

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۹/۰۹

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۹/۱۶

نوع مقاله: پژوهشی

واتس‌آپ در تجربه زیسته کاربران (مورد مطالعه: جوانان بزرگسال شهر تهران)

نوشته

علی دلاور *

علی اکبر فرهنگی **

بهزاد کریمی ***

چکیده

در سال‌های اخیر، با گسترش استفاده از شبکه‌های اجتماعی از جمله واتس‌آپ و قرار گرفتن آن در عرصه‌های مختلف زندگی ما، به‌ویژه زندگی جوانان، تأثیر گوناگون آن برای کاربران، موضوع پژوهش‌های بسیاری بوده است. بیشتر این پژوهش‌ها بر تأثیر استفاده از واتس‌آپ روی کاربران جوان متمرکز بوده‌اند؛ در نتیجه تجربه زیسته جوانان بزرگسال و اینکه استفاده از این پیام‌رسان، برای آنان چه معنایی دارد و پیامدهای استفاده از آن را چگونه ارزیابی می‌کنند، همچنان مغفول مانده است. این غفلت در حالی صورت گرفته که گروه بزرگی از کاربران شبکه‌های اجتماعی از جمله واتس‌آپ را در ایران، جوانان بزرگسال تشکیل می‌دهند. این مطالعه اکتشافی، با روش پدیدارشناسی توصیفی، به تجربه زیسته جوانان بزرگسال در استفاده از واتس‌آپ پرداخته است. جامعه مورد مطالعه، ده نفر از جوانان بزرگسال شهر تهران بودند. تجارب زیسته این مشارکت‌کنندگان نشان داد واتس‌آپ برای آنان، بیش از هر چیز، استفاده از سبک جدیدی از ارتباط است که استفاده از آن، نه یک انتخاب که ضرورت و الزام اجتماعی است. پیامدهای استفاده از واتس‌آپ در ادراک آنان، به صورت احساساتی دوگانه بیان شد؛ احساساتی که دامنه آن از خشنودی تا ناخشنودی در نوسان بود.

کلیدواژه: پدیدارشناسی، پیام‌رسان فوری، تجربه زیسته، واتس‌آپ، جوانان بزرگسال.

* استاد تمام روش‌های تحقیق و آمار دانشگاه علامه طباطبایی delavarali@yahoo.com

** استاد تمام مدیریت رسانه دانشگاه تهران aafarhangi@yahoo.com

*** دانشجوی دکتری علوم ارتباطات واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی (نویسنده مسئول) ka_behzad@yahoo.com

مقدمه

استفاده از پیام‌رسان‌های فوری همراه، یکی از جلوه‌های بارز زندگی امروز است. همه ما امروزه، کاربر یکی از انواع پیام‌رسان‌های فوری هستیم، از نوشته‌ها، عکس‌ها و ویدئوهای دوستان و آشنایان دیدن می‌کنیم و انواع تجربه‌ها، افکار و علایق خود را با دیگران به اشتراک می‌گذاریم. به این ترتیب، همه ما امروزه، به بخشی از اجتماع بزرگ پیام‌رسان‌ها تبدیل شده‌ایم. واتس‌آپ (WhatsApp) یکی از پیام‌رسان‌های فوری است که شهرتی جهانی دارد و در کشور ما نیز، یکی از چند پیام‌رسان محبوب و پرطرفدار است و اقشار مختلف مردم، به‌ویژه جوانان بزرگسال به‌وفور از آن استفاده می‌کنند. طبق یک نظرسنجی ملی، که در بهمن ۱۳۹۵ منتشر شده، از هر ده نفر ایرانی شش نفر عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند و در این میان، پس از تلگرام و اینستاگرام، واتس‌آپ در رتبه سوم قرار دارد. (خبرگزاری ایسنا؛ نقل از روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۳۹۵)

این اشتیاق روزافزون همه ایرانیان، به‌ویژه جوانان ایرانی به استفاده از شبکه‌های اجتماعی نظیر واتس‌آپ - که کمی بعدتر آنان را "جوانان بزرگسال" (Young adults) خواهیم نامید - بسیاری از پژوهشگران کشورمان را بر آن داشته تا تأثیرات مختلف این شبکه‌های اجتماعی را بر زندگی کاربران مطالعه کنند و چالش‌های استفاده از آنها را یادآور شوند. قلی‌زاده و زمانی (۱۳۹۶)، نجفی و نیرومند (۱۳۹۵)، کیان و قلی‌پور (۱۳۹۵)، فرامرزینی، هاشمی و فرهنگی (۱۳۹۵) پژوهشگرانی هستند که تأثیرهای مخرب استفاده از این شبکه‌های اجتماعی را بررسی کرده‌اند.

بی‌شک این تحقیق‌ها، اطلاعات ارزشمندی را در اختیار ما می‌گذارند؛ با این همه، نتایج این پژوهش‌ها، از معانی ذهنی و "تجربه‌های زیسته" (Lived Experience) کاربران شبکه‌های اجتماعی به طور کلی و کاربران واتس‌آپ به طور خاص، چیزی آشکار نمی‌سازند؛ در نتیجه، درباره اینکه استفاده‌کنندگان از واتس‌آپ برای نمونه، چگونه با آن مواجه می‌شوند و چه درکی از این فناوری دارند، چیزی نمی‌گویند. موضوع‌های دیگری که در پژوهش‌های این سال‌ها کمتر به آن توجه شده، بسترها و شرایط فناورانه و اجتماعی مؤثر بر تجارب کاربران در استفاده از این شبکه‌های اجتماعی و مقوله ارزیابی خود کاربران (به عنوان اول شخص) از پیامدهای استفاده از پیام‌رسانی چون واتس‌آپ است. اینها همه ما را به این نکته خطیر می‌رساند که درخصوص شبکه‌های اجتماعی به طور کلی و در این مورد خاص واتس‌آپ و تجارب کاربران، "ناشناخته‌های" زیادی وجود دارد که نیازمند مطالعه بیشتر است. کاستی دیگری که در زمینه مطالعه پیام‌رسان‌های فوری در ایران وجود دارد این است که بیشتر پژوهش‌هایی که در این سال‌ها به مطالعه شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند و هنوز هم بدان می‌پردازند، بر کاربران جوان متمرکز بوده‌اند و به تجارب زیسته "جوانان بالغ" کمترین توجهی نشده است. این در حالی است که از دهه ۸۰ و ۹۰ میلادی، جامعه‌شناسان به مطالعه مرحله جدیدی از زندگی پرداخته‌اند که گیدنز و ساتن (Giddens & Suttoo) آن را "بزرگسالی جوان" می‌نامند و سنین ۱۸ تا ۳۵ سال را در بر می‌گیرد.

گیدنز و ساتن، ۱۳۹۶: ۷۱). لزوم توجه به تجارب زیسته این قشر خاص از جامعه به واتس‌اپ و درک معانی ذهنی آنان، از آن رو در مطالعات صورت گرفته در ایران مهم است که طبق آمارهای منتشر شده، بیش از ۸۱ درصد از کاربران فعال شبکه‌های اجتماعی در کشورمان را این گروه سنی تشکیل می‌دهند (نتایج نظرسنجی ایسپا، روزنامه ایران، ۱۳۹۶). بنابراین، تمام مواردی که تا اینجا ذکر کردیم، لزوم توجه ویژه به مطالعه تجربه‌های زیسته این گروه از کاربران را به‌خوبی اثبات می‌کند.

بنا به همین ملاحظه‌ها، سؤالی که در این پژوهش مطرح شده این است که: جوانان بزرگسال شهر تهران در استفاده از واتس‌اپ چه چیزی را تجربه می‌کنند و از پیامدهای آن در زندگی روزمره‌شان چه ارزیابی‌ای دارند؟ در پاسخ به این پرسش، از شرایط و زمینه‌های تأثیرگذار بر تجربه کاربران نیز، نکاتی مطرح شده که نویسنده امیدوار است درباره سایر شبکه‌های اجتماعی همراه نیز، مصداق داشته باشد. زیرا چنین به نظر می‌رسد که اگر از تجربه‌های زیسته کاربران این رسانه‌های جدید غفلت کنیم، ارائه هرگونه راهکار مناسب برای "توانمندسازی" کاربران در "استفاده بهینه" از این فناوری یا هر فناوری دیگری که در آینده خواهد آمد، بسیار دشوار خواهد بود.

