

## مطالعه شیوه رفتار افراد در محیط مجازی:

### شکل‌گیری روابط صمیمانه در اتاقهای گپ‌زنی اینترنت

\* علیرضا دهقان

\*\* مرصده نیکبخش

#### چکیده

در این مقاله به منظور مطالعه شیوه رفتار افراد در محیط مجازی اینترنت، این سؤال مطرح است که فضای مجازی اتاقهای گپ‌زنی مبتنی بر متن در اینترنت به عنوان فضایی گمنام چه تأثیری بر روی شیوه خوداظهاری مشارکت‌کنندگان دارد؟ به عبارت دیگر آیا این نوع ارتباط ممکن است موجب خودافشایی و بروز رفتارهای صمیمانه بین تعامل‌گران بشود؟ برای پاسخگویی به این سؤال با استفاده از نظریه پردازش اطلاعات اجتماعی "جوزف والتر" یک مدل نظری ارائه شد و از آن مدل چهار فرضیه استخراج گردید. برای آزمون فرضیات از روش پیمایشی به وسیله پرسشنامه آن‌لاین استفاده شد. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که عدم حضور فیزیکی کاربران در اتاقهای گپ‌زنی متن بنیان در اینترنت نه تنها مانع تبادل پیامهای احساسی و اجتماعی بین تعامل‌گران نخواهد شد، بلکه کاربرانی که سابقه حضور بیشتری در این اتاقها دارند با کسب توانایی در تبادل پیام در قالب متن یاد می‌گیرند که چگونه نشانه‌های غیرکلامی و کلامی در ارتباطات رودررو را با استفاده از امکانات موجود در اتاقهای گپ‌زنی متن بنیان به صورت متن درآورده و با رمزگذاری و رمزگشایی این پیامها به تبادل ویژگیهای شخصیتی و احساسات خود بپردازند. به این ترتیب کاربران در همان حال که با گذشت زمان توانایی تبادل پیام در قالب متن را می‌آموزند، به واسطه گمنامی در این اتاقها به بازی نقش و خودافشایی پرداخته و با بیان آنچه که در دنیای واقعی امکان بازگو کردنش را ندارند، زمینه برقراری ارتباط در محیط مجازی را برای شکل‌گیری روابط صمیمانه آماده می‌سازند.

**واژگان کلیدی:** ارتباطات به واسطه کامپیوتر، محیط مجازی، اتاقهای گپ‌زنی اینترنت، روابط صمیمانه، خوداظهاری، خودافشایی، گمنامی، پردازش اطلاعات.

## مقدمه

واژه فضای مجازی<sup>۱</sup> اولین بار در سال ۱۹۸۴ در رمان علمی-تخیلی «ویلیام گیبسون»<sup>۲</sup> با نام «نیورومنسر»<sup>۳</sup> مطرح شد. این اصطلاح برای توصیف فضای خیالی به کار برده می‌شد جایی که در آن واژه‌ها، روابط، داده‌ها، ثروت و قدرت از طریق ارتباطات و به واسطه کامپیوتر پدیدار می‌شدند (ورومن<sup>۴</sup>، ۲۰۰۲: ۱).

ارتباطات کامپیوتری نشانگر استفاده از رسانه متفاوتی در ارتباطات انسانی است که از آن به عنوان «حالت دگرگون شده‌ای از ارتباطات»<sup>۵</sup> نام می‌برند. این رسانه شامل محیط‌های فیزیکی دگرگون شده، زمان و فضای دگرگون شده و ساختارهای دگرگون شده در ارتباطات می‌باشد (لی یو<sup>۶</sup>، ۲۰۰۲: ۱).

در این راستا ارتباطات بین فردی به واسطه کامپیوتر و به طرز متفاوتی از فضای واقعی اتفاق می‌افتد، چرا که نشانه‌های مورد استفاده افراد در شکل دادن به برداشت‌هایشان از یکدیگر و ابزارهایی که از آنها در آفرینش این ادراکات بهره می‌گیرند و با برداشت‌های موجود در فضای واقعی همسان نیست. چگونگی رفتار افراد در این فضا حاصل ارتباط متقابل میان ویژگی‌های خاص این اجتماعات و مشخصه‌های فردی و اجتماعی مشارکت‌کنندگان در آن است.

یکی از ویژگی‌های بسیار مهم این اجتماعات، نقاب شخصیتی درون شبکه‌ای یعنی توانایی اینترنت در کمک به نقش‌آفرینی‌های استادانه است (والیس<sup>۷</sup>، ۱۳۸۲: ۵۷)، و آنچه مسلم است عامل گمنامی<sup>۸</sup> در محیط مجازی بر شیوه رفتار و عملکرد افراد تأثیر دارد.

به نظر می‌رسد گمنامی در اجتماعات مجازی به افراد این شانس را می‌دهد که خودشان را چندگانه بیان کنند و یا جنبه‌های بیان نشده وجودشان را بروز دهند، با هویتشان بازی کنند و سعی کنند تا هویت جدیدی بسازند، هویتی که می‌تواند سیال و چندگانه باشد به طوری که فرد را قادر سازد شخصیت‌های متفاوتی داشته باشد (ترکل<sup>۹</sup>، ۱۹۹۶: ۱۲).

با توجه به این ویژگی مهم فضای مجازی، مشارکت‌کنندگان در اجتماعات مجازی نه تنها نویسنده

1. Cyberspace
2. William Gibson
3. Neuromancer
4. Steven S. Vrooman
5. Altered State of Communication
6. Yuliang Liu
7. Patricia Wallace
8. Anonymity
9. Sherry Turkle

متن هستند، بلکه نویسنده خودشان نیز می‌باشند (همان: ۲۶)، آنها غالباً افرادی تصور شده‌اند که جسم خویش را در دنیای واقعی وانهاد و به جوامع مجازی مهاجرت کرده‌اند یعنی جایی که ارتباطات خود را به دلخواه ایجاد می‌کنند. به این ترتیب اینترنت و واقعیت مجازی امکان انجام انواع تازه‌ای از تعاملات دو سویه را فراهم آورده‌اند (اسلوین، ۱۳۸۰: ۸۳).

اینترنت نه فقط یک محیط، بلکه چندین محیط محسوب می‌شود. اگرچه بین انواع محیطهای گوناگون اینترنت هم‌پوشانیهای فراوانی وجود دارد، با این حال هرکدام دارای ویژگیهای خاصی هستند و از نظر برخی مشخصه‌های بنیادین که به هنگام تجربه این محیطها بر رفتار ارتباط‌گران اثر می‌گذارد، با یکدیگر تفاوت دارند (والیس، ۱۳۸۲: ۴۰).

در مقاله حاضر، برای مطالعه شیوه رفتار افراد در دنیای مجازی، اتاقهای گپ‌زنی متن بنیان در اینترنت<sup>۱</sup> انتخاب شد. از یک سو دلیل توجه به اتاقهای گپ‌زنی آن بود که این محیط مجازی توأمان دارای دو ویژگی عمده گمنامی و تعامل هم‌زمان<sup>۲</sup> می‌باشد، به طوری که شیوه خوداظهاری و رفتار تعامل‌گران مطابق چنین زمینه‌ای شکل می‌گیرد. از سوی دیگر فضای موجود در اتاقهای متن بنیان به گونه‌ای است که احتمال گمنامی کاربران بیش از اتاقهای گپ صوتی و تصویری است، به طوری که دو ویژگی خاص و اثرگذار در این نوع از ارتباطات که آن را از ارتباطات رودررو متمایز می‌کند عبارت‌اند از: (۱) ارتباطات کلامی و غیرکلامی مبتنی بر متن، (۲) گمنامی ناشی از زمینه مجازی ارتباط.

این اتاقها با به همراه داشتن امکانات متنوع به مشارکت‌کنندگان این فرصت را می‌دهند که ضمن تعامل هم‌زمان، به واسطه گمنامی حد و مرزهای قراردادی حاصل از تعاملات اجتماعی را تغییر دهند. در این میان کاهش فشار اجتماعی برای پیروی از قضاوت دیگران موجب می‌شود تا هر فردی امکان گزینش نحوه اظهار خود را داشته باشد. افراد ممکن است رفتاری کاملاً متفاوت از خود واقعی‌شان را ارائه دهند و یا به افشای جنبه‌های مثبت و منفی از خود واقعی‌شان بپردازند. اینکه افشاگری در ارتباطات بین فردی تا چه میزان به حقیقت نزدیک است در خیلی از موارد قابل تشخیص نیست، با این حال معانی و برداشتهای حاصل از خودافشایی، اساس رفتار تعامل‌گران در ارتباطات بین فردی را شکل می‌دهند.

این سؤال مطرح است که فضای مجازی اتاقهای گپ‌زنی مبتنی بر متن در اینترنت به عنوان فضایی

گمنام چه تأثیری بر روی شیوه خوداظهاری<sup>۱</sup> کاربران داشته و آیا موجب خودافشایی<sup>۲</sup> و متعاقباً شکل‌گیری روابط صمیمانه بین تعامل‌گران خواهد شد. برای پاسخ به این سؤال ابتدا دیدگاه نظری در حوزه ارتباطات کامپیوتری و مدل نظری پژوهش ارائه می‌شود. سپس پرسشها و ابعاد کمی و کیفی پژوهش منعکس می‌گردد و در آخر نتایج مورد بحث قرار خواهد گرفت.

### ارتباطات به واسطه کامپیوتر

دو گرایش عمده به ارتباطات انسانی در اجتماعات مجازی پرداخته‌اند که با توجه به پایه‌های نظری، روش تحقیق و یافته‌های اصلی در قالب دو مدل وظیفه‌گرا<sup>۳</sup> و مدل احساسی اجتماعی‌گرا<sup>۴</sup> جای می‌گیرند (لی یو، ۲۰۰۲: ۱).

