‌های اصلی انجام شد.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۰۳/۰۸	یافته‌ها- نتایج پژوهش نشان می‌دهد که مشارکت زنان و دختران دانشگاهی در فضای مجازی در جریان جنگ رمضان را می‌توان در دو بعد انگیزه‌ها و کنش‌های آنلاین تحلیل کرد. در بعد انگیزشی، سه مقوله اصلی شامل انگیزه‌های آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی، انگیزه‌های همدلی و مسئولیت اجتماعی، و انگیزه‌های هویتی و کنشگری اجتماعی شناسایی شد. همچنین در بعد کنشی، سه الگوی اصلی کنش شامل کنش‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی، کنش‌های حمایتی و همبستگی اجتماعی، و کنش‌های اعتراضی و مطالبه‌گرانه مشاهده شد. این کنش‌ها در قالب فعالیت‌هایی مانند انتشار و بازنشر اطلاعات، مشارکت در کمپین‌های آنلاین، بیان همدردی با قربانیان و طرح مطالبات اجتماعی در فضای مجازی بروز یافته است.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۳/۱۴	نتیجه‌گیری- یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که فضای مجازی در شرایط بحران می‌تواند به عرصه‌ای برای بیان احساسات جمعی، شکل‌گیری همبستگی اجتماعی و کنشگری مدنی دیجیتال تبدیل شود. زنان و دختران دانشگاهی از طریق مشارکت در شبکه‌های اجتماعی نه تنها احساسات خود را نسبت به رویدادهای جنگ بیان می‌کنند، بلکه در فرآیند تولید معنا و شکل‌دهی به گفت‌وگوهای عمومی در فضای دیجیتال نیز نقش دارند. این نتایج همچنین نشان می‌دهد که انگیزه‌ها، احساسات و کنش‌های کاربران زن و دختر دانشگاهی در فضای مجازی به صورت یک فرآیند به‌هم‌پیوسته عمل می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که انگیزه‌های شناختی و اجتماعی زمینه بروز احساسات جمعی را فراهم می‌کند و این احساسات در نهایت به شکل‌گیری کنش‌های ارتباطی و اجتماعی در فضای سایبری منجر می‌شود. بنابراین توجه به نقش کاربران، به‌ویژه زنان و دختران دانشگاهی، در تحلیل تعاملات اجتماعی در فضای مجازی می‌تواند به درک بهتر پویایی‌های ارتباطی جامعه در شرایط جنگ کمک کند.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۳/۳۱	
کلیدواژه‌ها: انگیزه‌ها، کنش‌ها، جنگ رمضان، زنان و دختران دانشگاهی، مردم‌نگاری شبکه‌ای	

استناد: نصرالهی وسطی، لیلا. (۱۴۰۴). مردم‌نگاری شبکه‌ای کنش‌های زنان و دختران دانشگاهی در بحبوحه جنگ رمضان در فضای مجازی، پژوهش‌های انسان‌شناسی

ایران، ۱۵ (۲)، ۱۷۲-۱۸۹. Doi: [10.22059/ijar.2026.412365.459965](https://doi.org/10.22059/ijar.2026.412365.459965)



ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران. © نویسندگان.

مقدمه

در جریان جنگ رمضان که با حملات نظامی ایالات متحده و رژیم صهیونیستی علیه ایران عزیزمان آغاز شد، یکی از تکان‌دهنده‌ترین رخدادها حمله به مدرسه‌ای در شهر میناب بود که به کشته شدن شمار زیادی از دانش‌آموزان و غیرنظامیان انجامید. انتشار خبرها، تصاویر و روایت‌های مربوط به این حادثه و دیگر حملات علیه مناطق مسکونی، موج گسترده‌ای از واکنش‌های عاطفی، اعتراضی و همدلانه را در جامعه و به‌ویژه در فضای مجازی برانگیخت. در چنین شرایطی، شبکه‌های اجتماعی به عرصه‌ای مهم برای بازنمایی تجربه‌های جمعی، شکل‌گیری حافظه اجتماعی و بیان احساسات و مواضع کاربران تبدیل شدند. در میان گروه‌های مختلف اجتماعی، زنان و دختران دانشگاهی نیز به‌عنوان یکی از گروه‌های حاضر در فضای دیجیتال، از طریق انتشار روایت‌ها، تحلیل‌ها، بازنشر اخبار، ایجاد کمپین‌های همبستگی و مشارکت در گفت‌وگوهای آنلاین به این رخدادها واکنش نشان دادند. این کنش‌ها نه‌تنها بیانگر تجربه‌های فردی و عاطفی کاربران هستند، بلکه بخشی از فرایند گسترده‌تری از شکل‌گیری گفتمان‌های اجتماعی و شبکه‌های همبستگی در فضای مجازی را نیز شکل می‌دهند. از این رو، مطالعه مردم‌نگارانه این کنش‌ها می‌تواند به درک عمیق‌تری از نحوه واکنش جامعه دانشگاهی، به‌ویژه زنان و دختران، به رخدادهای خشونت‌آمیز جنگی و نقش فضای مجازی در بازنمایی و تفسیر این تجربه‌ها کمک کند.

شبکه‌های اجتماعی نه‌تنها ابزار انتقال اطلاعات، بلکه عرصه‌ای برای شکل‌گیری روابط اجتماعی، هویت‌یابی و کنشگری مدنی محسوب می‌شوند. بسیاری از پژوهشگران معتقدند که این فضاها امکان شکل‌گیری نوعی «کنشگری دیجیتال» را فراهم کرده‌اند که در آن کاربران از طریق تولید محتوا، بازنشر اطلاعات، شکل‌دهی به هشتگ‌ها و مشارکت در گفت‌وگوهای آنلاین در فرایندهای اجتماعی و سیاسی مشارکت می‌کنند (بنت و سگربرگ^۱، ۲۰۱۳). این نوع کنشگری در شرایط بحرانی، مانند جنگ، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند؛ زیرا در چنین شرایطی شبکه‌های اجتماعی به میدان اصلی انتشار روایت‌ها، احساسات، اعتراض‌ها و همبستگی‌های اجتماعی تبدیل می‌شوند. در این میان، زنان و دختران دانشگاهی قادرند در بحبوحه شرایط بحرانی، نقش قابل توجهی در شکل‌دهی به گفتمان‌های آنلاین ایفا کنند. این گروه می‌تواند از طریق روایت تجربه‌های زیسته، مشارکت در مباحث عمومی و ایجاد شبکه‌های همبستگی، در بازنمایی مسائل اجتماعی و فرهنگی نقش‌آفرینی کند و کنشگری آنلاین فعال داشته باشد. با این حال، بررسی این کنش‌ها صرفاً از طریق تحلیل داده‌های کمی یا کلان شبکه‌های اجتماعی نمی‌تواند به درک عمیق از تجربه‌های کاربران و شیوه‌های معناسازی آن‌ها منجر شود. در چنین شرایطی، رویکرد مردم‌نگاری دیجیتال یا مردم‌نگاری شبکه‌ای می‌تواند چارچوبی مناسب برای مطالعه این پدیده فراهم کند. مردم‌نگاری دیجیتال با تمرکز بر تجربه‌های زیسته کاربران، تعاملات روزمره و فرهنگ‌های شکل‌گرفته در فضای آنلاین، امکان فهم عمیق‌تر از کنشگری دیجیتال را فراهم می‌آورد (پینک و همکاران^۲، ۲۰۱۶). بر این اساس، مسئله اصلی این پژوهش آن است که زنان و دختران دانشگاهی چگونه در بستر شبکه‌های اجتماعی و در شرایط بحرانی «جنگ رمضان» به کنشگری دیجیتال می‌پردازند.

با وجود رشد چشمگیر پژوهش‌ها درباره رسانه‌های اجتماعی و کنشگری دیجیتال، هنوز شکاف‌های قابل توجهی در این حوزه وجود دارد. یکی از مهم‌ترین شکاف‌های پژوهشی، کمبود مطالعاتی است که از رویکردهای مردم‌نگارانه برای بررسی کنشگری دیجیتال استفاده کرده باشند. در حالی که روش‌های کمی می‌توانند الگوهای کلی تعاملات آنلاین را نشان دهند، اما قادر نیستند پیچیدگی‌های

¹ Bennett & Segerberg

² Pink et al.

فرهنگی، هویتی و معنایی کنش‌های کاربران را به‌طور کامل آشکار سازند (هاین^۱، ۲۰۱۵). از این رو، استفاده از رویکرد مردم‌نگاری شبکه‌ای می‌تواند به درک عمیق‌تری از نحوه شکل‌گیری روابط و تعاملات در فضای مجازی کمک کند. شکاف دیگر به عدم توجه به زنان و دختران، به‌ویژه زنان و دختران دانشگاهی، به‌عنوان کنشگران فعال در فضای مجازی مربوط می‌شود. اگرچه پژوهش‌هایی درباره نقش زنان در جنبش‌های اجتماعی انجام شده است، اما بسیاری از این مطالعات کمتر به تجربه‌های خاص زنان در فضای دیجیتال پرداخته‌اند (بانِت-ویسر^۲، ۲۰۱۸). زنان و دختران دانشگاهی به دلیل موقعیت اجتماعی و فرهنگی خاص خود، می‌توانند نقش مهمی در تولید محتوا، شکل‌دهی به گفتمان‌ها و ایجاد شبکه‌های ارتباطی در فضای مجازی ایفا کنند، اما نحوه شکل‌گیری این شبکه‌ها و الگوهای کنشگری آن‌ها به‌طور کافی مورد مطالعه قرار نگرفته است. همچنین، بخش قابل توجهی از پژوهش‌های موجود بر شرایط عادی اجتماعی تمرکز داشته‌اند و مطالعه کنشگری دیجیتال در شرایط بحرانی همچون جنگ محدود است. در چنین شرایطی، شبکه‌های اجتماعی به فضایی برای بازنمایی روایت‌های مختلف، شکل‌گیری همبستگی‌های اجتماعی و حتی مقاومت فرهنگی تبدیل می‌شوند (کاستلز^۳، ۲۰۱۵). مطالعه نحوه مشارکت زنان و دختران دانشگاهی در این فضا در بستر «نظریه عمومی‌های عاطفی» می‌تواند به درک بهتر نقش آن‌ها در شکل‌دهی به روایت‌های اجتماعی در زمان بحران کمک کند.