ملاحظات مفهومی

پیام‌رسان فوری

از پیام‌رسان فوری، ((Instant Messaging (IM) or Mobile Instant Messaging services (MIM's)) تعریف‌های متعدد و به نسبت مشابهی وجود دارد. مضمون مشترک همه این تعریف‌ها این است که پیام‌رسان فوری، یک بستر عمدتاً همراه و سامانه‌ای مبتنی بر اینترنت است که به کاربران امکان می‌دهد به صورت آنلاین به افراد دیگر متصل شوند و محتواهای گوناگون از قبیل پیام‌های نوشتاری، صدا، عکس، ویدئو یا دیگر اطلاعات و اخبار را در یک زمان واقعی (Real time) ارسال و دریافت و با دیگران به اشتراک بگذارند. (Rouse, 2008)

واتس‌اپ

واتس‌اپ یک پیام‌رسان محبوب جهانی با بیش از یک میلیارد کاربر است (Susanka, 2017) که در سال ۲۰۰۹ و به طور رسمی در سال ۲۰۱۰، توسط اکشن و کوم (Brain Action & Jan Koum) کار خود را آغاز می‌کند. آن طور که در سایت این پیام‌رسان آمده نام آن برگرفته از لفظ انگلیسی "چه خبر؟" (What's up) است (Schie, 2017). امکان تعامل با اقوام و دوستان از طریق تماس‌های صوتی و تصویری واتس‌اپ، باعث شده این پیام‌رسان همچنان در بین کاربران ایرانی محبوب باشد و بنا بر نظرسنجی‌ها حدود ۶۶ درصد افراد هر روز به آن سر می‌زنند و گاهی کاربران در هر مراجعه تا یک ساعت هم در آن وقت می‌گذرانند. (عزیز محمدی، روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۳۹۶)

جوانان بزرگسال

گیدنز و ساتن در نام‌گذاری دوره‌های مختلف زندگی، سنین ۱۸ تا ۳۵ سالگی را بزرگسالی جوان می‌نامند. از نظر آنان، افرادی که در این سنین به سر می‌برند کسانی هستند که زندگی مستقلی دارند و هنوز ازدواج نکرده‌اند، یا دست‌کم بچه ندارند و لاجرم هنوز روابط و سبک‌های زندگی گوناگون را امتحان و تجربه می‌کنند (گیدنز و ساتن، ۱۳۹۶: ۴۷۱). کاظمی پور این گروه سنی را بزرگسالان جوان می‌نامد، که امروزه در همه‌ی جوامع [از جمله در ایران] ظاهر شده‌اند و نیازها و مسائل ویژه‌ی خود را دارند. (کاظمی پور، ۱۳۸۸: ۹)

در یک نگاه دقیق به واژه‌ی جوان در نام‌گذاری کاظمی پور، متوجه می‌شویم که در زبان فارسی لغت “جوان” هم می‌تواند به معنای یک گروه سنی باشد و هم به معنای “شادابی”؛ بنابراین، واژه‌ی بزرگسالان جوان، آن‌طور که باید معرف قشری به نام جوانان بزرگسال نیست و نویسنده ترجیح داد از واژه “جوانان بزرگسال” استفاده کند.

چارچوب مفهومی

در پژوهش‌های کیفی و تفاوت‌های اساسی آن با رویکرد کمی، به جای بهره‌گیری از چارچوب نظری که منبع فرضیه‌ها و آزمون آنها در روش‌های کمی است، از چارچوب مفهومی استفاده می‌شود. چارچوب مفهومی شامل مجموعه مفهومی‌های مرتبطی است که بر مفاهیم و موضوع‌های مورد نظر پژوهش تمرکز دارد و آنها را تحت یک نظام منسجم و از نظر معنی مرتبط با یکدیگر پیوند می‌دهد و از این طریق کندوکاو مطالعه را تسهیل می‌کند. (ماکسول، ۲۰۰۵؛ نقل از Hennink, Hutter & Bailey, 2011)

تجربه زیسته

تجربه زیسته، در مطالعه‌های پدیدارشناسی برای تأکید بر اهمیت تجارب فردی افراد به عنوان موجودات انسانی آگاه به کار می‌رود (Moustakas, 1994). به گفته پاتون تجربه زیسته ممکن است در دیگر پژوهش‌های کیفی نیز به کار رود، اما در پدیدارشناسی معنای خاص روش‌شناختی دارد. «تجربه زیسته در پدیدارشناسی [از آن رو با دیگر پژوهش‌های کیفی تفاوت دارد که] این رویکرد به این امر اولویت می‌دهد که افراد بشر چگونه جهان اجتماعی خود را تجربه و معنا می‌کنند و چگونه آن را به آگاهی‌شان منتقل می‌سازند.» (Patton, 2015: 14)

ادبیات نظری پژوهش (رویکرد پدیدارشناسی به رابطه فناوری و جامعه)

درباره رابطه بین فناوری و ارتباطات انسانی، یکی از دیدگاه‌های مشهور جبر فناورانه (Technolgiel determinism) است. در این دیدگاه، فضای مجازی نیروی مستقلی تلقی می‌شود

که محرک تغییرهای اجتماعی است. به عبارت دیگر، فناوری، به خودی خود، بر فعالیت‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارد و تغییرهای فناورانه موجب تغییرهایی در سازمان‌های اجتماعی و فرهنگی می‌شوند (مش و تالمود، ۱۳۹۳: ۱۷). در مقابل، رویکرد شکل‌گیری اجتماعی فناوری‌ها (Social shaping of Technologies) تأکید می‌کند که فناوری باید به‌مثابه سازه‌ای اجتماعی (Social construction) دیده شود و به این اعتبار، فناوری بخشی ذاتی از جامعه تصور شده که به دست کارگزاران اجتماعی خلق می‌شود. با این تلقی، اینترنت [و فناوری‌های جدید مبتنی بر آن] همچون عنصری است که ویژگی‌های فرهنگی جدیدی را در زندگی اجتماعی جوانان به وجود می‌آورد. (همان: ۹-۱۸)

از نظر پدیدارشناسان، دیدگاه موجبیت فناوری و ساخت اجتماعی فناوری، اگرچه در جای خود معتبر، اما ناکافی‌اند؛ زیرا در ادعای آنها، جامعه و فناوری در وضعی قرار می‌گیرند که گویی سخن گفتن از یکی به معنی سخن گفتن از دیگری نیست و آن دو (فناوری و جامعه) دو مقوله مستقل از یکدیگرند (ایترونا، ۱۳۹۵: ۲۱). از دیدگاه پدیدارشناسی، جامعه و فناوری از همان ابتدا قوام‌بخش (Constitutional) یا برساننده یکدیگرند، یعنی معنا و دلالت جاری خود را از یکدیگر می‌گیرند. بنابراین، در این رویکرد، فناوری از جمله فناوری‌های جدید ارتباطی، تنها دست‌ساخته‌هایی نیستند که به عبارتی "آن بیرون" باشند، بلکه برعکس، دست‌ساخته‌ها به طور اساسی از تقدم نگرش فناورانه نسبت به جهان پدیدار می‌شوند که در انسان وجود دارد (همان: ۲۲). بنابراین، رسانه‌های جدید، پیشاپیش حاصل شیوه فناورانه نگرستن ما به جهان و برقرار کردن نسبت با آن است؛ یعنی فناوری پس از استقرار، به جهان مجال می‌دهد خود را به انحاء خاص آشکار کند (ایترونا و لاراکو، ۲۰۰۳، نقل از ایترونا، ۱۳۹۵: ۲۲). برای نمونه، شما وقتی تلفن همراه دارید از نظر من، نسبت به زمانی که تلفن همراه نداشتید، شخص متفاوتی خواهید بود. به این معنی که در صورت داشتن تلفن همراه به شخصی عیان‌شده، یا پدیدار شده یا به عبارتی تماس‌گرفتنی و در دسترس تبدیل می‌شوید. (ایترونا، ۱۳۹۵: ۲۲)

روش و رویکرد اتخاذ شده در این پژوهش، پدیدارشناسی توصیفی بوده است؛ بنابراین نگاه ما به رابطه فناوری با ما و با جامعه نیز، در چارچوب رویکردی است که به عنوان دیدگاه سوم - پدیدارشناسی - در بالا بحث شد.

پیشینه پژوهش

درباره تأثیرهای مختلف شبکه‌های اجتماعی بر کاربران، پژوهش‌های زیادی در این سال‌ها در کشورمان صورت گرفته و ادبیات قابل ملاحظه‌ای به وجود آمده است. با وجود این، درباره تجارب زیسته کاربران این پیام‌رسان‌ها، تحقیق‌های اندکی انجام شده است و بیشتر پژوهش‌ها - چه کمی و چه کیفی - به دنبال بررسی تأثیرهای فناوری‌های جدید ارتباطی از جمله واتس‌آپ یا تلگرام، بر

استفاده‌کنندگان بوده‌اند. در اینجا برخی از مهم‌ترین پژوهش‌های موجود در این زمینه را مرور می‌کنیم.

قلی‌زاده و زمانی (۱۳۹۶) در پژوهشی کیفی، به نقش شبکه‌های اجتماعی مانند واتس‌آپ، تلگرام و لاین در نقض حریم خصوصی، کاهش اعتماد در روابط اجتماعی و استفاده از هویت جعلی پرداخته‌اند. کیان و قلی‌پور (۱۳۹۵) با تمرکز بر آثار تربیتی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، گزارش کرده‌اند دانشجویانی که از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند، هویت دینی و ملی ضعیف‌تری نسبت به سایرین دارند. نجفی و نیرومند (۱۳۹۵) در پژوهش‌شان به این نتیجه رسیده‌اند که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی نظیر تلگرام و هویت ملی و دینی، رابطه منفی وجود دارد؛ به طوری که بین استفاده از تلگرام برای مثال، و ایجاد بحران هویت بین اعضای خانواده، عدم احساس مسئولیت اجتماعی، بروز منفعت‌طلبی و لذت‌جویی، با درجاتی از شدت و ضعف، رابطه‌ای همبسته وجود دارد. همچنین سلیمانی و کریمی (۱۳۹۶) تأثیر استفاده از فضای مجازی بر اعتماد به نفس جوانان را بررسی کرده‌اند و نتیجه گرفته‌اند که با افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی، تمایل کاربران به برقراری ارتباط در فضای واقعی کمتر می‌شود. هرچند در یافته‌های آنان، استفاده از شبکه‌های اجتماعی، در گروهی که دچار مطرودیت اجتماعی هستند، میزان این اعتماد به نفس افزایش پیدا می‌کند.