بسیاری از مطالعات اولیه تا قبل از دهه ۹۰ مبتنی بر مدل وظیفه‌گرا انجام شده‌اند. بخش عمده این پژوهشها در زمینه حالات اجتماعی و عاطفی در محیط ارتباطات کامپیوتری نشان دادند که مشارکت‌کنندگان در ارتباطات مجازی در مقایسه با ارتباطات رودررو بی‌اعتناتر، وظیفه‌گراتر و تندخوتر به نظر می‌رسند، به طوری که افراد در محیط مجازی توجه و نیروی خود را معطوف به تکمیل وظیفه‌ای خاص ساخته، رفتاری هدفمند دارند و بیشتر متوجه تکمیل کار هستند تا جنبه‌های زیبایی‌شناسانه یا عاطفی عمل (والیس، ۱۳۸۲: ۶۱).

در سال ۱۹۹۲، نتایج به دست آمده از مطالعات «جوزف والتر»<sup>۵</sup> بر روی کنفرانسهای الکترونیکی نشان دادند که گروهها در ارتباطات کامپیوتری در طی زمان، صمیمیت و جهت‌گیری اجتماعی بیشتری را نسبت به ارتباطات رودررو داشته‌اند. در مطالعات دیگری که والتر در سال ۱۹۹۳ انجام داد به این نتیجه رسید که ادراک ارتباط‌گران از یکدیگر در ارتباطات کامپیوتری به تدریج گسترش می‌یابد، به علاوه کاربران در محیط مجازی قادرند تمامی انواع نشانه‌های کلامی و غیرکلامی را به کار گرفته و آنها را دستکاری کنند تا به این ترتیب تصورات دیگران را در مورد خودشان شکل دهند. نتایج به دست آمده از مطالعات والتر حاکی از گسترش ادراک و برداشت بین مشارکت‌کنندگان در ارتباطات کامپیوتری

1. Self Presentation
2. Self Disclosure
3. Task Oriented Model
4. Social Emotional Oriented Model
5. Joseph Walther

و متعاقباً گسترش روابط بین آنها بود. در واقع پس از مطالعات والتر بود که تحقیقات مبتنی بر مدل وظیفه‌گرا مورد انتقاد جدی قرار گرفت و محیط ارتباطات به واسطه کامپیوتر صریحاً به عنوان محیطی سرشار از مفاهیم احساسی - اجتماعی معرفی شد. به این ترتیب والتر نظریه پردازش اطلاعات اجتماعی<sup>۱</sup> را مطرح کرد که براساس آن تحقیقات مبتنی بر مدل احساسی اجتماعی گرا شکل گرفت.

### نظریه پردازش اطلاعات اجتماعی

این نظریه به شیوه‌ای اشاره دارد که طی آن ارتباط‌گران نشانه‌های هویتی و اجتماعی انتقال یافته توسط رسانه‌ها را پردازش می‌کنند. ارتباط‌گران در استفاده از هر رسانه‌ای به دنبال کاهش ابهام و افزایش احساس قرابت هستند، آنها در ارتباطات به واسطه کامپیوتر برای دستیابی به نیازهایشان از شیوه‌های کلامی و غیرکلامی متن‌بنیانی که در انطباق با ویژگی‌های خاص این رسانه شکل داده‌اند، استفاده می‌کنند (لی یو، ۲۰۰۲: ۶).

ادعای اصلی نظریه والتر آن است که ارتباطات بین فردی به واسطه کامپیوتر تفاوت برجسته‌ای نسبت به ارتباطات رودررو ندارد و آنچه موجب برخی تفاوتها می‌شود، میزان سرعت انتقال اطلاعات در این دو نوع از ارتباطات است. از این منظر ارتباطات رودررو مناسب‌ترین و بهترین شکل ارتباطات نیستند، بلکه شاید سریع‌ترین شکل ارتباطات باشند (والتر، ۱۹۹۲: ۶۱).

از دیدگاه والتر انسانها به سمت برقراری تعامل با یکدیگر هدایت می‌شوند و هر ارتباط‌گری در هر زمینه‌ای از ارتباط خواهان دادوستد شخصی و پاداش گرفتن است و به همین دلیل ساده افراد از ارتباطات به واسطه کامپیوتر برای برقراری ارتباط استفاده می‌کنند. از نظر وی این نوع از ارتباطات فقط شامل ارتباطات کاری و وظیفه‌گرا نیست، بلکه حتی با وجود استفاده از زمینه‌ای که نشانه‌های غیرکلامی را به میزان کمتری منتقل می‌کند، افراد با صرف وقت و نوآوری در تلاش‌اند که در سطح کلامی و غیرکلامی با دیگران ارتباط برقرار کرده و روابطی در حال پیشرفت داشته باشند (برن<sup>۲</sup>، ۱۹۹۳: ۱۰).

به این ترتیب در نظریه پردازش اطلاعات اجتماعی، ارتباطات بین فردی به عنوان فرآیندی در حال پیشرفت در نظر گرفته می‌شود و والتر برای این فرآیند در محیط مجازی چهار مرحله را ذکر می‌کند:

1. Social Information Processing Theory  
2. Byrne

در مرحله اول محرکهایی وجود دارند که افراد را به تبادل اطلاعات با یکدیگر تشویق کرده و انگیزه ایجاد رابطه را بین افراد فراهم می‌کنند؛ مرحله دوم شکل‌گیری ادراک بین تعامل‌گران است که در محیط ارتباطات کامپیوتری از طریق رمزگشایی از پیامهای کلامی مبتنی بر متن صورت می‌گیرد؛ در مرحله بعدی افراد برای جمع‌آوری اطلاعات روان‌شناختی از یکدیگر به شیوه‌هایی از قبیل پرسش، خوداظهاری، خودافشایی و کشف دروغها از طریق آزمونهای گمراه کننده متوسل می‌شوند. به این ترتیب کاربران بر مبنای برداشتهایشان و در طی زمان، فرضیاتشان را راجع به یکدیگر مورد آزمایش قرار داده و با پالایش دانش بین فردی به یک معرفت‌شناسی بین فردی دست می‌یابند. نهایتاً کاربران یاد می‌گیرند که چگونه پیام موردنظر خود را از طریق متن منتقل کنند و چگونه به رمزگشایی نشانه‌های کلامی و غیرکلامی مبتنی بر متن بپردازند. در همه این مراحل زمان نقش مهمی دارد چرا که استفاده از رسانه، شکل‌گیری برداشت و ادراک، ایجاد اعتماد و برقراری رابطه در ارتباطات کامپیوتری به زمان بیشتری از ارتباطات رودررو نیاز دارد (یوتز<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰: ۴).

والتر در سال ۱۹۹۶ مدل خود را گسترش داد و این ادعا را مطرح کرد که ارتباطات کامپیوتری گاهی می‌تواند حتی بیش از ارتباطات رودررو صمیمانه و اجتماعی باشد. از نظر وی کاربران در ارتباطات به واسطه کامپیوتر به دلیل گمنامی می‌توانند خود را آن‌گونه که مایل‌اند اظهار کنند. گمنامی موجب می‌شود که گیرنده پیام، آن را به بخشهای تاریک و ناشناخته شخصیت فرستنده تعمیم دهد و برداشت خود را از فرستنده برحسب همین اطلاعات شکل دهد، به این ترتیب فرستنده می‌تواند خود را آن‌گونه که دوست دارد در ذهن گیرنده به تصویر بکشد. از طرفی دیگر گمنامی باعث می‌شود که افراد تمایل بیشتری به خودافشایی داشته باشند و بدون ترس از قضاوت سایرین به افشای خواسته‌ها و نظراتشان بپردازند.

خودافشایی، ابزاری است که به وسیله آن حرکت از لایه‌های بیرونی به سمت لایه‌های درونی صورت می‌گیرد. به این ترتیب که در لایه‌های بیرونی روابط و در تماسهای اولیه تنها ویژگیهای پیرامونی شخصیت هر فرد برای دیگری قابل دسترس است. سپس با تبادل اطلاعات بیشتر بین تعامل‌گران، روابط دوستانه می‌شود. پس از آنکه پیامها به تبادلات احساسی تبدیل شدند، تعامل‌گران به ویژگیهای مرکزی شخصیت یکدیگر پی برده و به سمت لایه‌های درونی‌تر حرکت می‌کنند تا اینکه نهایتاً با بیان جنبه‌هایی از وجودشان که حاوی عمیق‌ترین احساسات، تجربیات و خواسته‌هایشان است به سطحی از

صمیمیت رسیده و با خودافشایی دو طرفه به پیامها وسعت و عمق بیشتری می‌دهند (برن، ۱۹۹۳: ۵).  
 به این ترتیب در صورتی که کاربران یاد بگیرند که چگونه در قالب متن به بیان از خود بپردازند و نشانه‌های کلامی و غیرکلامی را با ویژگیهای خاص ارتباطات به واسطه کامپیوتر تطبیق دهند، می‌توانند فضایی صمیمانه را در محیط مجازی ایجاد کنند (یوتز، ۲۰۰۰: ۴).

از این منظر، از بعضی جهات سطحی از احساسات که ارتباطگران در ارتباطات به واسطه کامپیوتر منتقل می‌کنند حتی از آنچه در تعاملات رودررو می‌گذرد، پیشی گرفته است. والتر این پدیده را «ارتباط تشدید شده فردی» می‌نامد (والتر، ۱۹۹۶: ۱۰).

به طور کلی والتر در پاسخ به مطالعات وظیفه‌گرا مبنی بر عدم وجود محتوای احساسی-اجتماعی در ارتباطات کامپیوتری، چهار نکته را مطرح می‌کند که اساس نظریه پردازش اطلاعات اجتماعی را تشکیل می‌دهند. این چهار مورد عبارت‌اند از:

۱. گسترش روابط در ارتباطات به واسطه کامپیوتر نیازمند زمان بیشتری از ارتباطات رودررو است. از نظر والتر گند بودن روند گفتگو در محیطهای مجازی اینترنت ممکن است دست‌کم در آغاز کار نسبت به تعامل رودررو افراد را سردتر و غیرصمیمی‌تر نشان دهد (یوتز، ۲۰۰۰: ۴).

۲. نکته دوم چگونگی استفاده از نشانه‌های غیرکلامی در ارتباطات کامپیوتری است. کاربران در ارتباطات به واسطه کامپیوتر با انطباق این رسانه با نیازهایشان به بازتولید صور ارتباطات رودررو می‌پردازند و طی این انطباق اشکال متنوعی از رفتارهای موجود در ارتباطات رودررو همچون دشمنی، دوستی، صمیمیت و عشق را در ارتباطات کامپیوتری پیش می‌گیرند (برن، ۱۹۹۳: ۱).