از این رو، نوآوری این پژوهش را می‌توان در سه محور خلاصه کرد. نخست، استفاده از رویکرد مردم‌نگاری شبکه‌ای که امکان ترکیب تحلیل شبکه‌های ارتباطی با مطالعه کیفی تجربه‌ها و معناسازی‌های کاربران را فراهم می‌کند. دوم، تمرکز بر زنان و دختران دانشگاهی به‌عنوان گروهی از کنشگران دیجیتال که نقش مهمی در تولید و انتشار گفتمان‌های آنلاین پیرامون جنگ رمضان دارند. سوم، بررسی این پدیده در بستر شرایط بحرانی جنگ رمضان که می‌تواند به فهم بهتر نحوه شکل‌گیری کنشگری دیجیتال در زمان جنگ کمک کند. در مجموع، هدف اساسی این پژوهش شناخت و تحلیل الگوهای کنشگری دیجیتال زنان و دختران دانشگاهی در فضای مجازی در دوران جنگ رمضان با استفاده از رویکرد مردم‌نگاری شبکه‌ای و در بستر «نظریه عمومی‌های عاطفی» است. به‌طور مشخص، این پژوهش در پی شناسایی و توصیف انواع کنش‌های زنان و دختران دانشگاهی در فضای مجازی در زمان جنگ رمضان است.

مرور ادبیات

نظریه عمومی‌های عاطفی^۴: چارچوبی برای فهم کنشگری دیجیتال

نظریه عمومی‌های عاطفی یکی از مفاهیم کلیدی در مطالعات ارتباطات دیجیتال و رسانه اجتماعی است که به بررسی چگونگی شکل‌گیری و عملکرد گروه‌های اجتماعی در فضای آنلاین می‌پردازد. این نظریه نخست توسط زیزی پاپاچارسی^۵ مطرح شد و نشان می‌دهد که در عصر رسانه‌های شبکه‌ای، جوامع عمومی نوینی شکل گرفته‌اند که عاطفه و احساسات میان کاربران نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری آن‌ها دارد. برخلاف رویکردهای کلاسیک در مطالعات عمومی که بر مبنای بحث‌های عقلانی و تبادل منطقی ایده‌ها استوار هستند، نظریه عمومی‌های عاطفی تأکید دارد که احساسات، هیجانات و بازنمایی عاطفی بخش جدایی‌ناپذیر از کنش‌های اجتماعی در رسانه‌های دیجیتال امروز است (پاپاچارسی، ۲۰۱۵).

¹ Hine

² Banet-Weiser

³ Castells

⁴ Affective Publics Theory

⁵ Zizi Papacharissi

در سنت نظری، مفهوم «عمومی»^۱ برگرفته از ایده ژورگن هابرماس درباره «عرصه عمومی» بود که بر تبادل عقلانی نظرها و استدلال‌های منطقی میان شهروندان تأکید داشت (هابرماس ۲، ۱۹۶۲/۱۹۹۱). برخلاف این دیدگاه که عمومی را واحد و متمرکز می‌دید، نظریه عمومی‌های عاطفی نشان می‌دهد که در جامعه شبکه‌ای مدرن، عمومی‌ها چندگانه، متغیر، پویا و وابسته به احساسات هستند و از طریق پلتفرم‌های دیجیتال شکل می‌گیرند و ناپدید می‌شوند (پاپاکاریسی، ۲۰۱۵). نظریه عمومی‌های عاطفی بر این اصل استوار است که در رسانه‌های شبکه‌ای، کاربران نه تنها با هم تبادل اطلاعات می‌کنند، بلکه احساسات خود را نیز به اشتراک می‌گذارند و در فرایند گفتگوهای گروهی عاطفی شرکت می‌کنند. به این ترتیب، احساسات فردی می‌توانند به حس جمعی و عاطفه عمومی بدل شوند و بر نحوه برخورد مردم با رویدادها، بحران‌ها و موضوعات اجتماعی تأثیر بگذارند.

در نظریه عمومی‌های عاطفی، «عاطفه» مفهومی فراتر از احساسات ساده فردی است. عاطفه به عنوان یک فرآیند اجتماعی و بین‌فردی تعریف می‌شود که در تعامل میان کاربران و فناوری‌های رسانه‌ای شکل می‌گیرد. این فرآیند عاطفی در رسانه‌های شبکه‌ای به ویژه از طریق پست‌ها، بازنشرها، اظهار نظرها، هشتگ‌ها و واکنش‌های کاربران تولید و تقویت می‌شود (پاپاکاریسی، ۲۰۱۵). رسانه‌های اجتماعی مانند توییتر، فیس‌بوک و اینستاگرام نقش مهمی در تسریع گردش احساسات ایفا می‌کنند. کاربران از طریق بازنشر سریع محتوا و مشارکت فعال در بحث‌های رسانه‌ای، احساسات خود را نه تنها با مخاطبان نزدیک، بلکه با کاربران گسترده‌تر در سراسر جهان به اشتراک می‌گذارند. این فرآیند به ظهور جریان‌های عاطفی عمومی منجر می‌شود که می‌تواند نیروهای اجتماعی، سیاسی و فرهنگی را تقویت یا تضعیف کند.

یکی از جنبه‌های مهم نظریه عمومی‌های عاطفی، ارتباط مستقیم آن با کنشگری دیجیتال و شکل‌گیری جنبش‌های اجتماعی در فضای آنلاین است. در این رویکرد، عمومی‌های عاطفی می‌توانند به موتورهای انگیزشی و مشارکتی تبدیل شوند که افراد را گرد هم آورده و به آن‌ها انرژی برای عمل جمعی می‌دهند. به عبارت دیگر، عاطفه نه تنها نقش نمادین دارد، بلکه می‌تواند عامل محرک عمل جمعی و فعال‌سازی مدنی باشد (پاپاکاریسی، ۲۰۱۵، ۲۰۱۶). مطالعات تجربی نشان داده‌اند که در جنبش‌های اجتماعی نظیر بهار عربی یا جنبش اشغال وال استریت^۲، عمومی‌های عاطفی نقش کلیدی در تحریک مشارکت، همبستگی و احساس هویت جمعی ایفا کرده‌اند. در این موارد، احساسات مشترک نظیر خشم، امید، ناامیدی یا همدردی توانسته‌اند پالس‌های عاطفی مستمر در شبکه‌های اجتماعی ایجاد کنند که کاربران را به مشارکت فعال و بازنشر محتوا ترغیب کند (پاپاکاریسی، ۲۰۱۶). در تحلیل نظریه عمومی‌های عاطفی، چند عنصر کلیدی برجسته می‌شود (پاپاکاریسی، ۲۰۱۵، ۲۰۱۶):

(۱) عاطفه به مثابه تجربه اجتماعی: عاطفه در رسانه‌های شبکه‌ای نه فقط یک تجربه فردی، بلکه یک تجربه اجتماعی است که از تعامل میان کاربران و فناوری‌ها حاصل می‌شود.

(۲) ساخت و بازنشر روایت‌های عاطفی: کاربران می‌توانند از طریق پست‌ها و گفتگوهای رسانه‌ای، روایت‌های عاطفی را تقویت و تکرار کنند و بدین صورت به پایداری یک عمومی عاطفی کمک نمایند.

(۳) فرایندهای هم‌آوایی عاطفی^۳: این فرایند اشاره به هم‌نوایی عاطفی میان کاربران دارد که در آن احساسات مشابه در میان گروه‌های گسترده شکل می‌گیرد و نقش اصلی در پویایی عمومی‌های عاطفی ایفا می‌کند.

¹ Public

² Habermas

³ Wall street movement

⁴ Affective Attunement

۴) بازنمایی شخصی به سیاسی: کاربران از طریق بیان احساسات شخصی، آن‌ها را به موضوعات سیاسی و اجتماعی گره می‌زنند و بدین صورت بازنمایی شخصی را به بازنمایی سیاسی تبدیل می‌کنند.

نظریه عمومی‌های عاطفی چارچوبی مهم برای درک نقش احساسات و رسانه‌های شبکه‌ای در شکل‌گیری کنش‌های جمعی ارائه می‌دهد. این نظریه نشان می‌دهد که چگونه عاطفه در فضای رسانه‌های اجتماعی می‌تواند به‌عنوان موتور اصلی شکل‌گیری عمومی‌های پویا، ناپایدار و تأثیرگذار عمل کند. این دیدگاه به ما کمک می‌کند تا بهتر بفهمیم چگونه کاربران در موقعیت‌های بحرانی، سیاسی یا اجتماعی از طریق به اشتراک‌گذاری احساسات خود، به خلق حلقه‌های همبستگی دیجیتال می‌پردازند و چگونه احساسات مشترک می‌تواند منجر به کنشگری دیجیتال و تغییرات اجتماعی شود (پاپاکاریسی، ۲۰۱۵، ۲۰۱۶، ۲۰۲۰).

نظریه عمومی‌های عاطفی چارچوبی مناسب برای تحلیل کنش‌های زنان و دختران دانشگاهی در فضای مجازی در بحبوحه جنگ رمضان فراهم می‌کند، زیرا این نظریه به بررسی چگونگی شکل‌گیری و انتشار احساسات جمعی در شبکه‌های اجتماعی می‌پردازد. در جریان حملات اخیر، رخدادهایی مانند حمله به مدرسه میناب و کشتار غیرنظامیان، احساسات قوی از قبیل خشم، اندوه و همدلی را در سطح جامعه برانگیخته است. زنان و دختران دانشگاهی، به‌عنوان گروهی فعال در رسانه‌های دیجیتال، این احساسات را از طریق پست‌ها، بازنشر اخبار، هشتک‌ها و مشارکت در بحث‌های آنلاین منتشر و بازتولید می‌کنند، و به این ترتیب عمومی‌های عاطفی پویا ایجاد می‌کنند که نه تنها بیانگر تجربه‌های فردی، بلکه بازتاب‌دهنده واکنش اجتماعی گسترده هستند (پاپاکاریسی، ۲۰۱۶). مطالعه این کنش‌ها از دیدگاه مردم‌نگارانه شبکه‌ای، امکان درک نحوه شکل‌گیری همبستگی دیجیتال، ساخت روایت‌های جمعی و واکنش‌های فرهنگی به خشونت و بحران را فراهم می‌آورد. به عبارت دیگر، نظریه عمومی‌های عاطفی ابزار مفهومی ارزشمندی است تا پژوهشگران بتوانند پیوند میان تجربه عاطفی، شبکه‌های دیجیتال و کنشگری اجتماعی زنان و دختران دانشگاهی را در شرایط جنگی تحلیل کنند (پاپاکاریسی، ۲۰۲۰).