در پژوهش‌های خارجی، جنبه‌های گوناگون استفاده از انواع پیام‌رسان‌های فوری از جمله واتس‌آپ و تأثیر و نقش آنها بر گروه‌های مختلف کاربران، مورد توجه بوده است. تحقیق‌های آنان نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی و در این مورد خاص واتس‌آپ، در ابعاد مختلف زندگی امروز کاربران حضوری تعیین‌کننده دارند. به عنوان نمونه‌ای از این پژوهش‌ها: توماس سوزانکا (Tomas Susanka, 2017) و سوتیکنو هندایانی و استیوان و همکارانشان (Sutikho, Handayani & Stiawan, 2010) که کارایی‌های واتس‌آپ، وایبر و تلگرام را بررسی کرده‌اند. لین‌سی (Lin, Si, 2012) در پژوهشی کیفی، تأثیر و کارکردهای مثبت و منفی پیام‌رسان‌های فوری، در عرصه‌های مختلف زندگی روزمره را از جمله در روابط بین فردی، بررسی کرده تا ببیند این پیام‌رسان‌ها در پدیدآوردن روابط صمیمی و یا تنفر چقدر مؤثرند. سینگه و همکارانش (Singh & et all, 2015) در مطالعه‌ای اکتشافی به روش پیمایش، رابطه میان عوامل رفتارهای روان‌شناختی را، در معتادان به واتس‌آپ بررسی کرده‌اند. این تحقیق بر ۷۵ نفر از جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال (دختر و پسر) شهر جالاندهار در پنجاب هند و رابطه آنان با واتس‌آپ متمرکز بوده است.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر، پژوهشی کیفی با هدفی اکتشافی است که بر اساس پدیدارشناسی توصیفی با رویکرد موستاکاس (Moustakas, 1994) و کرسول (Creswell, 1394) انجام شده است و پژوهشگر تلاش داشته تا با استفاده از رویکرد پدیدارشناسی، تجارب زیسته تعدادی از جوانان بزرگسال شهر تهران

را در استفاده از واتس‌آپ از منظر خود آنان (اول شخص) مطالعه کند. پدیدارشناسی، معنای تجارب زیسته افراد متعدد را از یک مفهوم یا پدیده توصیف می‌کند و برای دستیابی به این تجربه، پدیدارشناسی الزام‌های روش‌شناختی دقیقی دارد. (Patton, 2015)

نمونه‌گیری در این پژوهش، از نوع غیراحتمالی هدفمند بوده و برای دسترسی به افراد مشارکت‌کننده، از نمونه‌گیری گلوله برفی (Snowball sampling) استفاده شده است. این تحقیق با اتکا به این راهبردهای نمونه‌گیری، سراغ افرادی رفت که مقیم تهران بودند و بین ۱۸ تا ۲۹ سال (جوانان بزرگسال) سن داشتند. براساس منطق اشباع نظری، تعداد مصاحبه‌شونده‌ها به ۱۰ نفر رسید. این تعداد، به گفته کرسول، در پژوهش پدیدارشناسی امری پذیرفته است و فرایند گردآوری اطلاعات در این روش، عمدتاً شامل مصاحبه‌های عمیق با حدود ۱۰ نفر است. برای نمونه داکز (Dukes, 1984) و ریمن (Riemen, 1986) مطالعه ۳ تا ۱۰ نفر را برای پژوهش پدیدارشناسی توصیه می‌کنند. (کرسول، ۱۳۹۵: ۶۶-۱۵۵)

ابزار گردآوری داده‌ها

داده‌ها به وسیله مصاحبه عمیق نیمه‌هدایت‌شده (Semistructured) بر مبنای ۴ پرسش گردآوری شدند و هر مصاحبه ۴۵ دقیقه طول کشید. چهار پرسش پژوهش عبارت بودند از:

- معنای قصدهای کاربران در استفاده از واتس‌آپ کدامند؟
- تجربه‌های زیسته کاربران در استفاده از واتس‌آپ چیست و استفاده از این پیام‌رسان برای آنان چه معنایی دارد؟
- زمینه‌ها و شرایطی که عموماً بر تجارب آنان تأثیرگذارند کدامند؟
- این کاربران، نسبت به آثار و پیامدهای استفاده از واتس‌آپ چه ارزیابی دارند؟

بسترها و زمینه

منظور از بسترها و زمینه (Context)، موقعیتی است که واقعه [یا تجربه] در آن جای دارد (استرواس و کوربین، ۱۳۹۱: ۱۲۸). به طور خلاصه، شرایط و زمینه این تحقیق در دو مفهوم به کار رفته است. یکی به معنای زمان و مکانی است که تجربه در آن جای دارد و دومی، به ویژگی‌های عام زندگی جوانان بزرگسال مربوط شده است. منظور از دومی این است که آنچه در مصاحبه‌ها در مورد واتس‌آپ می‌شنیدیم، تجربه جوانان بزرگسال بود نه تجربه نوجوانان، جوانان یا بزرگسالان.

درباره مصاحبه‌ها، این نکته شایان ذکر است که به دلیل آنکه مصاحبه‌شوندگان با مصاحبه‌های چندباره موافقت نکردند، با هر مشارکت‌کننده فقط یک بار مصاحبه شد. مصاحبه‌ها به صورت شنیداری و تک‌به‌تک ضبط و محتوای هر مصاحبه همان روز، روی برگه‌هایی پیاده، کدگذاری‌هایی روی آنها صورت گرفت و یادداشت‌های لازم به آنها افزوده شد. در پدیدارشناسی، پژوهشگر

می‌تواند از شکل ساده گردآوری داده‌ها، یعنی تنها یک مصاحبه با مشارکت‌کنندگان یا چندین مصاحبه با آنها استفاده کند (کرسول، ۱۳۹۴: ۸۵). جدول ۱ اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان را نشان می‌دهد.

جدول ۱. اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در پژوهش

مشخصات عمومی	جنسیت	سابقه استفاده از واتساپ
الف. ۲۳ ساله، دانشجو	زن	۴ سال
ب. ۲۴ ساله، دانشجو	زن	۴ سال
ج. ۲۵ ساله، کارمند	مرد	۳ سال
د. ۲۷ ساله، شغل آزاد	زن	۳ سال
ذ. ۲۶ ساله، کارمند	مرد	۳ سال
ر. ۲۹ ساله، خانه‌دار	زن	۴ سال
ز. ۱۹ ساله، دانشجو	زن	۳ سال
و. ۲۸ ساله، کارمند	مرد	۴ سال
ه. ۲۰ ساله، دانشجو	زن	۴ سال
ی. ۲۹ ساله، کارمند	مرد	۴ سال

مراحل تحلیل داده‌ها

در پژوهش کیفی، محقق از قبل نمی‌داند که چه معنایی وجود دارد و تنها از طریق کشف و ورود عمیق و پرمایه به کنش، آن معنا را به طریق علمی آشکار می‌سازد؛ تا دیگران نیز همان معنا را فهم کنند. بنابراین، محقق کیفی با نیت اندازه‌گیری رفتار و کنش وارد میدان تحقیق نمی‌شود، بلکه به دنبال درک معنای پنهان‌شده در رفتار است (ایمان، ۱۳۹۳: ۱۵۳). با این ملاحظه، مراحل تحلیل داده‌ها به‌طور فشرده از این قرار بود:

۱. رعایت الزام‌های فرایند اپوخه (Epoche)، پراترگذاری (Bracketing) در تمام مراحل پژوهش؛
۲. استخراج اظهارات و کدگذاری مهم هر کدام از مشارکت‌کننده‌ها با توجه به پرسش‌های پژوهش؛
۳. افقی‌سازی (Horizontalization) یا اهمیت یکسان دادن به اظهارات مهم و غیرتکراری هر یک از شرکت‌کنندگان؛
۴. این معانی به واحدهای فشرده‌شده معنا (Units of meaning) تقسیم و خوشه‌های معنایی برآمده از آنها، در قالب مضامینی صورت‌بندی شدند.

به این ترتیب، با واحدهای معنا و خوشه‌بندی مضمون‌ها (Clusters of them) الگوهای معنایی ساختارمندی (Structured patterns of meaning) پدید آمد و بر مبنای آنها، برای هر کدام از شرکت‌کنندگان یک توصیف متنی (Textual description) نوشته شد. فرایند بعدی، تغییر تحلیلی (Imaginative variation) (خلاقانه) بود، که در واقع دستکاری عمدی داده‌هاست، تا ساختار تجربه بررسی شود و به یک توصیف ساختاری (Structural description) بیانجامد. (Moustakas, 1994) در پایان این مراحل، واحدهای معنایی و مضمون‌های محوری نهفته در تجربه‌های زیسته مشارکت‌کنندگان آشکار شدند که کمی بعدتر به آن خواهیم پرداخت.