۳. کاربران در ارتباطات کامپیوتری این امکان را دارند که شیوه خوداظهاری را گزینش کنند، زیرا برای فکر کردن درباره چگونگی خوداظهاری وقت کافی دارند. در نتیجه می‌توانند جنبه‌هایی مثبت را از خود ارائه دهند که منجر به برداشتی مطلوب از سوی طرف مقابل شده و گسترش روابط را به دنبال دارد.

۴. در آخر والتر در نظریه خود به انتظاری که هر فرد از آینده تعامل دارد و تأثیر آن بر روی ارتباطات بین فردی به واسطه کامپیوتر اشاره می‌کند. نتایج پژوهش وی در سال ۱۹۹۴ حاکی از این

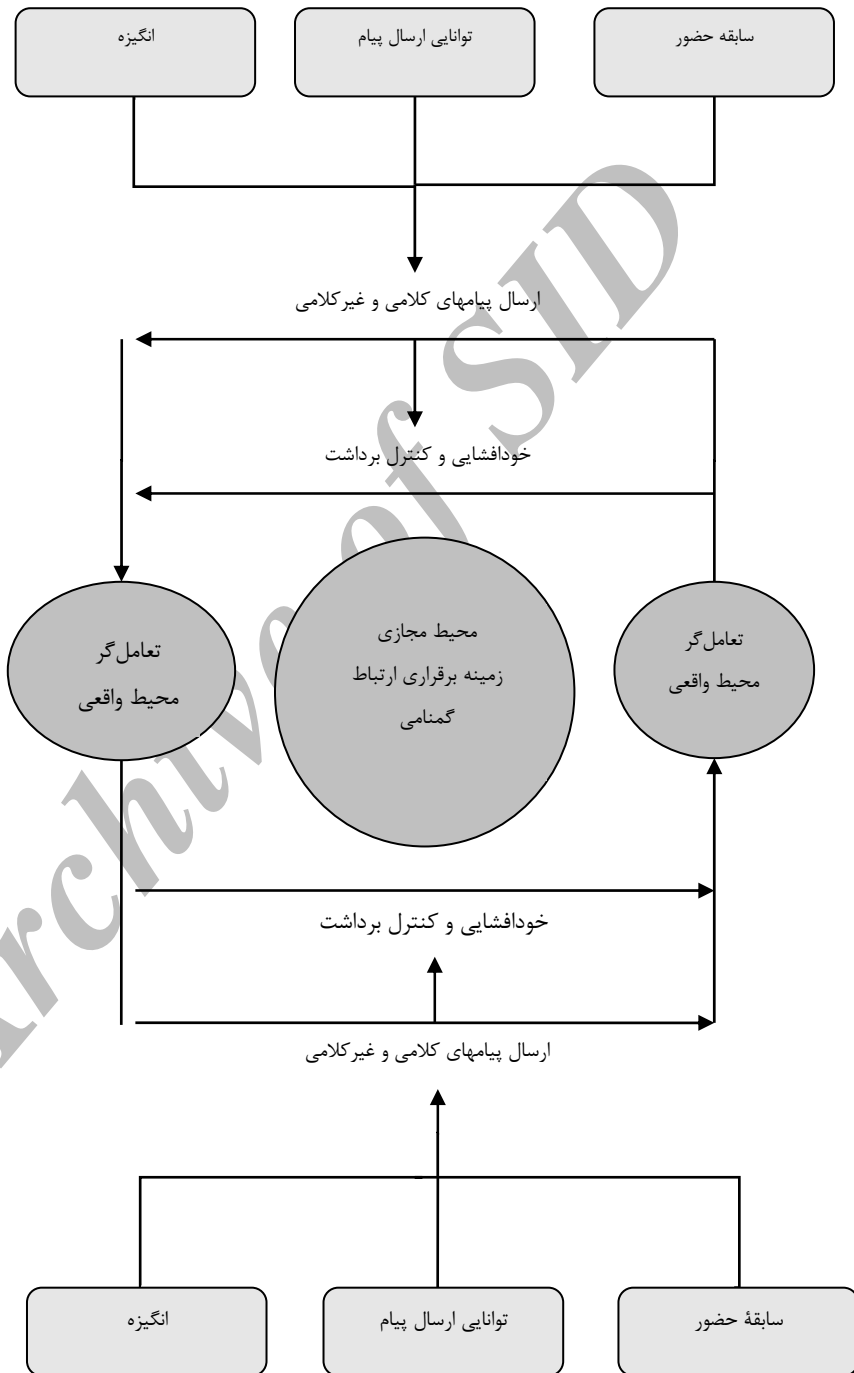
امر است که انتظارات و اهدافی که از تعامل در ارتباطات کامپیوتری وجود دارد بر روی چگونگی استفاده تعامل‌گران از رسانه و شیوه رفتارشان اثر می‌گذارد (یوتز، ۲۰۰۰: ۴-۵).

### مدل نظری

از جمع‌بندی مباحث نظری مطرح شده می‌توانیم مدلی نظری ترسیم کنیم. در این مدل عوامل مؤثر در شکل‌گیری و گسترش روابط بین فردی (تبادلات کلامی و غیرکلامی و همچنین خودافشایی و کنترل برداشت<sup>۱</sup> از سوی تعامل‌گران) مورد توجه قرار گرفت. این مدل همچنین نمایانگر آن است که این عوامل در زمینه مجازی ارتباطات بین فردی به واسطه کامپیوتر متأثر از عوامل دیگری همچون گمنامی، انگیزه، سابقه حضور و توانایی تبادل پیام هستند.

۱. کنترل برداشت به معنای باور و داوری افراد نسبت به هم است که نتیجه خوداظهاری و خودافشایی در ارتباط است. در محیط مجازی به دلیل آنکه کاربر می‌تواند شیوه خوداظهاری را انتخاب کند، بر روی برداشتی که دیگران از او دارند کنترل خواهد داشت.





حال مطالعه موردی که درخصوص شیوه رفتار کاربران در اتاقهای گپزنی متن بنیان صورت گرفته معرفی می‌شود و سپس با توجه به فرضیات چهارگانه پژوهش به تحلیل داده‌های کمی و کیفی این مطالعه پرداخته خواهد شد.

### پیمایش شیوه رفتار کاربران در اتاقهای گپزنی متن بنیان

به منظور مطالعه شیوه رفتار افراد در محیط مجازی اینترنت و با در نظر گرفتن مسئله مورد نظر پژوهش حاضر یعنی تأثیر فضای مجازی اتاقهای گپزنی متن بنیان بر روی شیوه خوداظهاری و خودافشایی تعامل‌گران و بروز رفتارهای صمیمانه بین آنها، چهار فرضیه با توجه به نظریه پردازش اطلاعات اجتماعی والتر طرح گردید:

۱. به نظر می‌رسد بین گمنامی در چت با خودافشایی و شکل‌گیری روابط صمیمانه بین کاربران رابطه معناداری وجود دارد.

۲. به نظر می‌رسد بین سابقه حضور کاربران در چت با خودافشایی و شکل‌گیری روابط صمیمانه بین آنها رابطه معناداری وجود دارد.

۳. به نظر می‌رسد بین توانایی کاربران چت در تبادله پیامهای کلامی و غیرکلامی در قالب متن با خودافشایی و شکل‌گیری روابط صمیمانه بین آنها رابطه معناداری وجود دارد.

۴. به نظر می‌رسد بین انگیزه کاربران برای شرکت در چت با خودافشایی و شکل‌گیری روابط صمیمانه بین آنها رابطه معناداری وجود دارد.

### روش پژوهش

به منظور آزمون چهار فرضیه فوق، از روش پیمایشی استفاده شد. این روش مزیت‌هایی دارد. «جولی آلبرایت»<sup>۱</sup> به نقل از «ببی»<sup>۲</sup> ذکر می‌کند که پیمایش نسبت به روشهای هزینه‌بر و دشوار آزمایشی یکی از متعارف‌ترین و معقول‌ترین شیوه‌ها از نظر اقتصادی برای جمع‌آوری داده‌ها در علوم اجتماعی است. جنبه دیگر در تحقیقات پیمایشی آن است که از طریق پیمایش می‌توان تجربیات زندگی افراد در زمینه مورد عملشان را به دست آورد (آلبرایت، ۲۰۰۱: ۲۷).

1. Julie Albright

2. Babbi

برای گردآوری داده‌ها جهت به نمایش درآوردن تصویری پیمایشی از تجربیات کاربران در مورد رفتار آن‌لاینشان، پرسشنامه‌ای تهیه شد. پرسشها به دو صورت بسته و باز در رابطه با مسئله پژوهش و با در نظر گرفتن مدل نظری پژوهش (نظریه پردازش اطلاعات اجتماعی والتز) طرح شدند. در طراحی این پرسشها، چهار متغیر مستقل و یک متغیر وابسته در نظر گرفته شد. متغیرهای مستقل عبارت بودند از: (۱) گمنامی کاربران در چت؛ (۲) سابقه حضور کاربران در چت؛ (۳) توانایی کاربران چت در تبادل پیام به صورت متن؛ (۴) انگیزه کاربران برای شرکت در چت. متغیر وابسته نیز شکل‌گیری روابط صمیمانه بین کاربران بود.

به منظور تعریف متغیرها، دو معرف «تجربه روابط صمیمانه» و «تداوم رابطه» برای تعریف متغیر وابسته «روابط صمیمانه بین کاربران» مشخص شد که در قالب دو پرسش در پرسشنامه جای گرفتند: «آیا تاکنون در اتاقهای گپ‌زنی روابط صمیمانه با سایرین داشته‌اید، در صورت امکان، تجربه خود را در این مورد بنویسید؟»، «آیا گفتگوهای شما با فرد یا افراد خاصی در اتاقهای گپ‌زنی به مدت طولانی ادامه داشته است؟ اگر بله چه عواملی شما را به ادامه رابطه تشویق کرده است؟».