پیشنه تجربی

در دو دهه اخیر با گسترش اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، پژوهش‌های گسترده‌ای در حوزه کنشگری دیجیتال، مشارکت آنلاین و شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی انجام شده است. یکی از مهم‌ترین حوزه‌های این مطالعات بررسی نقش کاربران عادی، به‌ویژه گروه‌های اجتماعی مانند زنان و جوانان، در تولید و انتشار محتوا و شکل‌دهی به گفتمان‌های عمومی در رسانه‌های اجتماعی است. بسیاری از پژوهشگران معتقدند که شبکه‌های اجتماعی بستر جدیدی برای شکل‌گیری مشارکت سیاسی و اجتماعی فراهم کرده‌اند و کاربران از طریق آن‌ها می‌توانند در فرآیندهای اجتماعی و سیاسی مشارکت فعال داشته باشند (کاستلز^۱، ۲۰۱۵). در این میان، نظریه عمومی‌های عاطفی که توسط پاپاکاریسی مطرح شده است، به‌عنوان یکی از چارچوب‌های نظری مهم در تحلیل کنشگری دیجیتال شناخته می‌شود. بر اساس این نظریه، رسانه‌های اجتماعی امکان شکل‌گیری اجتماعاتی را فراهم می‌کنند که در آن‌ها احساسات و هیجانات جمعی نقش مهمی در ایجاد همبستگی و کنش جمعی دارند. در چنین فضاهایی، کاربران از طریق انتشار پیام‌ها، تصاویر و روایت‌های شخصی به اشتراک‌گذاری تجربه‌های عاطفی می‌پردازند و از این طریق نوعی شبکه عاطفی شکل می‌گیرد که می‌تواند زمینه‌ساز کنش اجتماعی شود (پاپاکاریسی، ۲۰۱۵). پاپاکاریسی در پژوهش‌های خود نشان می‌دهد که در جریان رویدادهای سیاسی مهم مانند انقلاب مصر در سال ۲۰۱۱ یا جنبش اشغال وال استریت، شبکه‌های اجتماعی به بستری برای شکل‌گیری عمومی‌های

^۱ Castells

عاطفی تبدیل شدند؛ به‌گونه‌ای که کاربران با استفاده از هشتگ‌ها و روایت‌های شخصی، احساسات مشترک خود را بیان کردند و همین امر به شکل‌گیری نوعی همبستگی اجتماعی در فضای آنلاین منجر شد (پاپاکاریسی، ۲۰۱۶).

مطالعات دیگری نیز نشان داده‌اند که رسانه‌های اجتماعی در بسیاری از جنبش‌های اجتماعی معاصر نقش مهمی در سازمان‌دهی و بسیج اجتماعی ایفا کرده‌اند. برای مثال، بنت و سگربرگ^۱ (۲۰۱۳) در نظریه «کنش پیوندی» بیان می‌کنند که رسانه‌های دیجیتال امکان شکل‌گیری نوعی کنش جمعی جدید را فراهم کرده‌اند که در آن افراد بدون نیاز به سازمان‌های رسمی، از طریق شبکه‌های آنلاین با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت می‌کنند. علاوه بر این، پژوهش‌های متعددی به بررسی نقش زنان در کنشگری دیجیتال پرداخته‌اند. بنت و ایزر (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای درباره فمینیسم دیجیتال نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی به زنان امکان داده‌اند تا تجربه‌های شخصی خود را درباره تبعیض، خشونت و نابرابری‌های جنسیتی با دیگران به اشتراک بگذارند و از این طریق گفتمان‌های جدیدی در حوزه عدالت جنسیتی شکل دهند. این پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به بستری برای شکل‌گیری جنبش‌های اجتماعی زنان تبدیل شوند. همچنین پژوهش‌های متعددی درباره نقش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌گیری جنبش‌های اعتراضی انجام شده است. توفکچی (۲۰۱۷) در پژوهش خود درباره جنبش‌های اجتماعی دیجیتال نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در سازمان‌دهی اعتراضات و بسیج کاربران ایفا می‌کنند و به افراد امکان می‌دهند تا بدون نیاز به ساختارهای رسمی در فعالیت‌های سیاسی مشارکت کنند. در سال‌های اخیر، پژوهش‌های جدیدتری نیز به بررسی تعاملات کاربران در شبکه‌های اجتماعی با استفاده از روش‌های محاسباتی و تحلیل داده‌های کلان پرداخته‌اند. برای مثال، مطالعه‌ای درباره گفتمان تویتر فارسی نشان داده است که این شبکه اجتماعی به یکی از مهم‌ترین فضاها برای گفت‌وگوی سیاسی و اجتماعی برای کاربران ایرانی تبدیل شده و کاربران از آن برای بیان دیدگاه‌ها و شکل‌دهی به افکار عمومی استفاده می‌کنند (فرزام و همکاران^۲، ۲۰۲۲). پژوهش دیگری درباره تحلیل داده‌های شبکه‌های اجتماعی در ایران نشان داده است که پس از برخی رویدادهای اجتماعی مهم، حجم قابل توجهی از محتواهای تولیدشده در شبکه‌های اجتماعی به موضوعات مربوط به حقوق زنان و برابری جنسیتی اختصاص یافته است و زنان نقش مهمی در تولید و انتشار این محتواها ایفا کرده‌اند (خرموز و همکاران^۳، ۲۰۲۳). در مجموع، مطالعات بین‌المللی نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی به بستری مهم برای شکل‌گیری کنشگری دیجیتال و بیان تجربه‌های اجتماعی تبدیل شده‌اند و کاربران، به‌ویژه زنان و جوانان، نقش مهمی در شکل‌دهی به گفتمان‌های اجتماعی در این فضا ایفا می‌کنند.

در ایران نیز پژوهش‌های متعددی درباره نقش شبکه‌های اجتماعی در مشارکت اجتماعی و سیاسی کاربران انجام شده است. بسیاری از این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان رسانه‌های تعاملی، فرصت‌های جدیدی برای مشارکت اجتماعی و بیان دیدگاه‌ها فراهم کرده‌اند. یکی از پژوهش‌های مهم در این زمینه، مطالعه‌ای درباره کنشگری زنان در شبکه‌های اجتماعی است که به بررسی فعالیت‌های کاربران ایرانی در صفحه فیس‌بوکی «آزادی یواشکی زنان» پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که کاربران از طریق انتشار تصاویر و روایت‌های شخصی تلاش می‌کنند تجربه‌های خود را درباره مسائل اجتماعی و فرهنگی بیان کنند و از این طریق نوعی فضای گفت‌وگوی اجتماعی شکل می‌گیرد (طالبیان و طالبیان، ۱۳۹۶). پژوهش دیگری درباره نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری گفتمان‌های جنسیتی در ایران نشان می‌دهد که فضای مجازی به عرصه‌ای برای بازنمایی دیدگاه‌های مختلف

¹ Bennett & Segerberg

² Farzam et al

³ Khorramrouz et al

درباره نقش زنان در جامعه تبدیل شده است. این پژوهش با تحلیل توییت‌های منتشر شده در توییت‌ر فارسی نشان می‌دهد که گفتمان‌های مختلف درباره زنان در این فضا شکل می‌گیرد و کاربران از طریق تعاملات آنلاین در شکل‌دهی به این گفتمان‌ها مشارکت می‌کنند (تقی‌آبادی و تقی‌آبادی، ۱۴۰۰). همچنین پژوهش‌هایی درباره انگیزه‌های حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی نشان داده‌اند که زنان از این فضا برای برقراری ارتباط با دیگران، بیان دیدگاه‌های شخصی و مشارکت در بحث‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. برای مثال، پژوهشی درباره حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که بسیاری از زنان این فضا را فرصتی برای بیان هویت اجتماعی و مشارکت در گفت‌وگوهای عمومی می‌دانند (اکبرپور، ۱۳۹۶). در حوزه مطالعات جامعه‌شناسی سیاسی نیز پژوهش‌هایی درباره کنشگری اجتماعی زنان در ایران انجام شده است. برای مثال، مطالعه‌ای درباره گفتمان‌های کنشگری سیاسی زنان در ایران نشان می‌دهد که زنان در دوره‌های مختلف تاریخی نقش مهمی در فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی داشته‌اند و این کنشگری در سال‌های اخیر با گسترش رسانه‌های اجتماعی شکل جدیدی پیدا کرده است (کرئی و همکاران، ۱۴۰۰). علاوه بر این، پژوهش‌هایی درباره تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی دانشجویان نیز نشان داده‌اند که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند نقش مهمی در افزایش آگاهی سیاسی و مشارکت اجتماعی جوانان ایفا کنند. این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی برای بحث درباره مسائل اجتماعی و سیاسی و بیان دیدگاه‌های خود استفاده می‌کنند.