یافته‌ها

یافته‌های پدیدارشناسی توصیفی، محصول توصیف‌های متنی، ساختاری و ترکیبی است. پدیدارشناسی، به طور اساسی معنای تجربه‌های زیسته افراد متعدد از یک مفهوم یا پدیده را توصیف می‌کند و اشتراک‌های مشارکت‌کنندگان در تجربه یک پدیده را مد نظر قرار می‌دهد (کرسول، ۱۳۹۵: ۷۹). یافته‌های این تحقیق، که از ۵۸ اظهار مهم و غیرهمپوشان به دست آمد، ذیل چهار مضمون محوری قابل دسته‌بندی‌اند؛ که این مضامین عبارت از: متصل‌بودگی کارا و مفرح، الزام اجتماعی، رهایی از محدودیت‌های اجتماعی و آثار و پیامدها که در قالب احساسات دوگانه مضمون‌سازی شد. اکنون با استناد به اظهارات مشارکت‌کنندگان، این چهار مضمون محوری را به‌طور فشرده تحلیل می‌کنیم.

معنای قصدهای کاربران

در پدیدارشناسی توصیفی هوسرل، «ساختار اصلی هر تجربه‌ای، روی‌آوردگی [قصدی‌بودن] آن، یعنی روی‌داشتن آن تجربه به چیزی [یک عینی] است» (اسمیت، ۱۳۹۳: ۱۷-۱۱). از نظر هوسرل، به طور اساسی آگاهی انسانی فعالیتی قصدمند (intentionalitive) است، به این معنا که نیت‌ها همواره متوجه ابژه‌ها هستند (لیندلف و تیلور، ۱۳۸۸: ۷۰). در این رویکرد، تجربه زیسته در بیان تجربه‌های آگاهانه به کار می‌رود. این تجربه‌های آگاهانه ویژگی یگانه‌ای دارند: ما آنها را تجربه می‌کنیم، زیست می‌کنیم یا انجام می‌دهیم. (اسمیت، ۱۳۹۱)

برای مشارکت‌کنندگان این پژوهش، روی‌آوردن به واتس‌آپ (محتوای تجربه) نخست عادت روزمره است. افراد تا گوشی‌شان را به دست می‌گیرند، سراغ واتس‌آپ می‌روند. اما روی‌آوردن آنان به این اپ (Application (APP) چگونه است و با آن چه می‌کنند؟ مشارکت‌کننده الف ۲۳ ساله می‌گوید:

راستش واسه من این طوری نیست که مثلاً با هدف خاصی سراغ واتس‌آپ برم. من هر جا که نت باشه و جای مناسبی گیرم بیاد، مثلاً تو خونه، اداره، مهمونی، واتس‌آپ رو باز می‌کنم و خب شروع میشه دیگه! (با لبخند).

بعدش ممکنه فکر کنم کار خاصی ام باهاش داشتم یا نه. پست‌ها رو باز می‌کنم، خوشم بیاد لایک می‌کنم یا به چیزی می‌ذارم دوستانم ببین، کسی آنلاین باشه چت می‌کنیم.

مشارکت‌کننده دیگر می‌گوید:

من بیشتر برای تماس‌هام از واتس‌آپ استفاده می‌کنم، چون تماس تصویری آنلاین داره و همزمان می‌تونیم همدیگر رو ببینیم؛ این خیلی از تماس تلفنی بهتره، از تماس تلگرامی هم بهتره، چون اونجا باید تو بفرستی، بعد اون ببینه، جواب بده، دوباره تو بفرستی؛ به خوبی واتس‌آپ نیست.

مضمون‌های تجارب زیسته کاربران

در رویکرد موستاکاس (۱۹۹۴) که کرسول نیز بر آن تأکید دارد، در پدیدارشناسی توصیفی، باید از مشارکت‌کنندگان دو پرسش کلی و گسترده پرسید: نخست اینکه در باره پدیده مورد نظر چه چیزی تجربه کرده‌اند؛ و دوم اینکه، چه بسترها و شرایطی، عموماً بر تجربه افراد تأثیر گذاشته یا از آن تأثیر پذیرفته‌اند؟ پاسخ مشارکت‌کنندگان به این پرسش‌ها، پژوهشگر را به توصیف‌های "متنی" و "ساختاری" و در نهایت به ارائه یک "توصیفی ترکیبی" می‌رساند (کرسول، ۱۳۹۵: ۸۴-۵). در باب پرسش نخست (توصیف متنی)، در مرحله توصیف و تحلیل داده‌ها به ۲۲ واحد معنایی رسیدیم که پس از حذف تعدادی از اظهارات تکراری، ۱۱ واحد معنایی آشکار شد. این واحدهای معنایی نهفته در تجربه‌های کاربران، ذیل عنوان "متصل‌بودگی کارا و مفرح" قابل تحلیل است.

متصل‌بودگی کارا و مفرح

تجربه‌هایی که مشارکت‌کنندگان ذیل این مضمون روایت کردند، حکایت از آن داشت که واتس‌آپ برای آنها نه تنها یک ارتباط کارآمد برای رفع نیازهای روزمره است، بلکه اساساً خود ارتباطی که با این پیام‌رسان‌ها برقرار می‌شود نیز، مفرح است. لذت از اینکه احساس می‌کنند وسیله‌ای دارند که آنان را خیلی راحت به دیگران متصل می‌کند. علاوه بر این، آنان با واتس‌آپ ارتباطی گرم و صمیمی را تجربه می‌کنند که با ارتباطات تلفنی یا پیامک و غیره، متفاوت است.

شرکت‌کننده‌ای (ذ. ۲۶ ساله) می‌گوید:

از وقتی که واتس‌آپ استفاده می‌کنم، به نظرم هر چی قبل از این بوده اصلاً ارتباط نبوده، مثلاً وقتی با واتس‌آپ حرف می‌زنم یا چیزی می‌فرستم، حس می‌کنم دارم با یکی که نزدیکه حرف می‌زنم، انگار یکی تو به اتاق دیگه‌ست. ولی وقتی تلفن می‌زنم یا مثلاً پیامک می‌دم، حس می‌کنم از طرف مقابلم دورم. تازه به چیز دیگه هم هست، با این اپ‌ها، میشه استیکر فرستاد، میشه چیزی نوشت، عکس و فیلم فرستاد.

مثال دیگری از این تجربه را در گفته‌های شرکت‌کننده دیگری (ر. ۲۹ ساله) می‌توان یافت:

واتس‌آپ واسه من خیلی چیز است؛ می‌خوام مدرکی چیزی بفرستم یا مثلاً پرینتی بگیرم، واتس‌آپ به درد

میخوره، میخوام احوالپرسی کنم با واتس‌آپ می‌کنم؛ اطلاعاتی بدم اطلاعاتی بگیرم به درد می‌خوره. مثلاً خواهر برادرم خیلی از ما دور هستند و خارج هستن، خیلی راحت چت می‌کنیم، عکس و فیلم می‌فرستیم.

مفهوم متصل‌بودگی (connectedness) از ساخته‌های دایک (Jose van Dijck) است. وی معتقد است: «نیاز به متصل‌بودگی همان چیزی است که بسیاری از کاربران را به این سایت‌ها سوق می‌دهد» (دایک، ۱۳۹۶: ۱۵). البته به این نکته دایک و ویژگی چندمنظوره و چندرسانه‌ای بودن این فناوری را نیز باید افزود؛ قابلیت‌هایی که باعث می‌شوند کاربران ضمن برخورداری از ارتباطاتی کارآمد، یک ارتباط مفرح را نیز تجربه کنند.

توصیف شرایط و زمینه‌ها

«در پدیدارشناسی، در همان حال که درباره چگونگی عملکرد پدیدارها تأمل می‌کنیم، به تحلیل شرایط مرتبطی می‌پردازیم که امکان می‌دهند، تجربه‌های ما آنچنان که تحقق می‌یابند، تحقق یابند» (اسمیت، ۱۳۹۳: ۲۶). چنین است که در پدیدارشناسی، توصیف بسترها و شرایط تأثیرگذار بر تجربه زیسته افراد از اساسی‌ترین موضوع‌هاست؛ زیرا با اتکا به تحلیل همین بسترهاست که پژوهشگر می‌تواند به توصیف ساختاری تجربه افراد بپردازد (کرسول، ۱۳۹۴: ۸۳). پس از تحلیل مصاحبه‌ها، درباره بسترها و شرایط تأثیرگذار بر تجارب شرکت‌کنندگان ده واحد معنایی و چهار مضمون فرعی به دست آمد که می‌توان آنها را تحت دو مضمون اصلی «الزام‌های اجتماعی» و «رهایی از محدودیت‌های اجتماعی» توضیح داد.