همچنین برای تعریف متغیر مستقل «گمنامی» از چهار معرف «خوداظهاری»، «خوداظهاری در برابر جنس مخالف»، «خودافشایی» و «تمایل به گمنامی» استفاده شد. پرسشهایی که در این رابطه مطرح شدند به ترتیب عبارت‌انداز: «به نظر شما افراد در اتاقهای گپ‌زنی متفاوت از محیط واقعی رفتار می‌کنند؟ اگر بله دلیل این تفاوت را چه می‌دانید؟»، «به نظر شما زنان و مردان در اتاقهای گپ‌زنی متفاوت از محیط واقعی با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند؟ اگر بله دلیل این تفاوت را چه می‌دانید؟»، «آیا تا به حال مطالبی را در اتاقهای گپ‌زنی بیان کرده‌اید که در جای دیگر امکان بازگو کردنش نبوده باشد؟ اگر بله این مطالب از چه نوع بوده است؟»، «ترجیح می‌دهید خود را در اتاقهای گپ‌زنی با اسم واقعی معرفی کنید یا اسم مستعار و چرا؟».

در تعریف متغیر مستقل «سابقه حضور»، دو معرف «مدت حضور» و «میزان حضور» در نظر گرفته شدند. لازم به ذکر است که در این پژوهش سابقه حضور کاربر به معنای مدت زمانی است که از حضور کاربر در این اتاقها می‌گذرد و نه میزان وقتی که کاربر برای گپ‌زنی صرف می‌کند؛ اما برای آنکه این موضوع در مطالعه حاضر نادیده گرفته نشود، میزان وقتی که کاربر برای این کار می‌گذارد به عنوان متغیر مستقل احتمالی در نظر گرفته شد. دو پرسش در این رابطه مطرح شد: «آیا مدت زمان زیادی است که از حضور شما در اتاقهای گپ‌زنی می‌گذرد؟»، «معمولاً چه

میزان برای اتاقهای گپ‌زنی وقت می‌گذارید؟».

چهار معرف «تبادل ویژگیهای شخصیتی»، «تبادل احساسات»، «ابراز پیام غیرکلامی» و «میزان استفاده از شکلکها»، برای تعریف متغیر مستقل **توانایی** معین شد. این معرفیها در قالب چهار پرسش مطرح شدند: «به نظر شما تبادل ویژگیهای شخصیتی از طریق متن در اتاقهای گپ‌زنی امکان‌پذیر است؟ اگر بله لطفاً تجربه خود را بنویسید؟»، «به نظر شما تبادل احساسات از طریق متن در اتاقهای گپ‌زنی امکان‌پذیر است؟ اگر پاسختان مثبت است به چه وسیله؟»، «به نظر شما امکان ابراز پیامهای غیرکلامی در اتاقهای گپ‌زنی غیرصوتی و غیرتصویری وجود دارد؟ اگر بله به چه وسیله امکان‌پذیر است؟»، «تا چه میزان در اتاقهای گپ‌زنی از شکلکها استفاده می‌کنید؟ اگر به تعداد زیاد از این شکلکها استفاده می‌کنید، دلیل آن چیست؟».

متغیر مستقل **انگیزه** در قالب یک پرسش باز در پرسشنامه جای گرفت: «انگیزه شما برای شرکت در اتاقهای گپ‌زنی چیست؟».

### شیوه اجرای پیمایش

اجرای پیمایش به صورت آن‌لاین و از طریق اینترنت صورت گرفت. چهار دلیل برای استفاده از پرسشنامه آن‌لاین وجود داشت: (۱) کمبود در زمینه پیمایش آن‌لاین در تحقیقات داخلی؛ (۲) هماهنگی روش تحقیق با موضوع تحقیق؛ (۳) هماهنگی روش تحقیق با بخش نظری و فرضیه پژوهش؛ (۴) هماهنگی شیوه اجرا با جامعه آماری موردنظر.

لازم به ذکر است از یک سو با توجه به نو بودن پیمایش به شیوه آن‌لاین، امکان نمونه‌گیری همانند پیمایش کاغذی وجود ندارد. از سوی دیگر جامعه آماری موردنظر این پژوهش، کاربران ایرانی اتاقهای گپ‌زنی اینترنت بودند و از آنجا که کاربران در محیط مجازی دائماً در حال تغییر هستند، فهرستی که از کاربران تهیه می‌شود یک فهرست مجازی خواهد بود. با وجود مشکلاتی که در رابطه با نمونه‌گیری برای انجام پیمایش آن‌لاین وجود دارد، برخورداری از مزایایی همچون صداقت و صراحت پاسخگوها به دلیل زمینه گمنام، افزایش احتمال پاسخگویی و نیز سرعت بخشیدن به دریافت و استخراج داده‌ها، موجب انتخاب این شیوه در پژوهش حاضر شد.

از این رو پرسشنامه در تاریخ ۹ اردیبهشت ۱۳۸۳ بر روی سایت اینترنتی دانشکده علوم اجتماعی قرار گرفت و از طریق پست الکترونیک و نصب اطلاعیه در دانشکده به عده‌ای که دسترسی به پرسشگر

برای آنها امکان‌پذیر بود، اطلاع‌رسانی شد. به این ترتیب از کاربران ۲۹ گروه اینترنتی ایرانی و نیز دانشجویان دانشکده علوم اجتماعی و دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران از طریق پست الکترونیک خواسته شد تا به سایت دانشکده مراجعه و پرسشنامه را تکمیل کنند. در مدت پانزده روز، ۳۴۰ نفر به صورت آن‌لاین به پرسشها پاسخ دادند.

### تحلیل داده‌ها

اکثر پاسخگویان در رده سنی ۱۸ تا ۳۵ سال (۸۹/۹ درصد)، مذکر (۶۵/۱ درصد)، دانشجو (۷۰/۱ درصد) و دارای تحصیلات دانشگاهی (۷۷/۳ درصد) بودند. پاسخهایی که به صورت آن‌لاین در محیط مجازی اینترنت به پرسشنامه داده شدند خود به نوعی شیوه رفتار کاربران در فضای مجازی (مسئله موردنظر پژوهش حاضر) را نشان می‌دهند. در واقع انتخاب این روش برای پیمایش به پرسشگر کمک کرد که بازخوردهایی از پاسخ‌دهندگان داشته باشد که در تحلیل یافته‌ها به پژوهشگر یاری داد. در این رابطه هفت شیوه رفتاری از سوی پاسخ‌دهندگان نظر پرسشگر را جلب کرد: (۱) اکثر پاسخها بسیار صریح بوده و ابراز عقاید بدون ترس از کنترل صورت گرفته بود. تعدادی از پاسخ‌دهندگان به این مطلب اشاره داشتند که به دلیل آن‌لاین بودن پرسشنامه و ناشناس بودن خیلی راحت‌تر می‌توانند به سؤالات پاسخ دهند؛ به عنوان مثال آقای پاسخگوی شماره ۱۵۹ عنوان کرد: «اگر شما اینجا بودید و این پرسشها را از من می‌پرسیدید من اصلاً جواب نمی‌دادم یا فقط به پرسشهای گزینه‌دار جواب بله یا نه می‌دادم». (۲) برخی از پاسخ‌دهندگان در مورد تجربیاتی که در ارتباطات خود در چت داشته‌اند بیش از آن چیزی که برای پاسخ‌دهی به پرسشها لازم بود گفتند. در واقع این عده به نوعی با پرسشگر درد دل کردند. (۳) عده دیگری در پاسخهایشان از شکلکها و واژه‌های اختصاری نیز استفاده کردند، هم برای آنکه پاسخشان را با احساساتی خاص همراه کنند و هم برای اینکه احساسشان را درباره پرسش موردنظر بیان کرده باشند. در واقع این عده ضمن بیان احساساتشان از طریق متن، شیوه‌ای شبیه به گپ‌زدن در چت را برای پاسخ دادن برگزیدند. (۴) بسیاری از پاسخ‌دهندگان علاقه خود را به همکاری در انجام پژوهش ابراز کردند و پاسخهای آنها حاکی از تمایلشان به موفقیت پژوهش و صحت نتایج بود، به طوری که برخی با ارسال پست الکترونیک پرسشگر را راهنمایی کردند؛ برای مثال منابعی را در این زمینه به پرسشگر معرفی کردند. (۵) تعدادی از پاسخ‌دهندگان بابت انتخاب این موضوع ابراز تعجب و خوشحالی کردند و از اینکه زمینه‌ای برای طرح مسائل مربوط به اتاقهای گپ‌زنی فراهم شده است از

پرسشگر تشکر کردند. همچنین اکثر پاسخگویان (۲۶۱ نفر) آدرس پست الکترونیکی خود را در پاسخنامه نوشتند تا خلاصه‌ای از نتایج پژوهش برایشان فرستاده شود. (۶) در کل پاسخگویی با دقت و علاقه همراه بود، زیرا افرادی که پرسشنامه را دریافت کرده بودند خودشان قبول کردند که پاسخ دهند و در واقع آنها برای پاسخ دادن انگیزه شخصی داشتند. تعداد اندکی هم برای کنجکاوی به پرسشنامه مراجعه کرده بودند یا اصلاً پاسخ ندادند و یا پاسخها را نیمه‌کاره رها کردند که این عده از لیست پاسخگوها حذف شدند. (۷) از میان پاسخ‌دهندگان تنها دو مورد پرسشنامه را محلی برای بیان مسائل غیراخلاقی و نامتعارف قرار دادند که آنها هم از لیست پاسخگوها حذف شدند.

به منظور تحلیل داده‌ها جداول توزیع فراوانی متغیرها مورد مطالعه قرار گرفت. جهت آزمون فرضیه‌های چهارگانه نیز، متغیرهای مستقل (گمنامی، سابقه، توانایی، انگیزه) با متغیر وابسته (روابط صمیمانه) در چهار جدول دو بعدی (جداول شماره ۱، ۲، ۳ و ۴) در رابطه قرار گرفتند. از طرفی دیگر به منظور اطمینان بیشتر از صحت نتایج به دست آمده از آزمون فرضیه‌ها، رابطه بین هریک از معرفها به طور جداگانه با متغیر وابسته روابط صمیمانه در جداول دو بعدی (جداول شماره ۱-۱، ۱-۲، ۱-۳، ۱-۴؛ ۲-۱، ۲-۲، ۲-۳، ۲-۴، ۳-۱، ۳-۲، ۳-۳، ۳-۴) منعکس شد.