بررسی مطالعات داخلی و بین‌المللی نشان می‌دهد که پژوهش‌های متعددی درباره کنشگری دیجیتال، مشارکت اجتماعی کاربران و نقش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به گفتمان‌های عمومی انجام شده است. بسیاری از این مطالعات نشان می‌دهند که شبکه‌های اجتماعی به یکی از مهم‌ترین فضاها برای مشارکت اجتماعی در عصر دیجیتال تبدیل شده‌اند و کاربران از طریق این فضاها می‌توانند در شکل‌دهی به افکار عمومی مشارکت کنند. با این حال، چند شکاف پژوهشی مهم در این حوزه وجود دارد. بسیاری از پژوهش‌های موجود بر تحلیل داده‌های کلان یا مطالعات کمی تمرکز دارند و کمتر به رویکردهای مردم‌نگارانه برای بررسی تجربه‌های کاربران در فضای مجازی پرداخته‌اند. بخش قابل توجهی از پژوهش‌ها به بررسی کنشگری اجتماعی در شرایط عادی اجتماعی پرداخته‌اند و مطالعات محدودی درباره کنشگری دیجیتال در شرایط بحرانی یا جنگی وجود دارد. در مطالعات داخلی، اگرچه پژوهش‌هایی درباره نقش زنان در شبکه‌های اجتماعی انجام شده است، اما هنوز پژوهش‌های محدودی درباره نقش زنان دانشگاهی در شکل‌دهی به گفتمان‌های اجتماعی در فضای مجازی وجود دارد. همچنین بسیاری از پژوهش‌ها کمتر به نقش احساسات و عواطف در شکل‌گیری کنشگری دیجیتال توجه کرده‌اند، در حالی که نظریه عمومی‌های عاطفی نشان می‌دهد که احساسات می‌توانند نقش مهمی در شکل‌گیری مشارکت اجتماعی در رسانه‌های اجتماعی داشته باشند. بنابراین، پژوهش حاضر تلاش می‌کند با استفاده از رویکرد مردم‌نگاری شبکه‌ای و چارچوب نظری عمومی‌های عاطفی به بررسی کنش‌های زنان و دختران دانشگاهی در فضای مجازی در شرایط بحرانی همچون جنگ بپردازد و از این طریق به درک عمیق‌تری از نحوه شکل‌گیری همبستگی دیجیتال و گفتمان‌های اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی دست یابد.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر با هدف تحلیل کنش‌های زنان و دختران دانشگاهی در فضای مجازی در شرایط بحران جنگ رمضان انجام شد. با توجه به ماهیت مسئله تحقیق که بر درک تجربه‌های زیسته، معانی ذهنی و الگوهای کنش کاربران در فضای مجازی تمرکز دارد، این مطالعه در چارچوب رویکرد کیفی انجام می‌شود. روش کیفی به پژوهشگر امکان می‌دهد تا پدیده‌های اجتماعی را از منظر کنشگران اجتماعی

و بر اساس تفسیرها و تجربه‌های آنان بررسی کند. در میان روش‌های کیفی، این پژوهش از رویکرد مردم‌نگاری شبکه‌ای^۱ بهره می‌گیرد. مردم‌نگاری شبکه‌ای نوعی روش تحقیق کیفی است که برای مطالعه فرهنگ‌ها، تعاملات و کنش‌های اجتماعی در فضای آنلاین به کار می‌رود. این روش که نخستین بار توسط کوزینتس معرفی شد، تلاش می‌کند با بررسی تعاملات کاربران در محیط‌های دیجیتال و گفت‌وگو با آنان، فهم عمیق‌تری از تجربه‌های اجتماعی در فضای مجازی ارائه دهد (کوزینتس^۲، ۲۰۱۵). در این پژوهش، تمرکز اصلی بر تجربه‌ها و روایت‌های شخصی زنان و دختران دانشگاهی درباره نحوه حضور و کنشگری آنان در شبکه‌های اجتماعی در دوره جنگ رمضان است. بنابراین، برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه‌های آنلاین نیمه‌ساختاریافته استفاده می‌شود تا پژوهشگر بتواند از طریق گفت‌وگوی مستقیم با مشارکت‌کنندگان، به درک عمیق‌تری از تجربه‌های آنان دست یابد. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش شامل زنان و دختران دانشگاهی ایرانی است که در شبکه‌های اجتماعی حضور فعال دارند و در بازه زمانی مورد نظر درباره موضوعات مرتبط با جنگ رمضان در فضای مجازی اظهار نظر یا تولید محتوا کرده‌اند. منظور از زنان دانشگاهی در این پژوهش، دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی هستند که در یکی از شبکه‌های اجتماعی فعال بوده و درباره رویدادهای اجتماعی و سیاسی در فضای مجازی مشارکت داشته‌اند. با توجه به ماهیت کیفی پژوهش، هدف این مطالعه دستیابی به تعمیم آماری نیست، بلکه تلاش می‌شود با انتخاب مشارکت‌کنندگان مناسب، درک عمیقی از تجربه‌ها و دیدگاه‌های آنان حاصل شود. در این پژوهش از نمونه‌گیری هدفمند^۳ استفاده شد. در نمونه‌گیری هدفمند، پژوهشگر افرادی را انتخاب می‌کند که تجربه یا دانش مرتبط با موضوع پژوهش داشته باشند. معیارهای انتخاب مشارکت‌کنندگان در این پژوهش عبارت‌اند از زن بودن، دانشجو یا فارغ‌التحصیل دانشگاهی بودن، داشتن حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی، و مشارکت در بحث‌ها یا انتشار محتوا درباره موضوعات مرتبط با جنگ رمضان در فضای مجازی. فرآیند شناسایی مشارکت‌کنندگان از طریق مشاهده فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی و همچنین معرفی افراد توسط سایر مشارکت‌کنندگان انجام شد. در برخی موارد از روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی نیز استفاده شد؛ به این معنا که پس از انجام مصاحبه با یک مشارکت‌کننده، از او درخواست شد افراد دیگری را که واجد شرایط پژوهش هستند معرفی کند. در مجموع، در این پژوهش با ۲۰ نفر از زنان و دختران دانشگاهی مصاحبه انجام شد. این تعداد برای پژوهش‌های کیفی مناسب است و امکان دستیابی به اشباع نظری را فراهم می‌کند؛ یعنی مرحله‌ای که در آن داده‌های جدید اطلاعات تازه‌ای به یافته‌های پژوهش اضافه نمی‌کنند. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته آنلاین است. مصاحبه نیمه‌ساختاریافته یکی از روش‌های رایج در تحقیقات کیفی است که در آن مجموعه‌ای از پرسش‌های کلی از پیش طراحی می‌شود، اما پژوهشگر می‌تواند در طول مصاحبه پرسش‌های جدیدی نیز مطرح کند تا موضوعات مهم‌تر را عمیق‌تر بررسی کند. مصاحبه‌ها در این پژوهش به صورت آنلاین و از طریق پیام‌رسان‌ها یا تماس‌های اینترنتی انجام شد. ابزارهای مورد استفاده شامل پلتفرم‌هایی مانند بله و ایتا بود. استفاده از مصاحبه آنلاین به پژوهشگر امکان می‌دهد با مشارکت‌کنندگانی که در مکان‌های مختلف حضور دارند ارتباط برقرار کند و در عین حال فضای راحت‌تری برای بیان دیدگاه‌ها فراهم شود.

مدت زمان هر مصاحبه بین ۴۵ تا ۶۰ دقیقه خواهد بود. با رضایت مشارکت‌کنندگان، گفت‌وگوها ضبط و سپس به متن تبدیل می‌شوند تا امکان تحلیل دقیق داده‌ها فراهم شود. نمونه‌ای از پرسش‌های مصاحبه شامل موارد زیر است: (۱) شما چگونه درباره رویدادهای مرتبط با جنگ رمضان در شبکه‌های اجتماعی اطلاع پیدا کردید؟ (۲) چه عاملی باعث شد درباره این موضوع در فضای مجازی اظهار نظر کنید

¹ Netnography

² Kozinets

³ Purposive Sampling

یا محتوا منتشر کنید؟ (۳) هنگام انتشار پست یا نظر درباره این موضوع چه احساساتی را تجربه می‌کنید؟ (۴) در رابطه با جنگ رمضان چه کنش‌ها یا فعالیت‌هایی را در فضای مجازی داشته‌اید؟ (۵) چگونه و از چه شیوه‌هایی در صدد تاثیرگذاری بر افکار عمومی داشته‌اید؟ این پرسش‌ها به پژوهشگر کمک می‌کند تا ابعاد مختلف کنشگری زنان و دختران دانشگاهی، از جمله انگیزه‌ها، احساسات، و تجربه‌های شخصی آنها از تأثیر فضای مجازی را بررسی کند.

استراتژی پژوهش، مردم نگاری شبکه‌ای (نتنوگرافی^۱) است. مردم نگاری شبکه‌ای یک روش تحقیق دیجیتال کیفی همیشه در حال تکامل است که برای دستیابی به درک فرهنگی تعریف می‌شود. مردم نگاری شبکه‌ای، تعداد زیادی از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی جهانی را در بر می‌گیرد در نتیجه از تمرکز محدود بر جوامع آنلاین تکامل یافته تا رد پای دیجیتالی باقیمانده در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی و وبلاگ‌ها را به عنوان منبع اصلی داده در نظر می‌گیرد. برای تحقیقات مردم نگاری شبکه‌ای، رسانه‌های اجتماعی به طور کلی به این صورت تعریف می‌شوند که سایت‌ها، برنامه‌ها و ابزارهایی را در بر می‌گیرد که به کاربران (حتی آنهایی که فاقد تخصص فنی هستند) اجازه می‌دهد با سایر کاربران ارتباط برقرار کنند، محتوا تولید کنند و آن را به اشتراک بگذارند (کوزینتس و همکاران^۲، ۲۰۲۴). در نهایت مقوله‌های استخراج شده در چارچوب نظری پژوهش، به‌ویژه نظریه عمومی‌های عاطفی تفسیر می‌شوند. برای تسهیل فرایند تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار تحلیل کیفی MAXQDA استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در مرحله اول، مفاهیم و کدهای اولیه با تجزیه و تحلیل برچسب‌ها و تحلیل دقیق متن مصاحبه‌ها و یادداشت‌های زمینه‌ای، شکل گرفته و ساخته می‌شوند. گزاره‌های معنادار، عباراتی است که در متن مصاحبه‌ها ارزش مفهومی و معنایی دارند. این گزاره‌ها معمولاً به جملاتی که به سوالات اصلی پژوهش پاسخ می‌دهند، مرتبط هستند و می‌توانند در فرایند کدگذاری به عنوان راهنما و رهنمود برای مفاهیم پژوهش مورد استفاده قرار گیرند. این گزاره‌ها همچنین منبع اصلی برای مفاهیم اساسی پژوهش محسوب می‌شوند. بعد از استخراج گزاره‌های معنادار، خرده مقوله‌ها شکل گرفت. سپس از ترکیب خرده مقوله‌های مرتبط، زیرمقوله‌ها و در نهایت، مقوله‌های اصلی ایجاد شد. در رابطه با انگیزه‌های زنان و دختران دانشگاهی از کنشگری در فضای مجازی در بحبوحه جنگ رمضان، مقوله‌های سه گانه زیر احصاء گردید:

مقوله ۱: انگیزه‌های عاطفی و همدلی انسانی

بسیاری از زنان و دختران دانشگاهی در مواجهه با اخبار و تصاویر منتشر شده از پیامدهای جنگ رمضان، واکنش‌های عاطفی شدیدی را تجربه می‌کنند. مشاهده رنج و آسیب غیرنظامیان، به‌ویژه کودکان و خانواده‌ها، احساس اندوه، همدلی و سوگ جمعی را در میان آنان برمی‌انگیزد. این احساسات در برخی موارد با خشم و اعتراض اخلاقی نسبت به خشونت و بی‌عدالتی همراه می‌شود و کاربران تلاش می‌کنند از طریق انتشار پست‌ها و اظهار نظر در شبکه‌های اجتماعی، این خشم و اعتراض را بیان کنند. از سوی دیگر، فضای مجازی برای بسیاری از آنان به بستری برای ابراز احساسات و تخلیه هیجانی تبدیل می‌شود؛ جایی که می‌توانند تجربه‌های عاطفی خود را با دیگران به اشتراک بگذارند و از طریق همدردی و همبستگی آنلاین، احساس تنهایی یا ناتوانی خود را کاهش دهند. در نتیجه، تولید

1. Netnography

2. Kozinets

محتوا در شبکه‌های اجتماعی برای این گروه نه تنها یک عمل ارتباطی، بلکه نوعی پاسخ عاطفی و انسانی به بحران جنگ محسوب می‌شود.

مقاله ۲: انگیزه‌های هویتی و اجتماعی

مشارکت زنان و دختران دانشگاهی در فضای مجازی در زمان جنگ رمضان تنها ناشی از احساسات فردی نیست، بلکه به ابعاد هویتی و اجتماعی نیز مرتبط است. بسیاری از آنان با انتشار محتوا درباره این رویدادها تلاش می‌کنند احساس تعلق و همبستگی جمعی خود را با جامعه گسترده‌تر نشان دهند. این احساس تعلق گاه در قالب همراهی با دیگر کاربران، مشارکت در هشتگ‌ها و حضور در گفت‌وگوهای جمعی در شبکه‌های اجتماعی بروز می‌یابد. در کنار این مسئله، برخی از کاربران احساس می‌کنند که به عنوان اعضای جامعه و به‌ویژه به عنوان افراد تحصیل‌کرده، مسئولیت اجتماعی دارند که درباره مسائل مهم اجتماعی و انسانی اطلاع‌رسانی کنند. همچنین، برای برخی از زنان دانشگاهی، حضور فعال در فضای مجازی فرصتی برای بازنمایی هویت زنانه و دانشجویی محسوب می‌شود؛ به این معنا که آنان تلاش می‌کنند نشان دهند زنان نیز می‌توانند در مباحث اجتماعی و سیاسی مشارکت داشته باشند و دیدگاه‌های خود را درباره مسائل مهم جامعه بیان کنند. در این چارچوب، تولید محتوا در فضای مجازی به ابزاری برای بیان هویت و نقش اجتماعی زنان در عرصه عمومی دیجیتال تبدیل می‌شود.

مقاله ۳: انگیزه‌های کنشگری و تأثیر گذاری اجتماعی

بخش دیگری از انگیزه‌های مشارکت زنان و دختران دانشگاهی در فضای مجازی به تمایل آنان برای کنشگری و تأثیر گذاری اجتماعی مربوط می‌شود. بسیاری از این کاربران شبکه‌های اجتماعی را ابزاری برای آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی می‌دانند و با انتشار اخبار، تحلیل‌ها و روایت‌های شخصی تلاش می‌کنند دیگران را نسبت به ابعاد مختلف جنگ آگاه کنند. در کنار این هدف، برخی از آنان امیدوارند که فعالیت‌های آنلاین بتواند به شکل‌دهی افکار عمومی کمک کند و توجه بیشتری را به پیامدهای انسانی جنگ جلب نماید. علاوه بر این، در برخی موارد کاربران تلاش می‌کنند از طریق انتشار پیام‌ها و دعوت دیگران به مشارکت، نوعی بسیج اجتماعی و همبستگی دیجیتال ایجاد کنند؛ به‌گونه‌ای که دیگر کاربران نیز به انتشار محتوا، حمایت از کمپین‌ها یا مشارکت در گفت‌وگوهای اجتماعی ترغیب شوند. بنابراین، برای بسیاری از زنان دانشگاهی، فعالیت در فضای مجازی تنها بیان نظر شخصی نیست، بلکه نوعی کنشگری اجتماعی در بستر دیجیتال محسوب می‌شود که هدف آن ایجاد آگاهی، تأثیر گذاری بر افکار عمومی و تقویت همبستگی اجتماعی است.

جدول ۱. انگیزه‌های زنان و دختران دانشگاهی برای کنشگری در مورد جنگ رمضان

مقاله اصلی	زیرمقاله	خرده‌مقاله‌ها (مفهوم)
انگیزه‌های عاطفی و همدلی انسانی	همدلی با قربانیان جنگ	احساس اندوه و سوگ، همدردی با خانواده‌های قربانیان، واکنش احساسی به تصاویر و اخبار
	خشم و اعتراض اخلاقی	احساس خشم نسبت به خشونت و کشتار غیرنظامیان، واکنش به بی‌عدالتی، محکوم کردن عاملان جنگ
انگیزه‌های هویتی و اجتماعی	نیاز به ابراز احساسات	تخلیه هیجانی در فضای مجازی، بیان احساسات شخصی، اشتراک تجربه‌های عاطفی با دیگران
	هویت جمعی و همبستگی اجتماعی	احساس تعلق به جامعه ملی یا دینی، همراهی با دیگر کاربران، مشارکت در کمپین‌ها و هشتگ‌ها
مسئولیت اجتماعی	مسئولیت اجتماعی	احساس مسئولیت نسبت به آگاهی‌بخشی، تلاش برای اطلاع‌رسانی، احساس وظیفه اخلاقی در قبال جامعه

بازنمایی هویت زنانه و دانشجویی	بیان دیدگاه‌های زنان، نشان دادن نقش زنان در عرصه اجتماعی، مشارکت در گفت‌وگوهای اجتماعی
آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی	انتشار اخبار و تحلیل‌ها، بازنشر اطلاعات، تلاش برای افزایش آگاهی عمومی
شکل‌دهی افکار عمومی	تلاش برای تأثیرگذاری بر نگرش دیگران، مشارکت در بحث‌های اجتماعی، دفاع از مواضع سیاسی یا اخلاقی
بسیج اجتماعی و حمایت دیجیتال	دعوت به همبستگی اجتماعی، تشویق دیگران به مشارکت، حمایت از کمپین‌های آنلاین

مقوله ۴: کنش‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی

یکی از مهم‌ترین الگوهای کنش زنان و دختران دانشگاهی در فضای سایبری در زمان جنگ رمضان، مشارکت فعال آنان در تولید و گردش اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی است. بسیاری از مشارکت‌کنندگان بیان می‌کنند که نخستین واکنش آنان در برابر اخبار جنگ، تلاش برای دریافت، بررسی و انتشار اطلاعات مرتبط با رویدادها بوده است. در این فرایند، برخی کاربران اقدام به انتشار مستقیم اخبار و گزارش‌ها از منابع مختلف می‌کنند و با بازنشر پست‌ها، لینک‌های خبری یا ویدئوهای مرتبط تلاش می‌کنند دیگران را از ابعاد مختلف جنگ آگاه سازند. این کنش اطلاع‌رسانی در بسیاری از موارد با تفسیر و تحلیل شخصی همراه است؛ به این معنا که کاربران علاوه بر بازنشر اطلاعات، دیدگاه‌ها و برداشت‌های خود را درباره علل و پیامدهای رویدادها نیز بیان می‌کنند. در برخی موارد نیز زنان دانشگاهی با نوشتن یادداشت‌های کوتاه یا تحلیل‌های شخصی تلاش می‌کنند ابعاد انسانی و اجتماعی جنگ را توضیح دهند. از سوی دیگر، بخشی از این کنش‌ها به روایتگری و بازنمایی تجربه‌های انسانی مربوط می‌شود. کاربران با انتشار تصاویر، روایت‌های شخصی یا بازگویی داستان‌های انسانی تلاش می‌کنند تجربه‌های دردناک یا تأثیرات اجتماعی جنگ را برجسته کنند. این روایتگری اغلب با هدف جلب توجه دیگران به پیامدهای انسانی جنگ و ایجاد حساسیت اجتماعی نسبت به این موضوع انجام می‌شود. در مجموع، مجموعه این فعالیت‌ها نشان می‌دهد که برای بسیاری از زنان دانشگاهی، حضور در فضای مجازی در چنین شرایطی به معنای ایفای نوعی نقش ارتباطی و اطلاع‌رسانی در عرصه عمومی دیجیتال است؛ نقشی که از طریق آن تلاش می‌کنند جریان اطلاعات را تقویت کرده و در شکل‌گیری آگاهی اجتماعی مشارکت داشته باشند.