جدول ۲. واحدهای معنایی و مضمون‌های اصلی تأیید اجتماعی و رهایی از محدودیت‌های اجتماعی

مضمون‌های اصلی	مضمون‌های فرعی	واحدهای معنایی
الزام‌های اجتماعی	هم‌رنگی با جماعت، گریز از طرد شدن	حس مثل همه بودن، تعلق به جمعیت بزرگ واتس‌آپی، پرهیز از انزوا، عقب‌نماندن از دیگران
رهایی از محدودیت‌های اجتماعی	امکان تعامل مخفی دور زدن محدودیت‌ها	سبقت از رسانه‌های اصلی، امکان تعامل‌های مخفیانه، اشتراک‌گذاری علاقه‌ها و افکار غیررسمی

الزام‌های اجتماعی

تجاری که مشارکت‌کنندگان ذیل این مضمون و واحدهای معنایی مرتبط با آن بازگو کردند، نشان می‌دهد که برای آنها استفاده از واتس‌آپ، فقط پاسخ به یکسری نیازهای ارتباطی روزمره نیست،

بلکه نوعی همراهی با جماعت و تعلق به جمعیت بزرگ کاربران این شبکه‌های اجتماعی نیز، هست؛ که آنان را به استفاده از این پیام‌رسان سوق می‌دهد. در تجربه آنان، نداشتن واتساپ یا هر پیام‌رسان دیگر، نشانه عقب‌ماندگی و عیب است. کاربر د. ۲۷ ساله می‌گوید:

از نظر من وقتی واتساپ داری تلگرام داری، انگار تو به جریان بزرگ جمعی شناوری که همه توش هستن.

مشارکت‌کننده و. ۲۸ ساله، درباره این که چگونه نداشتن واتساپ یا تلگرام او را از دیگران دور کرده بود، می‌گوید:

من اول به گوشی قدیمی داشتم، اما دیدم دوستانم، آشناهامون، برادرارم، همه گوشی هوشمند دارن، واتساپ دارن، تلگرام دارن. به وقتایی که با هم بودیم، حس بدی داشتم، انگار تو جمعشون نبودم، هی سرشون تو گوشی بود. به منم فشار می‌آوردن که گوشت رو عوض کن، عیبیه! منم رفتم گوشی جدید خریدم. همون لحظه که گوشی می‌خریدم به فروشنده گفتم واتساپ و تلگرام هم برام نصب کن!

از این فشارهای پیدا و پنهان اجتماعی که بگذریم، زمینه و شرایط دیگری که به نظر می‌رسد با تجربه مشارکت‌کنندگان ما پیوندی وثیق دارد "شیوه عام زندگی" جوانان بزرگسال است. بنا به پژوهش‌های باینر (Bynner, 2001) بخش قابل توجهی از افرادی که در سن جوانان بزرگسال قرار دارند، به نوعی دچار بحران هویت‌اند یا هر دو هویت نوجوانی و بزرگسالی را توأم با هم دارند و یا دائم در بین آن دو در نوسان هستند (کاظمی‌پور، ۱۳۸۸: ۹). از نظر مش و تالمود (Mesch & Talmud, 1393) در دوره نوجوانی و جوانی، وقتی گروهی از دوستان از یک پیام‌رسان فوری یا شبکه اجتماعی خاص استفاده می‌کنند، باعث شهرت آن و در نتیجه انتخاب آن از سوی دیگران می‌شوند. یعنی افراد تحت تأثیر فشارهای پیدا و پنهان همسالان، به احتمال، پیام‌رسان خاصی را انتخاب می‌کنند (مش و تالمود، ۱۳۹۳: ۱۱۵). با این ملاحظه، علاقه‌مندی مشارکت‌کنندگان ما به استفاده از شبکه‌های اجتماعی نظیر واتساپ که تحت تأثیر همسالان و فشارهای آشکار و پنهان اجتماعی صورت می‌گیرد، چندان دور از انتظار نیست. چراکه این نویسندگان اضافه می‌کنند، برخط و کاربر این فناوری نبودن برای این افراد، به معنای جدا افتادن از بیشتر تعاملات اجتماعی روزانه است. (همان)

با عنایت به این مطالب و تجربه‌های شرکت‌کنندگان در پژوهش، چنین به نظر می‌رسد که از جمله شرایطی که کاربران - دست‌کم مشارکت‌کنندگان ما را - به استفاده از واتساپ سوق می‌دهد، از یک‌سو، انتظارات پنهان و آشکار اجتماعی است که در شکل فشارهای همسالان عیان می‌شود، و از سوی دیگر، حس خوشایند شناور بودن در جریان جمعی بزرگی است که حول استفاده از این شبکه‌های اجتماعی شکل گرفته است و همگان در آن شناورند.

رهایی از محدودیت‌های اجتماعی

استفاده از واتساپ، به معنای رهایی از محدودیت‌های اجتماعی، بر نوع دیگری از بسترهای تأثیرگذار بر تجارب شرکت‌کنندگان دلالت دارد. این تجربه، گویای این واقعیت است که افراد با استفاده از واتساپ و دیگر شبکه‌های اجتماعی، فرصت می‌یابند تا سریع‌تر از رسانه‌های اصلی به اخبار و اطلاعات دست یابند.

شرکت‌کننده ج. ۲۵ ساله، که به خیر علاقه زیادی دارد می‌گوید:

با شبکه‌های اجتماعی به کلی اطلاعات و اخبار دسترسی داری، بدون اینکه لازم باشه وقت بذاری و سرچ کنی. من عضو چندتا کانال‌ام، و لحظه‌ای از خبرها مطلع میشم؛ این جور از رادیو و تلویزیون خیلی جلوترم. مدتی پیش، روزنامه‌ای که دوستانم توش کار می‌کردن بسته شد. سریع خبرش به من رسید. این خبر رو رادیو و تلویزیون چند ساعت بعد اعلام کردن.

کاربر دیگر، نقش این شبکه اجتماعی در رهایی از محدودیت‌های اجتماعی را چنین شرح می‌دهد:

می‌دونی که صحبت با جنس مخالف تو فضای واقعی خیلی راحت و بی‌درد نیست، برای همین، با این اپ‌ها خیلی راحت میشه با کسی که دوست داری باهاش رابطه داشته باشی ارتباط بگیری. تازه کسی هم متوجه نمی‌شه چی کار می‌کنی یا با کی حرف می‌زنی. تازه اگه دلم بخواد فوری یه کلیپر چت می‌زنم، یا دلیت چت می‌زنم پاک میشه می‌ره. من مثلاً حتی تو مهمونی هم که همه نشستن، با دوستم حرف می‌زنم و کسی متوجه نمیشه تو داری با کی حرف می‌زنی، چی میگی، چی میفرستی، چی میگیری!

چنین به نظر می‌رسد "الزام‌های گوناگون اجتماعی" یکی از بسترها و شرایطی است که بر استفاده از واتساپ و دیگر شبکه‌های اجتماعی، در بین شرکت‌کنندگان ما تأثیر می‌گذارد. این الزام‌های پیدا و پنهان، کاربر را در موقعیتی قرار می‌دهد که برای جدا نیافتادن از دیگران چاره‌ای جز استفاده از این شبکه‌ها ندارد. بستر دیگر، چنانکه پیش‌تر اشاره شد، می‌تواند ناشی از ویژگی‌های عام زندگی جوانان بزرگسال باشد، و مورد سوم، امکانات مختلفی است که در این فناوری‌های ارتباطی تعبیه شده و کاربران را قادر می‌سازد به شیوه‌های مختلف برخی محدودیت‌های اجتماعی موجود را، در جوامعی مانند ما، به‌آسانی نادیده بگیرند و آنها را دور بزنند.

پیامدهای استفاده از واتساپ

درخصوص پیامدهای استفاده از واتساپ و ارزیابی کلی‌ای که شرکت‌کنندگان نسبت به استفاده خود از این پیام‌رسان دارند ۲۱ واحد معنایی به دست آمد، که پس از حذف اظهارات تکراری، سیزده واحد معنایی آشکار شد. از این واحدهای معنایی، هشت واحد به بیان احساسات مثبت و

شش واحد معنایی به بیان احساسات و تجربه‌های منفی اختصاص یافت. با تحلیل بیشتر این تجارب، دو مضمون فرعی احساسات مثبت و احساسات منفی به دست آمد که تحت مضمون اصلی احساسات دوگانه قابل توصیف و تحلیل اند.

جدول ۳. واحدهای معنایی و مضمون‌های فرعی و اصلی احساسات دوگانه

مضمون اصلی	مضمون‌های فرعی	واحدهای معنایی فشرده شده
احساسات دوگانه	احساس مثبت نسبت به پیامدهای واتس‌آپ	تقویت خودابرازی، استقلال از رسانه‌های اصلی، پر کردن تنهایی، تولید روابط جدید، تقویت روابط پیشین، انجام راحت کارهای روزانه آنه، وقت‌گذرانی، دسترسی به کانال‌ها و گروه‌ها.
	احساس‌های منفی نسبت به پیامدهای واتس‌آپ	نگرانی از وابسته شدن به واتس‌آپ، به هم خوردن نظم ساعت‌های خواب و بیداری، اتلاف وقت، بروز صمیمت‌های بی‌مورد. دور شدن از سرگرمی‌های مفید، ارسال مطلب به جای احوالپرسی.