### تحلیل کمی و کیفی داده‌های مربوط به متغیر وابسته و متغیرهای مستقل

در تحلیل داده‌های مربوط به متغیر وابسته «روابط صمیمانه»، ۶۴/۱ درصد پاسخگویان «تجربه روابط صمیمانه» را در چت داشته و اکثر این افراد به تبادل پیامهای احساسی با دیگران پرداخته‌اند. همچنین تحلیل کیفی بیانگر آن بود که تجربه آنها در برقراری روابط صمیمانه در محیط مجازی در سه قالب جای می‌گیرد: انتقال روابط صمیمانه از محیط مجازی به محیط واقعی، یافتن دوستان خوب و ازدواج. به طور مثال پاسخگوها این‌گونه جواب دادند: «دو مورد دوست پیدا کردم که خیلی با آنها صمیمی شدم، با هم بیرون می‌رویم و با یکی از آنها قصد ازدواج دارم»؛ «وقتی در محیط واقعی تنها هستم و احساس ناامنی می‌کنم در این اتاقها به دنبال دوست می‌گردم».

همچنین ۶۴/۳ درصد اعلام کردند که ارتباطاتی در چت داشته‌اند که به مدت طولانی ادامه داشته است. (تداوم رابطه) نشانگر خودافشایی دو طرفه است که منجر به گسترش ادراکات بین‌فردی و بروز رفتارهای صمیمانه می‌شود. دو دلیل برای تداوم رابطه از سوی پاسخگویان ذکر شد: هم‌فکری و هم‌دلی در دوستی با جنس مخالف؛ به طور مثال پاسخگوها گفتند: «به خاطر شباهت‌های رفتاری و کلامی با

چند نفر روابطم را در چت حفظ کرده‌ام، چون به عنوان یک دختر بدون مانع می‌توانم با پسرها حرف بزنم و به این روابط ادامه می‌دهم».

در تحلیل داده‌های مرتبط با متغیر مستقل «گمنامی»، ۸۵/۳ درصد از پاسخگوها معتقد بودند که افراد در اتاقهای گپ‌زنی متفاوت از محیط رودررو رفتار می‌کنند. پاسخگوها سه دلیل عمده را در مورد اینکه «شیوه خوداظهاری» فرد در این اتاقها براساس زمینه گمنام آن شکل می‌گیرد، ذکر کردند: بازی نقش، عدم محدودیتهای فردی و عدم محدودیتهای اجتماعی؛ به طور مثال «در چت امکان مخفی نمودن شخصیت اصلی برای برقراری ارتباط راحت‌تر و گسترده‌تر با همه افراد وجود دارد؛ با وجود خودکم‌بینی و احساس حقارت در محیط رودررو در چت می‌توان جلب توجه کرد؛ در دنیای واقعی همه به دلیل محدودیتهای اجتماعی تظاهر می‌کنند، اما در چت نیازی به تظاهر نیست».

همچنین ۸۸/۳ درصد از پاسخگوها در پاسخ به پرسش مربوط به «خوداظهاری در برابر جنس مخالف» معتقد بودند که زنان و مردان در گپ اینترنتی متفاوت از محیط رودررو با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و در مورد اینکه این ارتباط متأثر از آزادی فراهم شده به واسطه زمینه گمنام این اتاقها است، دو دلیل ذکر کردند: عدم محدودیتهای فردی و عدم محدودیتهای اجتماعی؛ برای مثال یک نفر گفت: «در چت فرصت فکر کردن برای پاسخ به پرسشهای احتمالی فرد مقابل بیشتر از محیط رودررو است».

در رابطه با **خودافشایی**، ۵۶/۲ درصد از پاسخگوها اظهار داشتند که مطالبی را در اتاقهای گپ‌زنی اینترنت بیان کرده‌اند که در جای دیگر امکان بازگو کردنش را نداشته‌اند. مطالبی که این کاربران در محیط واقعی نتوانسته‌اند بیان کنند، اما در گپ اینترنتی به دلیل ناشناس بودن عنوان کرده‌اند در چهار دسته جای گرفت که به ترتیب عبارت‌انداز: بیان مسائل جنسی، بیان عشق و احساسات، بیان اسرار و درد دلها، بیان عقاید سیاسی، مذهبی، اجتماعی، فرهنگی و...؛ به طور مثال: «حرف دلم و مسائل خصوصی‌ام را در چت می‌گویم»، «مشکلاتی را در چت گفته‌ام که به هیچ‌کس بازگو نکرده بودم، مثلاً شکستم در عشق».

۵۷/۲ درصد از پاسخگوها در پاسخ به پرسش مرتبط با **تمایل به گمنامی** اظهار داشتند که ترجیح می‌دهند خود را در اتاقهای گپ‌زنی اینترنت با اسم مستعار معرفی کنند و بقیه پاسخ‌گویانی که به استفاده از اسم واقعی خود در این محیط تمایل دارند، استفاده از اسم مستعار را دور از صداقت و نوعی دروغ‌گویی به حساب می‌آورند. اما کسانی که اسم مستعار را ترجیح می‌دهند چهار دلیل را برای آن ذکر کردند: جلوگیری از مزاحمتها و حفظ آبرو، علاقه به مجازی بودن، تازگی و جالب بودن بازی نقش،

آزادی و راحت‌تر بودن؛ به عنوان مثال: «اگر با اسم واقعی وارد شوم ممکنه بعداً از طرف دوستانم مورد تمسخر قرار گیرم».

- در تحلیل داده‌های مرتبط با متغیر مستقل سابقه حضور به معنای مدت حضور، پاسخها نشان داد که اکثر پاسخگوها (۷۲/۵ درصد) مدت زیادی از حضورشان در اتاقهای گپ‌زنی می‌گذرد.

- در تحلیل داده‌های مرتبط با متغیر مستقل توانایی، اکثر پاسخ‌دهندگان (۵۲/۷ درصد) اظهار داشتند که «تبادل ویژگیهای شخصیتی» از طریق متن در اتاقهای گپ‌زنی اینترنت امکان‌پذیر نیست؛ اما افرادی که پاسخ مثبت داده‌اند در این مورد که تبادل ویژگیهای شخصیتی در چت از طریق متن به تجربه، زمان و مهارت نیاز دارد اتفاق نظر داشتند و این کار را از دو طریق میسر می‌دانند: شیوه بیان، گذشت زمان و کسب تجربه. دو نمونه از گفته‌های پاسخ‌گویان اینهاست: «با داشتن تجربه کافی در چت می‌توان از طریق روانشناسی کلام به شخصیت طرف مقابل پی‌برد»؛ «اگر کمی حوصله داشته باشید و با طرفتان به مدت طولانی صحبت کنید تبادل ویژگیهای شخصیتی‌تان امکان‌پذیر است».

۶۰/۱ درصد از پاسخگوها تبادل احساسات از طریق متن در اتاقهای گپ‌زنی اینترنت را امکان‌پذیر دانستند. آنها برای تبادل احساسات از طریق متن در این اتاقها سه شیوه را ذکر کردند: استفاده هم‌زمان از واژه‌ها و شکلکها، تایپ کردن واژه‌ها، استفاده از شکلکها؛ به طور مثال: «درست مثل خواندن کتاب است، همان‌طوری که احساسات شخصیتها را متوجه می‌شوی»، «می‌توان از شکلکها استفاده کرد و گاهی می‌توان با نوشتن شعر احساس خود را بیان کرد».

همچنین ۵۲/۶ درصد از پاسخگوها «ابراز پیامهای غیرکلامی در قالب متن» را میسر دانستند. پاسخگوهایی که جواب مثبت به این پرسش داده‌اند، ابراز پیامهای غیرکلامی در اتاقهای گپ‌زنی متن بیان را به سه روش امکان‌پذیر دانسته‌اند: استفاده از شکلکها، تایپ کردن واژه‌ها، استفاده هم‌زمان از واژه‌ها و شکلکها.

در پاسخ به پرسش مرتبط با میزان استفاده از شکلکها، ۵۱/۵ درصد از پاسخگوها اعلام کردند که به میزان زیادی از شکلکها در این اتاقها استفاده می‌کنند و چهار دلیل را برای این کار ذکر کردند که به ترتیب عبارت‌انداز: بیان احساسات، استفاده آسان و سریع، طنز و جالب بودن؛ به عنوان مثال: «علاوه بر جالب بودن، گویای احساسات نیز هستند و به جای اینکه چندین خط درباره احساسی بنویسم از یک شکلک استفاده می‌کنم که راحت‌ترند».

- تحلیل داده‌های مربوط به متغیر مستقل - انگیزه - نشان داد که اکثر پاسخگوها یعنی ۳۹/۷



درصد با انگیزه یافتن هم فکر و هم دل وارد این اتاقها می شوند. ۳/۳۰ درصد نیز به دنبال تفریح و سرگرمی هستند. ۸/۶ درصد از پاسخگویان همزمان به قصد تفریح و هم فکری وارد اتاقهای گپزنی می شوند، با توجه به آنکه اختلاف درصد ردیف اول و دوم زیاد نیست می توان این دو ردیف را به عنوان انگیزه های اصلی پاسخگویان در نظر گرفت. ۵/۱۴ درصد به دنبال کسب تجربه و اطلاعات و ۴/۶ درصد صرفاً برای دوستی با جنس مخالف وارد این اتاقها می شوند و فقط ۱/۲ درصد تنوع را انگیزه خود عنوان کردند.

### آزمون فرضیات

- در آزمون فرضیه اول، رابطه معناداری بین متغیر مستقل «گمنامی» با متغیر وابسته «روابط صمیمانه» مشاهده شد که جدول دوبعدی ذیل بیانگر آن است. به این ترتیب این فرضیه که «به نظر می رسد بین گمنامی در چت با خودافشایی و شکل گیری روابط صمیمانه بین کاربران رابطه معناداری وجود دارد»، تأیید شد.