مقوله ۵: کنش‌های حمایتی و همبستگی اجتماعی

دومین الگوی کنش قابل مشاهده در میان زنان و دختران دانشگاهی در فضای سایبری، مجموعه‌ای از فعالیت‌هاست که در راستای ابراز حمایت عاطفی و تقویت همبستگی اجتماعی شکل می‌گیرد. بسیاری از مشارکت‌کنندگان بیان می‌کنند که در مواجهه با اخبار و تصاویر منتشرشده از پیامدهای جنگ، احساس همدردی و نگرانی نسبت به وضعیت قربانیان را تجربه کرده‌اند و همین احساسات آنان را به ابراز همدلی و حمایت در فضای مجازی سوق داده است. در این راستا، برخی کاربران با انتشار پیام‌های همدردی، تسلیت و دعا برای قربانیان تلاش می‌کنند نوعی حمایت عاطفی نمادین را در فضای آنلاین ایجاد کنند. این پیام‌ها اغلب با تأکید بر همدردی انسانی و توجه به رنج افراد آسیب‌دیده همراه است. در کنار این کنش‌های عاطفی، بخشی از فعالیت کاربران به مشارکت در پویش‌ها و کمپین‌های آنلاین (مثل جان‌فدا) مربوط می‌شود. در این زمینه، زنان دانشگاهی با استفاده از هشتگ‌های مرتبط یا پیوستن به پویش‌های مجازی، تلاش می‌کنند صدای همدلی و حمایت جمعی را تقویت کنند. این مشارکت گاهی در قالب بازنشر پست‌های کمپین‌ها یا دعوت دیگران به همراهی با این پویش‌ها صورت می‌گیرد. علاوه بر این، برخی کاربران با انتشار پیام‌های تشویقی و حمایتی، دیگران را نیز به مشارکت در این فعالیت‌ها ترغیب می‌کنند. در مجموع، این نوع کنش‌ها نشان می‌دهد که فضای مجازی برای بسیاری از زنان دانشگاهی به بستری برای ساخت و تقویت همبستگی اجتماعی در شرایط بحران تبدیل می‌شود. از طریق این فعالیت‌ها، کاربران تلاش

می‌کنند احساس همدلی و همبستگی را میان افراد گسترش دهند و نشان دهند که جامعه نسبت به رنج و مشکلات دیگران بی‌تفاوت نیست. بنابراین، کنش‌های حمایتی و همبستگی‌آفرین در فضای سایبری را می‌توان نوعی پاسخ جمعی و اخلاقی به بحران جنگ دانست که در قالب تعاملات آنلاین شکل می‌گیرد.

مقوله ۶: کنش‌های اعتراضی و مطالبه‌گرانه

سومین الگوی کنش که در میان زنان و دختران دانشگاهی در فضای سایبری مشاهده می‌شود، مجموعه‌ای از فعالیت‌هاست که در قالب اعتراض، انتقاد و مطالبه‌گری اجتماعی بروز می‌یابد. بسیاری از مشارکت‌کنندگان بیان می‌کنند که مشاهده اخبار و تصاویر مرتبط با خشونت و پیامدهای انسانی جنگ، آنان را به واکنش‌های انتقادی در فضای مجازی سوق داده است. در این راستا، برخی کاربران با انتشار پست‌ها یا اظهار نظر در شبکه‌های اجتماعی، اقدام به محکوم کردن خشونت و بیان اعتراض نسبت به کشتار غیرنظامیان می‌کنند. این اعتراض‌ها اغلب با بیان خشم اخلاقی و تأکید بر بی‌عدالتی‌های موجود همراه است. علاوه بر بیان اعتراض، بخشی از فعالیت کاربران به مطالبه آگاهی و مسئولیت‌پذیری از سوی نهادهای مختلف مربوط می‌شود. در این زمینه، برخی از زنان دانشگاهی با طرح پرسش‌ها یا انتشار مطالب انتقادی تلاش می‌کنند توجه رسانه‌ها، نهادهای بین‌المللی یا مسئولان را به پیامدهای انسانی جنگ جلب کنند. این فعالیت‌ها گاهی در قالب درخواست برای اطلاع‌رسانی بیشتر، افزایش پوشش رسانه‌ای یا پاسخگویی نهادهای مسئول مطرح می‌شود. از سوی دیگر، برخی کاربران تلاش می‌کنند از طریق فضای مجازی دیگران را به اقدام اجتماعی و مشارکت مدنی تشویق کنند. این اقدام‌ها ممکن است در قالب دعوت به انتشار گسترده‌تر محتوا، مشارکت در کمپین‌ها یا حمایت از پوشش‌های اجتماعی صورت گیرد. در چنین مواردی، کاربران نه تنها خود به بیان اعتراض می‌پردازند، بلکه تلاش می‌کنند دیگران را نیز به مشارکت در این فرایند ترغیب کنند. در مجموع، این الگوی کنش نشان می‌دهد که فضای مجازی برای بسیاری از زنان دانشگاهی به عرصه‌ای برای بیان مطالبات اجتماعی و اخلاقی تبدیل شده است. آنان از طریق این فضا تلاش می‌کنند صدای اعتراض خود را نسبت به بی‌عدالتی‌ها بیان کنند، توجه افکار عمومی را به پیامدهای جنگ جلب نمایند و در حد توان خود به شکل‌گیری نوعی فشار اجتماعی برای تغییر وضعیت کمک کنند. بدین ترتیب، کنش‌های اعتراضی و مطالبه‌گرانه در فضای سایبری را می‌توان بخشی از کنشگری مدنی در بستر دیجیتال دانست که در شرایط بحران اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

جدول ۲. کنش‌های زنان و دختران دانشگاهی در بنبوحه جنگ رمضان

مقوله اصلی	زیرمقوله	خرده‌مقوله‌ها (مفهوم)
کنش‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی	انتشار و باز نشر اطلاعات	انتشار اخبار مرتبط با جنگ، باز نشر پست‌ها و گزارش‌ها، اشتراک لینک‌های خبری
	تولید محتوای تحلیلی و تفسیری	نوشتن یادداشت و تحلیل، بیان دیدگاه شخصی درباره جنگ، توضیح ابعاد انسانی و اجتماعی رویدادها
کنش‌های حمایتی و همبستگی اجتماعی	روایتگری و بازنمایی تجربه‌ها	بازگویی روایت‌های انسانی، انتشار تصاویر و ویدئوها، بیان تجربه‌های شخصی یا مشاهده‌شده
	ابراز همدلی و حمایت عاطفی	انتشار پیام‌های همدردی، تسلیت به قربانیان، همدلی با خانواده‌ها
کنش‌های اعتراضی و مطالبه‌گرانه	مشارکت در کمپین‌ها و هشتگ‌ها	استفاده از هشتگ‌های مرتبط، پیوستن به پوشش‌های مجازی، مشارکت در کمپین‌های آنلاین
	تقویت همبستگی دیجیتال	دعوت به اتحاد و همدلی، تشویق دیگران به مشارکت، انتشار پیام‌های حمایتی جمعی
کنش‌های اعتراضی و مطالبه‌گرانه	بیان اعتراض و انتقاد	محکوم کردن خشونت و جنگ، انتقاد از عواملان جنگ، اعتراض به بی‌عدالتی
	مطالبه آگاهی و مسئولیت‌پذیری	درخواست واکنش از نهادهای بین‌المللی، مطالبه توجه رسانه‌ها، درخواست پاسخگویی مسئولان
	دعوت به اقدام اجتماعی	تشویق کاربران به انتشار محتوا، دعوت به مشارکت در پوشش‌ها، تشویق به فعالیت‌های مدنی

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

جنگ رمضان به عنوان یکی از بحران‌های معاصر منطقه‌ای که با تنش‌های شدید نظامی و سیاسی میان ایران و ائتلافی متشکل از ایالات متحده آمریکا و رژیم صهیونیستی همراه بوده، به سرعت به یکی از مهم‌ترین موضوعات مورد بحث در فضای عمومی و رسانه‌ای تبدیل شد. در این جنگ، حملات نظامی و تشدید درگیری‌ها، پیامدهای انسانی و اجتماعی گسترده‌ای به همراه داشت و توجه افکار عمومی را در سطح ملی و منطقه‌ای به خود جلب کرد. در چنین شرایطی، فضای مجازی به یکی از مهم‌ترین عرصه‌های بازتاب، تفسیر و واکنش اجتماعی نسبت به این رویداد تبدیل شد. کاربران شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه جوانان و دانشجویان، با انتشار محتوا، اظهار نظر و مشارکت در گفت‌وگوهای آنلاین تلاش کردند دیدگاه‌ها، احساسات و برداشت‌های خود را نسبت به این بحران بیان کنند. در میان این کاربران، زنان و دختران دانشگاهی نیز حضوری فعال داشته‌اند و از طریق فعالیت در شبکه‌های اجتماعی به بازنمایی تجربه‌ها، احساسات و کنش‌های اجتماعی خود در مواجهه با جنگ پرداخته‌اند. از این رو، بررسی نحوه مشارکت آنان در فضای سایبری به درک بهتر نقش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌گیری واکنش‌های اجتماعی در شرایط جنگی کمک می‌کند. تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه‌های انجام‌شده با زنان و دختران دانشگاهی نشان می‌دهد که مشارکت آنان در فضای سایبری در جریان جنگ رمضان صرفاً یک فعالیت ارتباطی ساده نیست، بلکه مجموعه‌ای از فرایندهای عاطفی، اجتماعی و کنشگرانه را در بر می‌گیرد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تجربه مشارکت کاربران در این شرایط را می‌توان در قالب سه سطح اصلی تحلیل کرد: انگیزه‌ها، احساسات و کنش‌های آنلاین. در این میان، دو پرسش اصلی پژوهش بر تحلیل انگیزه‌ها و کنش‌های انجام‌شده در فضای مجازی تمرکز دارد.