احساس‌های مثبت نسبت به پیامدها

واحدهای معنایی منعکس شده در بخش نخست جدول ۳، نشان‌دهنده احساسات مثبت مشارکت‌کنندگان نسبت به پیامدهای استفاده از واتس‌آپ است. شرکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها گفتند با واتس‌آپ سرگرم می‌شوند، تنهایی‌شان پر می‌شود، روابطشان گسترش یافته و کارهای روزانه را آسان‌تر انجام می‌دهند. واتس‌آپ و دیگر شبکه‌های اجتماعی همچنین به آنان جسارت "خودابرازی" (Assertiveness) داده و از این بابت احساس خوبی دارند. خودابرازی در حقیقت توانایی بیان صریح نظرها و افکار و احساسات است و اینکه فرد احساس می‌کند عقاید، ارزش‌ها و احساس‌های او نیز به اندازه دیگران مهم است. (سموعی، طیبانی و سهرابی، ۱۳۹۳: ۳) (مش و تالمود، ۱۳۹۳: ۲۱)

تجارب زیسته شرکت‌کنندگان نشان می‌دهد که این خودابرازی، بیشتر در سه شکل ظاهر می‌شود: ۱. گفت‌وگوهای روزمره واتس‌آپی؛ ۲. در محتوایی که به اشتراک می‌گذارند و تصاویر پروفایل‌های‌شان؛ ۳. در راه‌اندازی کانال‌هایی که اجازه می‌دهد ایده‌ها و علایق‌شان را به اشتراک بگذارند.

شرکت‌کننده ۲۶ ساله که یک خانم است می‌گوید:

پیش از این، حرف‌زدن با آدم‌ها به‌خصوص با جنس مخالف، اونم رو در رو واقعاً برام سخت بود، اما با این اپ‌ها خیلی بهتر شدم، منظورم فقط حرف‌زدن با جنس مخالف نیست، بلکه حتا با نزدیکان هم هست. خیلی وقتا خواهرام به من می‌گن با واتس‌آپ زبون پیدا کردی، جواب میدی...! خداییش راست می‌گن، الان اگه

کسی چیزی به من بگه یا مثلاً تو واتساپ یا تلگرام چیزی بگه یا چیزی برام بفرسته که من خوشم نیاد کوتاه نمی‌آم و راحت جوابش رو می‌دم.

مشارکت‌کننده دیگری (۲۳ ساله) احساسش را چنین بازگو می‌کند:

یکی از چیزایی که این اپ‌ها واسه من داشتن پروفایل شونه. جداً حس خوبیه، به آدم جسارت می‌ده چیزهای که دوست‌داره، بدون نگرانی از اینکه دیگران ممکنه چی بگن، در معرض دید بقیه بذاره و لذت ببره.

احساس‌های منفی نسبت به پیامدها

هرچند بر اساس تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان، استفاده از پیام‌رسان‌هایی مانند واتساپ یا تلگرام احساسات خوبی در آنان برمی‌انگیزد، اما این احساس خوشایند و خوب، خالی از احساسات منفی و بد نیست. تجربه‌های مختلفی در به وجود آوردن این احساسات منفی دخیل بوده‌اند که هفت واحد معنایی در جدول ۳، تبلور آن هستند.

بنا به تجارب شرکت‌کنندگان، یکی از پیامدهای منفی مهم استفاده از واتساپ یا هر شبکه اجتماعی دیگر، "وابسته شدن" به آن است. مشارکت‌کننده‌ای (۲۴ ساله) می‌گوید:

من خیلی وقتا احساس می‌کنم به این اپ‌ها وابسته شدم و این واقعاً نگرانم می‌کنه. کاریش هم نمی‌تونم بکنم، به جورایی زندگی‌م رو عوض کرده. واقعاً روزم بدون واتساپ یا اپ‌های دیگه شب نمیشه، باور می‌کنین بدون اون کسل می‌شم، نتم تمام میشه کلافه می‌شم و نمی‌دونم باید چکار کنم، حوصله‌ام سر میره، انگار به چیزی گم کردم؟!

به هم خوردن نظم ساعت خواب و بیداری، اتلاف وقت، بروز صمیمیت‌های بی‌مورد، دور شدن از سرگرمی‌های مفید و ناخرسندی از ارسال مطلب به جای احوالپرسی از دیگر پیامدهایی بود که کاربران با احساسی منفی از آن تجربه‌ها یاد می‌کردند. یکی از پیامدهای منفی مهمی که بسیار مورد توجه شرکت‌کنندگان بود، بروز صمیمیت‌های بی‌مورد در تعاملات واتساپی و دیگر شبکه‌های اجتماعی است. خانم ی. ۲۹ ساله تجربه‌اش را چنین شرح می‌دهد:

من با دوستانم رفتیم خرید، فروشنده جنسی که می‌خواستم نداشت. به من گفت شماره‌تون رو بدین هر وقت جنس اومد زنگ می‌زنم این همه راه نیایید. من هم شماره‌ام رو دادم، ولی بعد دیدم تو واتساپ با من صمیمی شده و منو "تو" خطاب می‌کنه و میگه چطوری! واقعاً نمی‌دونم چی میشه که آدم‌ها این‌طوری میشن، انگار این وسیله به آدم اجازه می‌ده با همه صمیمی بشه، پر رو بشه! یکاش اینارو نداشت.

کاربران دیگری مانند الف. ۲۳ ساله، ذ. ۲۶ ساله بیان کردند:

وقتی واتس‌اپ یا بقیه اپ‌ها نبودن، برای خودم بیشتر وقت می‌داشتم، کتاب می‌خوندم، کوه می‌رفتم، به این و اون سر می‌زدم، اما الان اصلاً وقت نمی‌کنم و همه‌ش سرم یا تو واتس‌اپ‌ه، یا تو تلگرام یا تو اینستا؛ وسیله خوبی‌ها، ولی خب، بدی‌هایی هم داره.

به نظر می‌رسد تولید و مصرف مجازی در این شبکه‌ها، با کاستن از تولید و مصرف فرهنگی غیرمجازی مانند مطالعه کتاب، تماشای فیلم و تئاتر و حتی فعالیت‌های هنری همراه می‌شود و سبک زندگی فرهنگی کاربران را به‌طور مستقیم تحت تأثیر قرار می‌دهد (فاضلی، ۱۳۸۶؛ نقل از ذکایی، ۱۳۹۵). یکی از کاربران می‌گوید: چند روز پیش، تو تاکسی نشسته بودم و سرم تو واتس‌اپ بود، اصلاً نفهمیدم کسی که کنارم نشسته هم‌کلاسی‌مه! اصلاً نفهمیدم تاکسی از کجا رفت، کی رسید! میدونی، این اپ‌ها هم خوبن هم بد. خیلی جاها واقعاً کمک می‌کنه، ولی خب بدی‌هایی هم داره.

احساس‌های دوگانه

درباره آثار و پیامدهای استفاده از واتس‌اپ و دیگر شبکه‌های اجتماعی در تجربه و احساس مشارکت‌کنندگان، چیزی که در مصاحبه‌ها بارها با آن روبه‌رو شدیم، سطوحی از احساسات مثبت و منفی بود که آنها را ذیل مضمون احساسات دوگانه قرار دادیم. احساساتی که دامنه آن از خشنودی تا ناخشنودی در نوسان است. رضایت‌مندی آنان از واتس‌اپ و دیگر پیام‌رسان‌ها، همان‌طور که ملاحظه شد، در تقویت خودابرازی، رهایی از انواع محدودیت‌های اجتماعی و رفع نیازها و تعاملات روزمره و مانند اینهاست، اما همین رضایت‌مندی، هنگامی که با نگرانی از وابسته شدن به تلگرام، دل‌زدگی از بروز صمیمیت‌های بی‌مورد همراه می‌شود؛ احساسات ناخوشایندی پدید می‌آورد که کاربران را در استفاده از این فناوری، تا حدودی دچار تردید می‌سازد. این دوگانگی احساسات، بار دیگر ذات متناقض‌نمای فناوری را آشکار می‌سازد. ذات متناقض‌نما به این معنی که:

ما از یک‌طرف شیوه بودن خود را از طریق درهم‌تنیدگی نسبتاً فراگیر با [این فناوری‌ها] ممکن می‌سازیم و از راه‌های مقرون‌به‌صرفه‌ای که این فناوری‌ها برای حل مسائل‌مان در اختیار ما قرار داده‌اند سود می‌بریم [و از طرف دیگر] در فکر این هستیم که این فناوری‌ها به چه شیوه‌ای در حال تغییردادن یا متحول‌ساختن حوزه‌های گوناگون زندگی ما هستند. (اینترونا، ۱۳۹۵: ۱۴)

و چگونه ما را به خود وابسته می‌سازند. به نظر می‌رسد که این همان نقطه‌ای است که همه ما را متوجه این نکته می‌سازد که کنترل و استفاده هوشمندانه از این فناوری‌های جدید ارتباطی، تا چه اندازه مهم است و هرگونه استفاده باری به هرجهت از این فناوری سودمند، چقدر می‌تواند ناخوشایند و آزاردهنده باشد.