جمع		گمنامی						روابط صمیمانه	
		کم		متوسط		زیاد			
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی		
۵۴/۷	۱۶۳	۳/۷	۱۱	۹/۴	۲۸	۴۱/۶	۱۲۴	زیاد	
۱۹/۵	۵۸	۲/۳	۷	۷/۷	۲۳	۹/۴	۲۸	متوسط	
۲۵/۸	۷۷	۱/۳	۴	۱۱/۷	۳۵	۱۲/۸	۳۸	کم	
۱۰۰	۲۹۸	۷/۴	۲۲	۲۸/۹	۸۶	۶۳/۸	۱۹۰	جمع	
سطح معناداری			درجه آزادی			کی دو			
۰/۰۰۰			۴			۲۸/۲۷۶			

جدول ۱. رابطه بین گمنامی (متغیر مستقل) با روابط صمیمانه (متغیر وابسته)

جدول فوق نشان می دهد که ۴۱/۶ درصد از پاسخگویانی که رفتار خود را در چت به میزان زیادی متأثر

از زمینه گمنام این محیط می‌دانند، روابط صمیمانه را نیز در حد بالایی در این محیط تجربه کرده‌اند، به طوری که رابطه بین دو متغیر «گمنامی» و «روابط صمیمانه» اتفافی نبوده و در حد نمونه ۳۴۰ نفری به اثبات رسید. به این ترتیب زمینه برقراری ارتباط در محیط مجازی به دلیل عدم حضور فیزیکی ارتباط‌گران این امکان را در اختیار افراد قرار می‌دهد که شیوه خوداظهاری خود را تعیین کنند. از آنجا که نمایش بسیاری از ویژگیها که در ارتباطات کامپیوتری جاذبه‌ساز است می‌تواند در تعامل رودررو مردود شمرده شود، این امر موجب می‌شود که کاربران در ارتباطات به واسطه کامپیوتر گزینه‌های متنوع‌تری را برای خوداظهاری در اختیار داشته باشند و آن‌گونه که مایل‌اند خودافشایی کنند و ادراک دریافت‌کننده پیام را به طور دلخواه شکل دهند. به‌علاوه، کاربران به بازخورد پیامها توجه می‌کنند و به منظور ادامه ارتباط به دنبال برآورده کردن توقعات یکدیگر نیز می‌باشند. از آنجا که فرآیند برداشت و ادراک بین تعامل‌گران براساس همین خودافشایی شکل می‌گیرد منجر به روابط صمیمانه بین تعامل‌گران می‌شود.

به منظور اطمینان در صحت جدول فوق و معنی‌دار بودن رابطه بین این دو متغیر، رابطه میان چهار معرف در نظر گرفته شده برای متغیر مستقل گمنامی (خوداظهاری، خوداظهاری در برابر جنس مخالف، خودافشایی و تمایل به گمنامی) با متغیر وابسته روابط صمیمانه، در قالب چهار جدول دو بعدی (جدول ۱-۱، ۲-۱، ۳-۱ و ۴-۱) بررسی شد. این جداول روابط معناداری را بین هر چهار معرف با متغیر وابسته روابط صمیمانه نشان دادند که تأییدی بر فرضیه اول است. این نتایج به ترتیب عبارت‌انداز: ۱) اکثر پاسخ‌گویانی (۴۶/۴ درصد) که معتقد بودند خوداظهاری در چت به دلیل محیط گمنام این اتاقها متفاوت از خوداظهاری در محیط رودررو است، روابط صمیمانه را نیز در حد بالایی در این اتاقها تجربه کرده‌اند. ۲) اکثر پاسخ‌گویانی (۴۷/۹ درصد) که معتقد بودند زنان و مردان در چت به دلیل محیط گمنام این اتاقها متفاوت از محیط رودررو با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند، روابط صمیمانه را نیز در حد بالایی در این اتاقها تجربه کرده‌اند. ۳) اکثر پاسخ‌گویانی (۳۹/۷ درصد) که عنوان کردند در چت به دلیل محیط گمنام این اتاقها مطالبی را بیان کرده‌اند که در محیط رودررو امکان بازگو کردنش را نداشته‌اند، روابط صمیمانه را نیز در حد بالایی در این اتاقها تجربه کرده‌اند. ۴) اکثر کسانی که (۲۷/۹ درصد) ترجیح می‌دهند خود را در چت با اسم مستعار معرفی کنند، روابط صمیمانه را نیز در حد بالایی در این اتاقها تجربه کرده‌اند.

خوداظهاری						روابط صمیمانه
جمع		خیر		بله		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۵۳/۹	۱۷۲	۷/۵	۲۴	۴۶/۴	۱۴۸	زیاد
۲۰/۴	۶۵	۳/۴	۱۱	۱۶/۹	۵۴	متوسط
۲۵/۷	۸۲	۳/۸	۱۲	۲۱/۹	۷۰	کم
۱۰۰	۳۱۹	۱۴/۷	۴۷	۸۵/۳	۲۷۲	جمع
سطح معناداری			درجه آزادی		کی دو	
۰/۸۴۷			۲		۰/۳۳۲	

جدول ۱-۱. رابطه بین خوداظهاری با متغیر وابسته روابط صمیمانه

خوداظهاری در برابر جنس مخالف						روابط صمیمانه
جمع		خیر		بله		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۵۴/۳	۱۷۲	۶/۳	۲۰	۴۷/۹	۱۵۲	زیاد
۱۹/۹	۶۳	۳/۲	۱۰	۱۶/۷	۵۳	متوسط
۲۵/۹	۸۲	۲/۲	۷	۲۳/۷	۷۵	کم
۱۰۰	۳۱۷	۱۱/۷	۳۷	۸۸/۳	۲۸۰	جمع
سطح معناداری			درجه آزادی		کی دو	
۰/۳۹۴			۲		۱/۸۶۱	

جدول ۱-۲. رابطه بین خود اظهاری در برابر جنس مخالف با متغیر وابسته روابط صمیمانه

خودافشایی						روابط صمیمانه
جمع		خیر		بله		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۶۴/۳	۲۰۹	۲۴/۶	۸۰	۳۹/۷	۱۲۹	بله
۳۵/۷	۱۱۶	۱۹/۷	۶۴	۱۶	۵۲	خیر
۱۰۰	۳۲۵	۴۴/۳	۱۴۴	۵۵/۷	۱۸۱	جمع
سطح معناداری			درجه آزادی		کی دو	
۰/۰۰۳			۱		۸/۶۲۹	

جدول ۳-۱. رابطه بین خودافشایی با متغیر وابسته روابط صمیمانه

تمایل به گمنامی						روابط صمیمانه
جمع		استفاده از اسم مستعار		استفاده از اسم واقعی		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۴۵/۵	۱۷۶	۲۷/۹	۹۰	۲۶/۶	۸۶	زیاد
۱۹/۵	۶۳	۱۲/۴	۴۰	۱۶/۴	۲۳	متوسط
۲۶	۸۴	۱۷/۶	۵۷	۸/۴	۲۷	کم
۱۰۰	۳۲۳	۵۷/۸	۱۸۷	۴۲/۴	۱۳۷	جمع
سطح معناداری			درجه آزادی		کی دو	
۰/۰۰۷			۲		۹/۸۴۲	

جدول ۴-۱. رابطه بین تمایل به گمنامی با متغیر وابسته روابط صمیمانه

- در آزمون فرضیه دوم، رابطه معناداری بین متغیر مستقل «سابقه حضور» با متغیر وابسته «روابط صمیمانه» مشاهده شد که جدول دوبعدی ذیل بیانگر آن است. به این ترتیب این فرضیه که "به نظر می‌رسد بین سابقه حضور کاربران در چت با خودافشایی و شکل‌گیری روابط صمیمانه بین آنها رابطه معناداری وجود دارد"، تأیید شد.

سابقه حضور						روابط صمیمانه
جمع		خیر		بله		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۵۴/۴	۱۷۳	۷/۲	۲۳	۴۷/۲	۱۵۰	زیاد
۲۰/۴	۶۵	۷/۵	۲۴	۱۲/۹	۴۱	متوسط
۲۵/۲	۸۰	۱۳/۲	۴۲	۱۱/۹	۳۸	کم
۱۰۰	۳۱۸	۲۸	۸۹	۷۲	۲۲۹	جمع
سطح معناداری			درجه آزادی		کی دو	
۰/۰۰۰			۲		۴۴/۹۵۵	

جدول ۲. رابطه بین سابقه حضور (متغیر مستقل) با روابط صمیمانه (متغیر وابسته)

جدول فوق نشان می‌دهد اکثر کسانی که (۴۷/۲ درصد) مدت زمان زیادی از حضورشان در چت می‌گذرد، روابط صمیمانه را نیز به میزان زیادی در این محیط تجربه کرده‌اند. درحالی‌که از بین افرادی که مدت زمان کمی از حضورشان در این اتاقها گذشته است، تعداد کمتری (۷/۲ درصد) روابط صمیمانه را در حد بالایی داشته‌اند. به طوری که رابطه بین دو متغیر «سابقه حضور» و «روابط صمیمانه» اتفاقی نبوده و در حد نمونه ۳۴۰ نفری به اثبات رسید. از آنجا که والتر تحقیقات مبتنی بر مدل وظیفه‌گرا را به دلیل در نظر گرفتن مسئله زمان مورد انتقاد قرار داده بود، در این پژوهش سعی شد به مسئله زمان توجه شود. در این راستا به نظر می‌رسد تبادل محتوای احساسی اجتماعی و فرآیند شکل‌گیری برداشت و ادراک بین کاربران به دو دلیل نیازمند گذشت زمان است. اول اینکه کاربران با کسب تجربه در طی زمان می‌توانند از ابزارهای موجود در این نوع از ارتباطات بهره گرفته و استفاده از این رسانه را یاد بگیرند، دوم اینکه گذشت زمان به ایجاد اعتماد برای برقراری رابطه بین کاربران کمک می‌کند.