تحلیل مصاحبه‌های انجام‌شده با زنان و دختران دانشگاهی نشان می‌دهد که مشارکت آنان در تولید و انتشار محتوا در فضای مجازی در جریان جنگ رمضان تنها نتیجه واکنش‌های لحظه‌ای یا احساسی نیست، بلکه ریشه در مجموعه‌ای از انگیزه‌های فردی، اجتماعی و هویتی دارد. این انگیزه‌ها را می‌توان در سه دسته کلی شامل انگیزه‌های آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی، انگیزه‌های همدلی و مسئولیت اجتماعی، و انگیزه‌های هویتی و کنشگری اجتماعی طبقه‌بندی کرد. نخستین دسته از انگیزه‌ها به تمایل به آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی مربوط می‌شود. بسیاری از مشارکت‌کنندگان بیان کرده‌اند که احساس می‌کردند در شرایط بحران، انتشار اطلاعات و بازنشر اخبار می‌تواند به افزایش آگاهی عمومی درباره ابعاد مختلف جنگ کمک کند. از دیدگاه آنان، شبکه‌های اجتماعی بستری فراهم می‌کند که کاربران بتوانند به صورت سریع و گسترده اطلاعات را با دیگران به اشتراک بگذارند. در این میان، برخی از زنان دانشگاهی تأکید کرده‌اند که فعالیت آنان در فضای مجازی نوعی مسئولیت اجتماعی برای مقابله با بی‌اطلاعی یا تحریف اطلاعات محسوب می‌شود. در واقع، آنان تلاش می‌کنند با انتشار محتوا و تحلیل‌های شخصی، در شکل‌گیری درک عمومی از رویدادها نقش داشته باشند. دومین دسته از انگیزه‌ها به احساس همدلی و مسئولیت انسانی مربوط می‌شود. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بسیاری از زنان و دختران دانشگاهی به دلیل احساس همدردی با قربانیان جنگ یا نگرانی نسبت به پیامدهای انسانی آن، به تولید و انتشار محتوا در فضای مجازی روی آورده‌اند. در چنین شرایطی، انتشار پیام‌های حمایتی یا روایت تجربه‌های انسانی برای آنان راهی برای ابراز همدلی و مشارکت عاطفی در یک تجربه جمعی محسوب می‌شود. برخی از مشارکت‌کنندگان بیان کرده‌اند که فعالیت در فضای مجازی به آنان کمک می‌کند احساس بی‌تفاوتی نداشته باشند و بتوانند به نوعی در کنار دیگران قرار بگیرند. به عبارت دیگر، فضای مجازی در اینجا به بستری برای بیان همدلی و شکل‌گیری همبستگی اجتماعی تبدیل می‌شود. سومین دسته از انگیزه‌ها به ابعاد هویتی و کنشگری اجتماعی مربوط می‌شود. برخی از مشارکت‌کنندگان مشارکت خود در فضای مجازی را بخشی از هویت اجتماعی و نقش شهروندی خود تلقی می‌کنند. از دیدگاه آنان، اظهار نظر درباره مسائل اجتماعی و مشارکت در گفت‌وگوهای عمومی نوعی مشارکت در عرصه عمومی محسوب می‌شود. در این چارچوب، تولید محتوا یا مشارکت در کمپین‌های آنلاین می‌تواند به عنوان نوعی کنشگری مدنی در

فضای دیجیتال در نظر گرفته شود. این انگیزه در میان دانشجویان، به‌ویژه در رشته‌های علوم انسانی و اجتماعی، بیشتر مشاهده شده است؛ زیرا این گروه‌ها معمولاً حساسیت بیشتری نسبت به مسائل اجتماعی و سیاسی دارند. علاوه بر این، برخی مشارکت‌کنندگان بیان کرده‌اند که فعالیت در فضای مجازی به آنان امکان می‌دهد صدای خود را در فضای عمومی بیان کنند و در شکل‌گیری گفت‌وگوهای اجتماعی نقش داشته باشند. این امر به ویژه در شرایطی که رسانه‌های رسمی ممکن است محدودیت‌هایی در بازتاب دیدگاه‌های مختلف داشته باشند، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. در چنین شرایطی، شبکه‌های اجتماعی به فضایی تبدیل می‌شود که کاربران می‌توانند دیدگاه‌ها، نگرانی‌ها و مطالبات خود را بیان کنند. در مجموع، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که انگیزه‌های زنان و دختران دانشگاهی برای مشارکت در فضای سایبری در جریان جنگ رمضان ترکیبی از انگیزه‌های شناختی (آگاهی‌بخشی)، عاطفی (همدلی و نگرانی انسانی) و اجتماعی-هویت‌محور (کنشگری و مشارکت در عرصه عمومی) است. این ترکیب از انگیزه‌ها نشان می‌دهد که فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی در شرایط بحران صرفاً یک واکنش فردی نیست، بلکه بخشی از یک فرایند گسترده‌تر تعامل اجتماعی و شکل‌گیری افکار عمومی در فضای دیجیتال محسوب می‌شود. از منظر نظری، این یافته‌ها با دیدگاه نظریه عمومی‌های عاطفی نیز همخوانی دارد. بر اساس این نظریه، احساسات جمعی که در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شود، می‌تواند به شکل‌گیری گفت‌وگوهای عمومی و کنش‌های اجتماعی منجر شود. در این چارچوب، انگیزه‌های عاطفی و اجتماعی کاربران در کنار یکدیگر به شکل‌گیری شبکه‌ای از تعاملات و مشارکت‌های آنلاین می‌انجامد که در نهایت می‌تواند بر فضای گفت‌وگوی عمومی در جامعه تأثیر بگذارد.

پاسخ به پرسش دوم پژوهش نشان می‌دهد که زنان و دختران دانشگاهی در مواجهه با جنگ رمضان در فضای سایبری مجموعه‌ای از کنش‌های ارتباطی، حمایتی و اعتراضی را به اشتراک می‌گذارند. این کنش‌ها بیانگر آن است که فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی تنها به بیان احساسات محدود نمی‌شود، بلکه به شکل‌گیری نوعی کنشگری دیجیتال نیز منجر می‌شود. نخستین دسته از این فعالیت‌ها شامل کنش‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی است. بسیاری از مشارکت‌کنندگان بیان کرده‌اند که یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های آنان در فضای مجازی، انتشار یا بازنشر اطلاعات مربوط به جنگ بوده است. این فعالیت‌ها شامل انتشار اخبار، اشتراک لینک‌های خبری، بازنشر تصاویر یا ویدئوهای مرتبط و گاه ارائه تحلیل‌ها و دیدگاه‌های شخصی درباره رویدادها بوده است. از دیدگاه مشارکت‌کنندگان، این فعالیت‌ها نوعی مسئولیت اجتماعی برای افزایش آگاهی عمومی محسوب می‌شود. دومین دسته از کنش‌ها به فعالیت‌های حمایتی و همبستگی اجتماعی مربوط می‌شود. در این زمینه، بسیاری از زنان دانشگاهی با انتشار پیام‌های همدردی، استفاده از هشتگ‌های مرتبط یا مشارکت در کمپین‌های آنلاین تلاش کرده‌اند حمایت خود را از قربانیان جنگ نشان دهند. این فعالیت‌ها اغلب با هدف ایجاد احساس همدلی و تقویت روحیه جمعی در میان کاربران انجام شده است. در چنین شرایطی، شبکه‌های اجتماعی به فضایی برای شکل‌گیری نوعی همبستگی دیجیتال تبدیل می‌شود. سومین دسته از فعالیت‌ها شامل کنش‌های اعتراضی و مطالبه‌گرانه است. برخی از مشارکت‌کنندگان بیان کرده‌اند که از فضای مجازی برای بیان اعتراض نسبت به خشونت‌ها یا جلب توجه افکار عمومی به پیامدهای انسانی جنگ استفاده کرده‌اند. این فعالیت‌ها گاه در قالب انتقاد از سیاست‌ها یا درخواست برای توجه بیشتر رسانه‌ها و نهادهای مسئول به پیامدهای جنگ مطرح شده است. در برخی موارد نیز کاربران تلاش کرده‌اند با تشویق دیگران به انتشار محتوا یا مشارکت در پویش‌های مجازی، نوعی بسیج اجتماعی آنلاین ایجاد کنند.

به طور کلی، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که مشارکت زنان و دختران دانشگاهی در فضای سایبری در جریان جنگ رمضان ترکیبی از تجربه‌های عاطفی و کنش‌های اجتماعی است. از یک سو، آنان احساسات متنوعی از جمله همدلی، خشم و امید را در فضای

مجازی به اشتراک می‌گذارند و از سوی دیگر، از این فضا برای انجام فعالیت‌هایی مانند اطلاع‌رسانی، حمایت اجتماعی و بیان اعتراض استفاده می‌کنند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی در شرایط بحران می‌توانند به عرصه‌ای برای بیان احساسات جمعی، شکل‌گیری همبستگی اجتماعی و کنشگری مدنی دیجیتال تبدیل شوند. از این منظر، مشارکت زنان و دختران دانشگاهی در فضای مجازی را می‌توان نوعی حضور فعال در عرصه عمومی دیجیتال دانست؛ حضوری که از طریق آن تلاش می‌کنند هم احساسات خود را بیان کنند و هم در حد توان خود در شکل‌دهی به گفت‌وگوهای اجتماعی و آگاهی عمومی نقش داشته باشند.

پیشنهاد‌های سیاستی

با توجه به یافته‌های پژوهش، چند پیشنهاد سیاستی به سیاستگذاران فضای مجازی و نیز تصمیم‌گیرندگان دانشگاهی با هدف مدیریت بهتر فضای ارتباطی، تقویت مشارکت مسئولانه و حمایت از زنان و دختران دانشگاهی در شرایط جنگ ارائه می‌شود. پیشنهاد‌های کاربردی منتج از نتایج پژوهش برای سیاستگذاران فضای مجازی به شرح ذیل است:

۱) تقویت زیرساخت‌های اطلاع‌رسانی معتبر در فضای مجازی: با توجه به اینکه یکی از مهم‌ترین کنش‌های کاربران در شرایط جنگی، انتشار و بازنشر اطلاعات است، ضروری است سیاستگذاران فضای مجازی زمینه دسترسی کاربران به منابع خبری معتبر و قابل اعتماد را تقویت کنند. ایجاد و تقویت مستمر پلتفرم‌ها یا کانال‌های رسمی اطلاع‌رسانی می‌تواند از انتشار اخبار نادرست یا شایعات جلوگیری کرده و به شکل‌گیری جریان اطلاعات دقیق در فضای مجازی کمک کند.