نتیجه‌گیری و بحث

در پژوهش حاضر، ما فرصت یافتیم تا با اتخاذ روش پدیدارشناسی توصیفی، به تجربه‌های زیسته مشارکت‌کنندگان در استفاده از واتس‌آپ نزدیک شویم. نتایج تحقیق محصول مصاحبه با ده جوان بزرگسالی است که بین ۱۸ تا ۲۹ سال سن داشتند. هدف این بود بدانیم آنچه که این کاربران مقیم شهر تهران، در استفاده از واتس‌آپ تجربه می‌کنند چیست و چه بسترها و شرایطی بر تجربه آنان تأثیرگذاراند. دیگر اینکه مشارکت‌کنندگان ما، نسبت به پیامدهای استفاده از این پیام‌رسان چه ارزیابی‌ای دارند. مطالعه تجارب شرکت‌کنندگان نشان داد که استفاده از واتس‌آپ برای آنان، یعنی همراه شدن با شیوه جدیدی از ارتباط، ارتباطی که همزمان هم کاراست و هم مفرح؛ چراکه اساساً به نظر می‌رسد خود متصل‌بودگی جالب و مفرح و ارزشمند است.

درباره پرسش دوم، یعنی واکاوی بسترها و شرایط تأثیرگذار بر تجربه مشارکت‌کنندگان، توصیف‌های ما روشن ساخت، صرف‌نظر از فراگیربودن استفاده از واتس‌آپ، مهم‌ترین بسترهای تأثیرگذار بر تجربه کاربران را در چهار چیز می‌توان خلاصه کرد:

۱. استفاده از واتس‌آپ و دیگر شبکه‌های اجتماعی از جمله جنبه‌های رایج زندگی روزمره امروزاند؛ به طوری که برای افراد غیرممکن است استفاده از این شبکه‌های اجتماعی را کاملاً متوقف کنند. (شلدون، ۲۰۱۵؛ نقل از حسنی و کلانتری، ۱۳۹۶: ۳۳)

۲. از ویژگی‌های عام زندگی جوانان بزرگسال، این است که آنها در پی تجربه سبک‌های گوناگون زندگی از جمله زندگی با این‌ها هستند.

۳. محدودیت‌ها و هنجارهای اجتماعی جامعه ما از دیگر مواردی است که باید در تجزیه زیسته آنها مورد توجه قرار گیرد.

۴. مورد چهارم، به خصوصیات فناورانه حاکم بر این پیام‌رسان‌ها برمی‌گردد.

در مورد نخست، یافته‌ها نشان داد، استفاده از واتس‌آپ، جزئی از ضرورت‌های زندگی و تعامل‌های امروز است، در مورد دوم، باید از خصوصیات سنی و نسلی جوانان بزرگسال سخن گفت، که در آن فشار همسالان، هم‌نگرش‌خواهی و همچنین عمومیت استفاده از واتس‌آپ در بین این گروه سنی، در تمایل شدید آنان به استفاده از این فناوری، بسیار تأثیر دارند. موضوع سوم، به‌طور خلاصه بیانگر محدودیت‌هایی است که در جوامعی مثل ما برای تعامل و گفت‌وگو با جنس مخالف در محیط‌های واقعی وجود دارد. در یک‌چنین محیط و بستر اجتماعی، این فناوری، وسیله مناسبی برای رهایی از این محدودیت‌هاست. درباره مورد چهارم، باید بر امکانات فنی پیام‌رسان‌های فوری متمرکز شد. چراکه پیام‌رسان‌های فوری، به عنوان نمونه‌ای از فناوری‌های ارتباطات شخصی (personal communication Technologies) این قابلیت را دارند که افراد حتی در فضاهای عمومی نیز، بتوانند به دور از کنترل‌های اجتماعی رسمی و غیررسمی، با دیگرانی تعامل و گفت‌وگو کنند که در فضای واقعی، امکان آن برای‌شان دشوار است.

واکاوی تجارب شرکت‌کنندگان در این پژوهش، حکایت از آن دارد که در زیست‌جهان آنان، استفاده هر روزه از واتساپ و دیگر شبکه‌های اجتماعی، با احساساتی دوگانه همراه است؛ که این امر بار دیگر مسئله کنترل فناوری را مطرح می‌سازد. البته مراد از کنترل در اینجا، نه اعمال محدودیت‌ها و فشارهای رسمی بر کاربران، بلکه ناظر بر توجه به سواد رسانه‌های اجتماعی و گونه‌ای خود - توانمندسازی است که به ما کمک می‌کند تا در زیست‌جهان پرسانه امروز، رابطه خود با این رسانه‌ها را مدیریت کنیم. هرچند به گفته بری ریچاردز (B, Richards): «اساساً گرایش ما انسان‌ها این است که چیزها یا کاملاً مفید باشند و یا کاملاً زیان‌آور، و نه آمیزه مؤثری از هر دو این جوانب.» (ریچاردز، ۱۳۹۰: ۷۴)

از مرور یادداشت‌ها و تأمل بر آنچه در داده‌ها و یادداشت‌های تحلیلی بارها پدیدار می‌شد، چنین به نظر می‌رسد که برای کاربران ما تجربه زیسته استفاده از واتساپ، بیش از هر چیز لذت یک ارتباط کارا و مفرح است. ارتباطات جدیدی که در ضمن، یک ضرورت و الزام اجتماعی است نه یک انتخاب. پیامدهای خوشایند واتساپ برای آنان شامل: تقویت خودابرازی، استقلال از رسانه‌های اصلی، پر کردن تنهایی، تقویت و بسط روابط، انجام راحت کارهای روزانه، محیط وقت‌گذرانی و رفع ملال، دسترسی به کانال‌ها و گروه‌های محدود مورد علاقه‌شان بودند. پیامدهای ناخوشایند واتساپ نیز عبارت بودند از: نگرانی از وابسته شدن، بروز صمیمت‌های بی‌مورد، دور شدن از فراغت‌های مفید دیگر.

تأمل در معنا و تصویری که شرکت‌کنندگان از پیام‌رسان واتساپ در اینجا ارائه دادند، با تصویری که از این پیام‌رسان در جامعه ترسیم می‌شود، تا اندازه‌ای تفاوت دارد. زیرا در بیشتر پژوهش‌هایی که در این سال‌ها انجام شده‌اند، چنین گزارش شده که استفاده از واتساپ و دیگر شبکه‌های اجتماعی، چیزی جز تأثیرهای مخرب بر حریم خصوصی و کاهش اعتماد در روابط اجتماعی ندارد، نجفی و برومند (۱۳۶۵) و فرامرزیانی، هاشمی و فرهنگی (۱۳۹۵) بیان کرده‌اند، پیام‌رسان‌هایی مانند واتساپ و تلگرام باعث فردگرایی، کاهش عواطف بین خانواده و عدم احساس مسئولیت اجتماعی، کاهش گرایش نسل‌های جوان و میان‌سال به ارزش‌های اجتماعی جامعه ایران شده است. با این همه، منظور از نقد این نتایج، به این معنی نیست که نتایج به دست آمده از این پژوهش‌ها و تأکیدی که بر تأثیر منفی این پیام‌رسان داشته‌اند یکسره کم‌اهمیت است، بلکه سخن این است که برای کسب بینش‌های بیشتر درباره رابطه کاربران با این رسانه‌ها و اینکه چگونه این رسانه‌ها را تجربه می‌کنند، می‌شود - همان‌گونه که مک‌کوایل نیز بر این موضوع تأکید دارد - از رویکرد سنتی و نه چندان نتیجه بخش «تأثیرات رسانه‌ها» فاصله گرفت و به رویکردها و روش‌هایی روی آورد که شیوه‌های جدیدی از مفهوم‌پردازی و تفسیر ماهیت درهم‌تنیده ما با این فناوری‌ها را در اختیارمان بگذارند، رویکردهایی که به این حقیقت تأکید می‌کنند که در بررسی فناوری، باید به این نکته نیز پردازیم که آنها چگونه ما را آشکار می‌سازند. (دریفوس، ۱۹۹۲؛ نقل از ایترونا، ۱۳۹۵: ۳۹)

احساس‌های دوگانه کاربران نسبت به آثار و پیامدهای استفاده از واتس‌اپ، گویای این مطلب است که در مواجهه با این پیام‌رسان، اگرچه مشارکت‌کنندگان ما احساساتی متناقض را تجربه می‌کنند، اما دامنه این احساسات از خشنودی تا ناخشنودی و از تصدیق تا طرد در نوسان است. بنابراین، به‌آسانی نمی‌توان یک حکم قطعی صادر کرد و گفت که احساسات آنان نسبت به این فناوری‌های ارتباطی مثبت یا منفی است و شکل‌های دیگری وجود ندارد. معنای این حرف این است که اگرچه کاربران تأثیرهای سوء استفاده از این شبکه‌های اجتماعی را نادیده نمی‌گیرند، ولی این به این معنی نیست که از فرصت‌های گوناگونی که این پیام‌رسان در اختیارشان قرار داده چشم‌پوشند و آنها را پنهان کنند. بنابراین، هرچند احساس مشارکت‌کنندگان ما نسبت به پیامدهای استفاده از واتس‌اپ، جملگی شورمندانه و مثبت نبود، اما به‌تمامی منفی هم نبود؛ به طوری که برای نمونه، معنای استفاده از واتس‌اپ برای آنان به‌هیچ‌وجه به معنی تأثیرهای مخربی چون زدودن عواطف خانوادگی، گسترش عدم مسئولیت اجتماعی و غیره - آن‌طور که در بیشتر پژوهش‌های پیش‌گزارش شده است - نبود.