همان‌طور که پیش‌تر ذکر شد در این پژوهش «سابقه حضور» کاربر در چت به معنای مدت زمانی است که از حضور کاربر در این اتاقها می‌گذرد و نه میزان وقتی که کاربر برای گپ‌زنی صرف می‌کند؛ اما برای آنکه این عامل نادیده گرفته نشود، رابطه آن به عنوان متغیر مستقل احتمالی، با روابط صمیمانه در جدول دوبعدی (جدول ۲-۱) بررسی شد. این بررسی نشان داد اکثر کسانی که به میزان زیادی برای چت کردن وقت گذاشته‌اند و نیز اکثر افرادی که به میزان کمی برای این کار وقت می‌گذارند، روابط صمیمانه را در حد بالایی در این محیط تجربه کرده‌اند. همچنین بیشتر کسانی که روابط صمیمانه زیادی را اعلام کرده‌اند، میزان وقت کمتری برای چت کردن گذاشته‌اند. در نتیجه کاربران صرف‌نظر از آنکه چه‌قدر از وقت خود را برای چت کردن گذاشته‌اند، به شکل‌گیری روابط صمیمانه در این محیط مجازی تمایل نشان می‌دهند. در واقع کم یا زیاد بودن زمانی که کاربران در طی یک روز، یک هفته یا بیشتر از این در چت سپری می‌کنند تعیین‌کننده میزان تبادل پیامهای احساسی اجتماعی نبوده و تأثیری در فرآیند ادراک و برداشت بین تعامل‌گران ندارد؛ بلکه آنچه که مهم است «سابقه حضور» یا مدت زمانی است که از حضور کاربر در اتاقهای گپ‌زنی می‌گذرد.<sup>۱</sup>

میزان وقت صرف شده						روابط صمیمانه
زیاد			کم			
جمع			جمع			
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۵۳/۵	۱۷۴	۹/۵	۳۱	۴۴	۱۴۳	زیاد
۲۰/۳	۶۶	۲/۲	۷	۱۸/۲	۵۹	متوسط
۲۶/۲	۸۵	۰/۶	۲	۲۵/۵	۸۳	کم
۱۰۰	۳۲۵	۱۲/۳	۴۰	۸۷/۷	۲۸۵	جمع
سطح معناداری			درجه آزادی		کی دو	
۰/۰۰۲			۲		۱۲/۸۷۳	

جدول ۲-۱. رابطه بین میزان وقت صرف شده با متغیر وابسته روابط صمیمانه

۱. عبارت "کم یا زیاد بودن زمانی که کاربران در چت سپری می‌کنند" به معنای میزان حضور است که با سابقه حضور یا مدت حضور فرق دارد. میزان حضور یعنی تعداد دقیق یا ساعتی که هر کاربر برای چت کردن در روز یا هفته یا ماه صرف می‌کند درحالی‌که مدت حضور یعنی مدتی که از چت کردن کاربر می‌گذرد مثلاً چند سال یا چند ماه است که چنین مشغولیتی دارد. آنچه برای کسب توانایی انتقال پیام در قالب متن لازم است و به خوداظهاری کاربر ایجاد روابط صمیمانه کمک می‌کند، مدت حضور یا همان سابقه حضور است.

- در آزمون فرضیه سوم، رابطه معناداری بین متغیر مستقل «توانایی» با متغیر وابسته «روابط صمیمانه» مشاهده شد که جدول دوبعدی ذیل بیانگر آن است. به این ترتیب این فرضیه که "به نظر می‌رسد بین توانایی کاربران چت در تبادل پیامهای کلامی و غیرکلامی در قالب متن با خودافشایی و شکل‌گیری روابط صمیمانه بین آنها رابطه معناداری وجود دارد"، تأیید شد.

روابط صمیمانه		توانایی تبادل پیامهای کلامی و غیرکلامی در قالب متن					
		کم		متوسط		زیاد	
جمع		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
زیاد	۹۱	۱۰/۵	۲۹	۱۰/۲	۲۸	۳۳/۱	۹۱
متوسط	۱۵	۸/۴	۲۳	۵/۵	۱۵	۵/۵	۱۵
کم	۱۱	۱۵/۳	۴۲	۷/۶	۲۱	۴	۱۱
جمع	۱۱۷	۳۴/۲	۹۴	۲۳/۳	۶۴	۴۲/۵	۱۱۷
کی دو		درجه آزادی				سطح معناداری	
۵۲/۵۰۷		۴				۰/۰۰۰	

جدول ۳. رابطه بین توانایی (متغیر مستقل) با روابط صمیمانه (متغیر وابسته)

جدول فوق نشان می‌دهد اکثر کسانی که (۳۳/۱ درصد) تبادل هرگونه پیامی را در اتاقهای گپ‌زنی مبتنی بر متن امکان‌پذیر می‌دانند، روابط صمیمانه را نیز در حد بالایی در این محیط تجربه کرده‌اند. همچنین اکثر افرادی که (۱۵/۳ درصد) معتقدند تبادل هرگونه پیامی از این طریق میسر نیست، روابط صمیمانه کمی را نیز در این محیط داشته‌اند. به طوری که رابطه بین دو متغیر «توانایی» و «روابط صمیمانه» اتفاقی نبوده و در حد نمونه ۳۴۰ نفری به اثبات رسید. در این راستا هنگامی که کاربران توانایی رمزگذاری و رمزگشایی نشانه‌های کلامی و غیرکلامی را در قالب متن داشته باشند، خواهند توانست شیوه خوداظهاری خود را برحسب چنین زمینه‌ای شکل دهند و ادارک و برداشتشان را از یکدیگر با پردازش اطلاعات متن بنیان ساماندهی کنند. این کاربران قادر خواهند بود با تبادل پیامهای احساسی و اجتماعی در قالب متن به خودافشایی پرداخته و فضا را برای شکل‌گیری روابط صمیمانه در

محیطی مجازی آماده سازند. به این ترتیب برخلاف دیدگاههای مبتنی بر مدل وظیفه‌گرا که ارتباطات کامپیوتری را صرفاً بر مبنای نشانه‌های کلامی می‌دانند، نتایج فوق حاکی از آن است که کاربران در چت در هر دو سطح کلامی و غیرکلامی ارتباط برقرار می‌کنند.

به منظور اطمینان در صحت جدول فوق و معنی‌دار بودن رابطه بین این دو متغیر، رابطه میان چهار معرف در نظر گرفته شده برای متغیر مستقل توانایی (تبادل ویژگیهای شخصیتی، تبادل احساسات، ابراز پیام غیرکلامی و میزان استفاده از شکلکها) با متغیر وابسته روابط صمیمانه، در قالب چهار جدول دوبعدی (جداول ۱-۳، ۲-۳، ۳-۳ و ۴-۳) بررسی شد. این جداول روابط معناداری را بین هر چهار معرف با متغیر وابسته روابط صمیمانه نشان دادند که تأییدی بر فرضیه سوم است. این نتایج به ترتیب عبارت‌اند از: ۱) اکثر پاسخ‌گویانی (۳۷/۶ درصد) که معتقدند تبادل ویژگیهای شخصیتی از طریق متن در چت امکان‌پذیر است، روابط صمیمانه را نیز در حد بالایی در این اتاقها تجربه کرده‌اند و برعکس. ۲) اکثر پاسخ‌گویانی (۴۵/۲ درصد) که معتقدند تبادل احساسات در قالب متن در چت امکان‌پذیر است، روابط صمیمانه را نیز در حد بالایی در این اتاقها تجربه کرده‌اند و بالعکس. ۳) اکثر پاسخ‌گویانی (۳۲/۵ درصد) که ابراز پیامهای غیرکلامی از طریق متن در چت را امکان‌پذیر می‌دانند، روابط صمیمانه را نیز در حد بالایی در این اتاقها تجربه کرده‌اند. ۴) اکثر پاسخ‌گویانی (۳۴/۶ درصد) که روابط صمیمانه‌ای در این اتاقها داشته‌اند، به میزان زیادی نیز از شکلکها استفاده کرده‌اند و بالعکس.

تبادل ویژگیهای شخصیتی در قالب متن						روابط صمیمانه
جمع		خیر		بله		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۶۳/۶	۲۰۸	۲۶	۸۵	۳۷/۶	۱۲۳	بله
۳۶/۴	۱۱۹	۲۶/۹	۸۸	۹/۵	۳۱	خیر
۱۰۰	۳۲۷	۵۲/۹	۱۷۳	۴۷/۱	۱۵۴	جمع
سطح معناداری			درجه آزادی		کی دو	
۰/۰۰۰			۱		۳۳/۲۵۳	

جدول ۱-۳. رابطه بین تبادل ویژگیهای شخصیتی با متغیر وابسته روابط صمیمانه



تبادل احساسات در قالب متن						روابط صمیمانه
جمع		خیر		بله		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۶۳/۹	۲۱۲	۱۸/۷	۶۲	۴۵/۲	۱۵۰	بله
۳۶/۱	۱۲۰	۲۱/۴	۷۱	۱۴/۸	۴۹	خیر
۱۰۰	۳۳۲	۴۰/۱	۱۳۳	۵۹/۹	۱۹۹	جمع
سطح معناداری			درجه آزادی		کی دو	
۰/۰۰۰			۱		۲۸/۵۷۰	

جدول ۲-۳. رابطه بین تبادل احساسات با متغیر وابسته روابط صمیمانه

ابراز پیام غیرکلامی در قالب متن						روابط صمیمانه
جمع		خیر		بله		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۵۴/۲	۱۵۵	۲۱/۷	۶۲	۳۲/۵	۹۳	زیاد
۱۸/۹	۵۴	۹/۴	۲۷	۹/۴	۲۷	متوسط
۲۶/۹	۷۷	۱۶/۱	۴۶	۱۰/۸	۳۱	کم
۱۰۰	۲۸۶	۴۷/۲	۱۳۵	۵۲/۸	۱۵۱	جمع
سطح معناداری			درجه آزادی		کی دو	
۰/۰۱۶			۲		۸/۲۵۳	