۲) توسعه برنامه‌های سواد رسانه‌ای: یکی از مهم‌ترین راهکارها برای مدیریت فضای مجازی در شرایط جنگی، افزایش سطح سواد رسانه‌ای کاربران بویژه زنان و دختران دانشگاهی است. آموزش مهارت‌هایی مانند تشخیص اخبار نادرست، تحلیل پیام‌های رسانه‌ای و استفاده مسئولانه از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به کاربران کمک کند تا در شرایط بحران نقش فعال و آگاهانه‌تری در فضای مجازی ایفا کنند.

۳) حمایت از کنشگری مدنی مسئولانه در فضای دیجیتال: شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به بستری برای کنشگری اجتماعی و مدنی تبدیل شوند. سیاستگذاران می‌توانند با فراهم کردن چارچوب‌های مناسب، زمینه مشارکت سازنده کاربران در گفت‌وگوهای اجتماعی و فعالیت‌های مدنی آنلاین را فراهم کنند و از ظرفیت این فضا برای تقویت مشارکت اجتماعی بهره ببرند. پیشنهاد‌های کاربردی منتج از نتایج پژوهش برای تصمیم‌گیرندگان و مدیران دانشگاهی بویژه حوزه روابط عمومی دانشگاه‌ها به شرح ذیل است:

۱) توسعه آموزش سواد رسانه‌ای در محیط دانشگاه: دانشگاه‌ها می‌توانند با برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی درباره سواد رسانه‌ای و کنشگری دیجیتال به دانشجویان کمک کنند تا در فضای مجازی به شکل مسئولانه‌تر و آگاهانه‌تری فعالیت کنند. این آموزش‌ها می‌تواند شامل مهارت‌هایی مانند تحلیل محتوای رسانه‌ای، مدیریت اطلاعات و اخلاق ارتباطات دیجیتال باشد.

۲) ایجاد فضاهای گفت‌وگوی دانشگاهی درباره مسائل اجتماعی مرتبط با جنگ: با توجه به اینکه دانشجویان در شرایط جنگ تمایل دارند درباره مسائل مختلف اظهار نظر کنند، دانشگاه‌ها می‌توانند با ایجاد نشست‌ها، میزگردها و انجمن‌های گفت‌وگو زمینه بحث و تبادل نظر علمی و انتقادی درباره مسائل اجتماعی مرتبط با جنگ را فراهم کنند. این اقدام می‌تواند به هدایت گفت‌وگوها با رویکردی تحلیلی-علمی کمک کند.

۳) توجه به سلامت روان دانشجویان در شرایط جنگ: یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مواجهه مداوم با اخبار و تصاویر مربوط به جنگ می‌تواند فشارهای عاطفی و روانی برای زنان و دختران دانشگاهی ایجاد کند. دانشگاه‌ها می‌توانند با ارائه خدمات مشاوره روان‌شناختی و برنامه‌های حمایتی به دانشجویان، کارکنان و اعضای هیات علمی کمک کنند تا بتوانند این فشارها را بهتر مدیریت کنند. ۴) تشویق دانشجویان به مشارکت اجتماعی مسئولانه: دانشگاه‌ها می‌توانند با حمایت از فعالیت‌های فرهنگی، رسانه‌ای و اجتماعی دانشجویان، آنان را به مشارکت مسئولانه در شرایط جنگی تشویق کنند. این اقدام می‌تواند به تقویت حس مسئولیت اجتماعی و توسعه فرهنگ مشارکت مدنی در میان دانشجویان کمک کند.

محدودیت‌ها و پیشنهادهای تحقیقاتی

این پژوهش با محدودیت‌های روبرو بوده است. اولین مورد مربوط به محدود بودن جامعه هدف به زنان و دختران دانشگاهی است. اگرچه این گروه از کاربران فعال فضای مجازی محسوب می‌شوند و نقش مهمی در تولید و انتشار محتوا دارند، اما این تمرکز می‌تواند باعث شود که یافته‌های پژوهش صرفاً بازتاب‌دهنده تجربه‌ها و دیدگاه‌های این گروه خاص باشد. در نتیجه، نتایج به‌دست‌آمده لزوماً قابل تعمیم به سایر گروه‌های اجتماعی مانند زنان غیر دانشجوی، مردان یا سایر اقشار جامعه نیست. محدودیت دوم پژوهش به روش گردآوری داده‌ها مربوط می‌شود. در این مطالعه داده‌ها تنها از طریق مصاحبه‌های آنلاین جمع‌آوری شده است. اگرچه این روش امکان دسترسی سریع‌تر به مشارکت‌کنندگان را فراهم می‌کند، اما ممکن است برخی ابعاد کنش‌های واقعی کاربران در فضای مجازی به طور کامل آشکار نشود. به عنوان مثال، مشاهده مستقیم تعاملات کاربران در شبکه‌های اجتماعی یا تحلیل محتوای واقعی پست‌ها و کامنت‌ها می‌توانست اطلاعات مکمل و دقیق‌تری درباره رفتارهای آنلاین آنان ارائه دهد. سومین محدودیت این پژوهش به بازه زمانی مطالعه مربوط می‌شود. این تحقیق بر تجربه‌ها و کنش‌های کاربران در یک دوره زمانی خاص از جنگ رمضان تمرکز داشته است. در حالی که واکنش‌های کاربران در فضای مجازی ممکن است در طول زمان تغییر کند و تحت تأثیر تحولات سیاسی، رسانه‌ای و اجتماعی دچار دگرگونی شود. بنابراین نتایج این پژوهش ممکن است بیشتر بازتاب‌دهنده مرحله خاصی از بحران باشد و تغییرات بلندمدت در الگوهای کنش کاربران را به طور کامل نشان ندهد.

با عنایت به محدودیت‌های مطرح شده، پیشنهادهایی را برای مطالعات آینده می‌توان ارائه نمود. اول اینکه، با توجه به محدود بودن جامعه آماری این پژوهش، پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آینده مطالعات مقایسه‌ای میان گروه‌های اجتماعی مختلف انجام شود. به عنوان مثال، پژوهشگران می‌توانند کنش‌ها و احساسات کاربران در فضای مجازی را در میان زنان غیر دانشجوی، مردان، یا گروه‌های سنی مختلف بررسی کنند. چنین پژوهش‌هایی می‌تواند به درک جامع‌تری از نحوه واکنش گروه‌های مختلف جامعه به بحران‌ها در فضای سایبری کمک کند. همچنین، با توجه به محدودیت استفاده از مصاحبه به عنوان تنها روش جمع‌آوری داده‌ها، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده از روش‌های ترکیبی^۱ استفاده شود. ترکیب مصاحبه‌های عمیق با روش‌هایی مانند تحلیل محتوای پست‌ها، تحلیل کامنت‌ها یا مشاهده مردم‌نگارانه تعاملات آنلاین می‌تواند تصویر دقیق‌تری از الگوهای کنش کاربران در فضای مجازی ارائه دهد و اعتبار یافته‌های پژوهش را افزایش دهد. سرانجام، با توجه به محدود بودن بازه زمانی این مطالعه، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده به صورت مطالعات طولی^۲ طراحی شوند. در چنین پژوهش‌هایی می‌توان تغییرات احساسات، انگیزه‌ها و کنش‌های کاربران در فضای

¹ Mixed Methods

² Longitudinal Studies

مجازی را در مراحل مختلف یک بحران یا در بازه‌های زمانی طولانی‌تر بررسی کرد. این نوع مطالعات می‌تواند نشان دهد که چگونه واکنش‌های کاربران از مرحله اولیه بحران تا مراحل بعدی آن دچار تحول می‌شود.

منابع

- اکبرپور، حامد. (۱۳۹۶)، زنان و شبکه‌های اجتماعی مجازی: یک رویکرد پدیدارشناختی، اولین کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین ایران و جهان در روانشناسی و علوم تربیتی، حقوق و علوم اجتماعی، شیراز، <https://civilica.com/doc/692796>
- تقی‌آبادی، مسعود و تقی‌آبادی، حمید. (۱۴۰۰). نفرت‌پراکنی جنسیتی آنلاین در شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: زن‌ستیزی کاربران ایرانی شبکه توئیتر)، پژوهش‌های ارتباطی، ۲۸ (۱۰۶)، ۱۷۵-۲۰۹.
- طالبیان، حامد و طالبیان، سارا. (۱۳۹۶). زنان و کنش‌گری در رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: صفحه فیس‌بوکی «آزادی یواشکی زنان»)، زن در توسعه و سیاست، ۱۵ (۲)، ۲۰۵-۲۲۲.
- کرئی ز، امینی‌ی، حسابی ا، و درستی ا. (۱۴۰۳). تحلیل گفتمان انتقادی کنشگری سیاسی اجتماعی زنان پس از انقلاب اسلامی، مطالعات سیاسی-اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران، ۴ (۴)، <https://doi.org/10.61838/kman.jspsich.376>
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Duke University Press.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). *The logic of connective action*. Cambridge University Press.
- Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. Polity Press.
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere*. MIT Press.
- Habermas, J. (1991). The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society (T. Burger, Trans.). MIT Press. (Original work published 1962)
- Khorrarrouz A, Dutta S, KhudaBukhsh AR (2023) For women, life, freedom: A participatory AI-based social web analysis of a watershed moment in Iran's Gender Struggles. arXiv preprint arXiv:2307.03764.
- Kozinets, R. V., and Gretzel, U. (2024). Netnography evolved: New contexts, scope, procedures and sensibilities. *Annals of Tourism Research*, 104, 103693.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Papacharissi, Z. (2016). Affective publics and structures of storytelling: Sentiment, events and mediality. *Information, Communication & Society*, 19(3), 307-324. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109697>
- Papacharissi, Z. (2020). Affective publics: Solidarity and distance. In C. W. Anderson & M. Deuze (Eds.), *The Oxford handbook of digital media sociology* (pp. 61-75). Oxford University Press.