نتایجی از این دست، بار دیگر این موضوع را یادآور می‌شود که در مطالعه رسانه‌های جدید از جمله واتس‌اپ، در کشورهایی مانند ما که بیشتر فقط مصرف‌کننده فناوری هستیم، به جای تأکید دائم بر رویکردهای ناظر بر جبر فناوریانه و کارکردهای رسانه‌ها که رابطه رسانه‌ها با ما را تنها از نگاه پژوهشگر - در مقام مشاهده‌گر بیرونی - بررسی می‌کند؛ لازم است رویکردهای تلفیقی و دقیق‌تری نظیر بساخت‌گرایی اجتماعی فناوری و یا به‌ویژه پدیدارشناسی را به کار بگیریم. این رویکردها به ما اجازه می‌دهند در سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای کشور، که بیشتر مبتنی بر یافته‌های پژوهش‌های متأثر از "تأثیرات رسانه‌ها" هستند، رویکردی واقع‌بینانه‌تر اتخاذ کنیم و به همان اندازه که نسبت به تأثیرهای این شبکه‌های اجتماعی حساس و نگران هستیم به تجربه زیسته خود کاربران این فناوری‌ها نیز، حساس و آگاه باشیم. چراکه به‌هر حال، شواهد روزمره و نظرسنجی‌ها نشان می‌دهند ما با جامعه‌ای روبه‌رو هستیم که این فناوری‌های جدید ارتباطی را پذیرفته و با آن سازگار شده است.

پژوهش‌های کیفی همواره با چالش‌ها و محدودیت‌هایی روبه‌رو هستند که این ملاحظه در مورد این پژوهش نیز صادق است. مطالعه پیش‌رو، در جریان گردآوری داده‌ها، با محدودیت‌هایی مانند موافقت‌نکردن مشارکت‌کنندگان برای مصاحبه‌های مکرر، روبه‌رو بود. مشکل دیگر، لزوم توجه به ملاحظات اخلاقی بود که به پژوهشگر اجازه نمی‌داد جزئیات تجربه‌های شخصی و خصوصی اطلاع‌رسانان شود. و نکته آخر اینکه، اگرچه برای مطالعه رسانه‌های جدید، روش پدیدارشناسی روشی مناسب است و پژوهشگرانی در سراسر دنیا از این روش برای مطالعه فناوری‌های جدید ارتباطی استفاده کرده‌اند، اما برای دستیابی به داده‌هایی گویاتر و ترسیم تصویری بزرگ‌تر از این‌گونه موضوع‌های پیچیده، روش‌های آمیخته، حتماً سودمندتر از یک مطالعه تک‌روشی خواهد بود.

پی‌نوشت

۱. البته پس از فیلترشدن تلگرام، بخش زیادی از کاربران ایرانی به پیام‌رسان‌های داخلی و به‌ویژه به واتس‌آپ و اینستاگرام کوچ کردند.

منابع

- استراوس، انسلم و جولیت کوربین (۱۳۹۱)، مبانی پژوهش کیفی، ترجمه ابراهیم افشار، نشر نی، تهران.
- اسمیت، دیوید وودراف (۱۳۹۳)، هوسرل، ترجمه سید محمدتقی شاکری، انتشارات روزبهان، تهران.
- اسمیت، دیوید وودراف (۱۳۹۱)، پدیدارشناسی، ترجمه مسعودعلیا، انتشارات ققنوس، تهران.
- ایمان، محمدتقی (۱۳۹۳)، روش‌شناسی تحقیقات کیفی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، تهران.
- ایترونا، لوکاس (۱۳۹۵)، رویکردهای پدیدارشناسانه به اخلاق و تکنولوژی اطلاعات، ترجمه ابوالفضل توکلی شاندیز، انتشارات ققنوس، تهران.
- حسینی، حسین و عبدالحسین کلانتری (۱۳۹۶)، "تحلیل پدیدارشناختی تجربه زیسته کاربران شبکه اجتماعی تصویری اینستاگرام"، فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره پنجم، شماره ۴۰.
- دایک، یوزمن (۱۳۹۶)، فرهنگ اتصال، ترجمه حسین حسینی، شرکت انتشارات سوره مهر، تهران.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۹۶)، "شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان: فراتحلیل پژوهش‌های پیشین" فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال ششم، شماره بیست و دوم.
- ذوالقدر، حسین، مرتضی قاسم‌زاده عراقی (۱۳۹۴)، "بررسی انگیزه‌های کاربران در استفاده از رسانه‌های اجتماعی"، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال بیستم، شماره ۳.
- ریچاردز، بری (۱۳۸۱)، "جامعه بزرگ اتومبیل"، ترجمه حسین پاینده، فصلنامه ارغون، شماره ۲۰.
- سموعی، راحله؛ طیبه طیبانی، آیت‌اله سهرابی و امراه ابراهیمی (۱۳۹۳)، "ساخت و بررسی کیفیت روان‌سنجی پرسشنامه خودابرازی دانشجویان"، فصلنامه تحقیقات علوم فناوری، شماره پیاپی ۳۶.
- عزیزمحمدی، سمین (۱۳۹۶)، "تلگرام به روایت آمار در سه ماه گذشته"، رونامه دنیای اقتصاد، شماره ۴۲۰۷.
- فرامرزیانی، سعید، شهناز هاشمی و علی‌اکبر فرهنگی (۱۳۹۵)، "نقش استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر ارزش‌های اجتماعی"، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال بیست و سوم، شماره ۳.
- قلی‌زاده، آذر و عباس زمانی (۱۳۹۶)، "مطالعه کیفی چالش‌های شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در زندگی کاربران"، فصلنامه رسانه، سال بیست‌وهشتم، شماره ۱۰۶.
- کاظمی‌پور، عبدالمحمد (۱۳۸۸)، نسل ایکس، بررسی جامعه‌شناختی نسل جوان ایران، نشر نی، تهران.
- کرسول، جان (۱۳۹۴)، پویش کیفی و طرح پژوهش، ترجمه حسن دانایی‌فرد و حسین کاظمی، انتشارات صفار، تهران.
- کرسول، جان (۱۳۹۵)، طرح پژوهش، رویکردهای کمی و کیفی و ترکیبی، ترجمه علیرضا کیامنش و مریم دانای طوس، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد علامه طباطبایی، تهران.
- کیان، مریم و زهره قلی‌پور (۱۳۹۵)، "آثار تربیتی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر هویت ملی و دینی دانشجویان"، فصلنامه رسانه، سال بیست‌وهشتم، شماره ۳.

گیدنز، آنتونی و فیلیپ ساتن (۱۳۹۶)، جامعه‌شناسی، ترجمه هوشنگ نایی، نشر نی، تهران.

لیندلف، تامس و برایان تیلور (۱۳۸۸)، روش‌های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات، عبدالله گیویان، انتشارات روزنامه همشهری، تهران.

محمدپور، احمد (۱۳۸۹)، ضد روش، جامعه‌شناسان، تهران.

مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) (۱۳۹۵)، نتایج نظرسنجی ایسپا، روزنامه دنیای اقتصاد، شماره ۴۰۰۴.

مش، گوستاو اس و ایلان تالمود (۱۳۹۳)، نوجوان دیجیتال، ترجمه اسماعیل سعدی‌پور، انتشارات رشد، تهران.

نجفی، یوسف و لیلیا برومند (۱۳۹۵)، "رابطه تلگرام با بروز فردگرایی در خانواده"، ماهنامه مدیریت رسانه، سال چهارم، شماره ۲۵.

Dan Bouhnik and mor Deshen (2014), "whats App Goes to school: Mobile Instant Messaging between teachers and students", Retrieved from: <http://www.jiti.org/documents/vol113/jttev>.

Hennink, Hutter & Bailey, Ajay (2011), *Qualitative Research Methods, first published*, SAGE publication Ltd.

LIN, Si (2012), "Instant messaging on Interpersonal Relationship: How it brings intimacy and negative feelings?", Master of science in New Media, The Chinese university of Hong Kong, Retrieved Aug, 2016.

Mouštakas, C. (1994), Phenomenological research method, Retrieved Jan, 2018, From: <http://www.psyking.net/HTMLobj>

Patton, Michael Quinn. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods*, sage publication.

Rouse, M. (2003), Learn IT: "Instant Messaging in the Workplace", Retrieved Sep, 2017, From: http://searchunifiedcommunications.techtarget.com/definition/Learn_IT_Instant_Messaging_in_the_Workplace.

Schie, Gewin Van. (2017), "Moral Mediation in Mobile Instant Messaging Apps". *Master Thesis New Media and Digital Culture*, Retrieved Jul, 2016.

Susanka, Tomas. (2017), "Security Analysis of the Telegram IM". Master thesis, University in Prague, Retrieved Jul, 2016, from: http://www.susanka.eu/files/master_thesis.