جدول ۳-۳. رابطه بین ابراز پیام غیرکلامی با متغیر وابسته روابط صمیمانه

میزان استفاده از شکلکها						روابط صمیمانه
جمع		زیاد		کم		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۵۴/۸	۱۷۶	۳۴/۶	۱۱۱	۲۰/۲	۶۵	زیاد
۱۸/۹	۵۴	۷/۸	۲۵	۱۲/۱	۳۹	متوسط
۲۵/۲	۸۱	۹	۲۹	۱۶/۲	۵۲	کم
۱۰۰	۳۲۱	۵۱/۴	۱۶۵	۴۸/۶	۱۵۶	جمع
سطح معناداری		درجه آزادی			کی دو	
۰/۰۰۰		۲			۲۱/۳۸۱	

جدول ۳-۴. رابطه بین استفاده از شکلکها با متغیر وابسته روابط صمیمانه

- در آزمون فرضیه چهارم، رابطه معناداری بین متغیر مستقل «انگیزه» با متغیر وابسته «روابط صمیمانه» مشاهده نشد، به طوری که این فرضیه که "به نظر می‌رسد بین انگیزه کاربران برای شرکت در چت با خودافشایی و شکل‌گیری روابط صمیمانه بین آنها رابطه معناداری وجود دارد"، با توجه به سطح معناداری در جدول ذیل، در حد نمونه ۳۴۰ نفری این پژوهش تأیید نشد. با این حال همان طوری که در این جدول مشاهده می‌کنیم اکثر پاسخ‌گویانی (۳۱/۴ درصد) که روابط صمیمانه‌ای در اتاقهای گپ‌زنی داشته‌اند به قصد یافتن هم‌فکر و هم‌دل در گپ اینترنتی شرکت کرده‌اند. همچنین اکثر کسانی که (۱۵ درصد) روابط صمیمانه را در این محیط تجربه نکرده‌اند با انگیزه تفریح و سرگرمی وارد این اتاقها شده‌اند. در واقع انتظارات و اهدافی که کاربران در تعامل به واسطه کامپیوتر در نظر دارند بر چگونگی استفاده آنها از رسانه و شیوه رفتارشان اثر می‌گذارد. با توجه به آنکه انگیزه افراد تعیین کننده شیوه خوداظهاری و خودافشایی آنها می‌باشد، کاربرانی که با نیت یافتن هم‌فکر و هم‌دل و برقراری ارتباط دوستانه به این اتاقها می‌روند، انگیزه قوی‌تری برای خودافشایی دارند، زیرا طالب خودافشایی از سوی طرف مقابل هستند و زمینه را برای شکل‌گیری روابط صمیمانه فراهم می‌سازند، اما کاربرانی که به قصد تفریح و سرگرمی به اتاقهای گپ‌زنی می‌روند، برای سرگرم شدن در آن لحظه برنامه‌ریزی کرده‌اند و اهداف بلند مدتی را دنبال نمی‌کنند. به همین دلیل انگیزه قوی برای خودافشایی نداشته و تمایل

چندانی به ادامه و گسترش روابط با سایرین نشان نمی‌دهند، هرچند که این عده گفته‌اند روابط صمیمانه‌ای در این اتاقها داشته‌اند و از این جهت در ردیف دوم پس از کسانی که انگیزه هم‌فکری و هم‌دلی داشته‌اند، قرار می‌گیرند.

روابط صمیمانه						انگیزه
جمع		زیاد		کم		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۴۲/۲	۹۰	۳۱/۴	۶۷	۱۰/۷	۲۳	هم‌فکری و هم‌دلی
۳۵/۲	۷۵	۲۰/۱	۴۳	۱۵	۳۲	تفریح و سرگرمی
۱۵/۴	۳۳	۱۲/۱	۲۶	۳/۲	۷	کسب تجربه و اطلاعات
۷	۱۵	۵/۷	۱۳	۰/۹	۲	دوستی با جنس مخالف
۱۰۰	۲۱۳	۶۹/۹	۱۴۹	۳۰	۶۴	جمع
سطح معناداری			درجه آزادی			کی دو
۰/۵۶۱			۳			۲/۰۵۶

جدول ۴. رابطه بین انگیزه (متغیر مستقل) با روابط صمیمانه (متغیر وابسته)

### نتیجه‌گیری

همان‌طور که مدل نظری این مقاله نشان می‌دهد زمینه برقراری ارتباط در محیط مجازی به دلیل عدم حضور فیزیکی ارتباط‌گران این امکان را در اختیار افراد قرار می‌دهد که شیوه خوداظهاری خود را تعیین کنند. به این ترتیب نمایش بسیاری از ویژگیها که در ارتباطات کامپیوتری جاذبه‌ساز است می‌تواند در تعامل رودررو مردود شمرده شود. این امر موجب می‌شود که کاربران در ارتباطات کامپیوتری گزینه‌های متنوع‌تری را برای خوداظهاری در اختیار داشته باشند، آن‌گونه که مایل‌اند خودافشایی کنند و ادراک دریافت‌کننده پیام را آن‌طور که می‌خواهند شکل دهند. در همین حال کاربران به بازخورد پیامها توجه می‌کنند و به منظور ادامه ارتباط به دنبال برآورده کردن توقعات یکدیگر نیز هستند. همان‌گونه که جوزف والتر معتقد است فرآیند خوداظهاری در محیط مجازی

فرآیندی است که تحت عوامل اجتماعی عمل می‌کند به طوری که کاربران به تمایلات یکدیگر توجه کرده و بهترین گزینه را در اظهار خود به کار می‌برند. کاربران قادر خواهند بود که خود را آن گونه که مایل اند اظهار کنند و آنچه را که در محیط رودررو قادر به بیان آن نیستند ابراز کنند. از آنجا که فرآیند برداشت و ادراک بین تعامل‌گران براساس همین خودافشایی شکل می‌گیرد منجر به روابط صمیمانه بین تعامل‌گران می‌شود.

علاوه بر این ارتباطات صمیمانه بین تعامل‌گران نیاز به گذشت زمان داشته و از طریق خودافشایی دو طرفه شکل می‌گیرد. تبادل محتوای احساسی اجتماعی و فرآیند شکل‌گیری برداشت و ادراک بین کاربران در ارتباطات کامپیوتری به دو دلیل نیازمند گذشت زمان است اول اینکه کاربران با کسب تجربه در طی زمان بتوانند از ابزارهای موجود در این نوع از ارتباطات بهره گرفته و استفاده از این رسانه را یاد بگیرند؛ دوم اینکه گذشت زمان به ایجاد اعتماد برای برقراری رابطه بین کاربران کمک می‌کند.

از سوی دیگر هنگامی که کاربران توانایی رمزگذاری و رمزگشایی نشانه‌های کلامی و غیرکلامی را در قالب متن داشته باشند، خواهند توانست شیوه خوداظهاری خود را برحسب چنین زمینه‌ای شکل دهند و ادراک و برداشتشان را از یکدیگر با پردازش اطلاعات متن بنیان‌ساماندهی کنند. به این ترتیب قادر خواهند بود با تبادل پیامهای احساسی و اجتماعی در قالب متن به خودافشایی پرداخته و فضا را برای شکل‌گیری روابط صمیمانه در محیطی مجازی آماده سازند.

عدم حضور فیزیکی کاربران در اتاقهای گپ‌زنی متن بنیان در اینترنت برخلاف نظریات مبتنی بر مدل وظیفه‌گرا نه تنها مانع تبادل پیامهای احساسی و اجتماعی و گسترش روابط بین تعامل‌گران نخواهد شد، بلکه کاربرانی که از سابقه حضور در این اتاقها برخوردار هستند با کسب توانایی در تبادل پیام در قالب متن یاد می‌گیرند که چگونه نشانه‌های غیرکلامی و کلامی در ارتباطات رودررو را با استفاده از امکانات موجود در اتاقهای گپ‌زنی متن بنیان به صورت متن درآوردند و به تبادل ویژگیهای شخصیتی و احساسات بپردازند. کاربران در همان حال که با گذشت زمان توانایی تبادل پیام در قالب متن را می‌آموزند، به واسطه گمنامی در این اتاقها به بازی نقش و خودافشایی پرداخته و با بیان آنچه که در دنیای واقعی امکان بازگو کردنش را ندارند، زمینه برقراری ارتباط در محیط مجازی را برای شکل‌گیری روابط صمیمانه آماده می‌سازند.

## منابع و مأخذ

- اسلوین، جیمز (۱۳۸۰)، *اینترنت و جامعه*، تهران: نشر کتابدار.
- والیس، پاتریشیا (۱۳۸۲)، *روان‌شناسی اینترنت*، ترجمه بهنام اوحدی و فضل‌اله قنادی و حمیرا صفوی همای، تهران: انتشارات نقش خورشید.
- Albright, Julie M. (2001), Impression formation and attraction in cmc; [www.rcf.usc.edu/~albright/dissertation.html](http://www.rcf.usc.edu/~albright/dissertation.html), 12.Dec.2003
- Byrne, Elizabeth (1993), The formation of relationships on IRC; [www.irchelp.org/irchelp/communication-research/adademic/byrne-e-cyberfusion-1993/thesis-intro.html](http://www.irchelp.org/irchelp/communication-research/adademic/byrne-e-cyberfusion-1993/thesis-intro.html) . 5.Nov.2003
- Liu, Yuliang (2002), What does research say about the nature of CMC: task oriented social emotion oriented or both; *Electronic Journal of Sociology*, 6(1) , p 1-8.
- Turkle, Sherry (1996), *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*; New York: Simon and Schuster.
- Utz, Sonja (2000), Social information processing in MUDs: The development of friendships in virtual worlds; *Journal of Online Behavior*, Vol 1, No 1, p 1-5.
- Vrooman, Steven S. (2002), The art of invective performing identity in cyberspace, *New media and Society*, Vol4, No1, p51-70 ,Sage Publication.
- Walther, Joseph B. (1996), Computer mediated communication: Impersonal and interpersonal and hyperpersonal interaction, *Communication Research* , 23, 3-43.
- \_\_\_\_\_ (1993), Impression development in computer-mediated interaction, *Western Journal of Communication*, 57(Fall 1993)
- \_\_\_\_\_ (1992), Interpersonal Effects in Computer-Mediated Interaction : A Relational Perspective, *Communication Research*, Vol19, February, p 52-90
- \_\_\_\_\_ (1994), Anticipated ongoing interaction versus channel effects on relational communication in computer-mediated interaction, *Human Communication Research*, Vol 20, p473-501