

واکاوای فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه اجتماعی اینستاگرام

(مطالعه موردی دانشجویان دختر دانشگاه فرهنگیان البرز)^۱

محمود محمدی^۲

چکیده

روایت‌های دانشجویان از حضور در شبکه اجتماعی اینستاگرام کدگذاری و مقوله‌بندی شدند. ۱۱ مقوله از کدگذاری روایت‌ها، استخراج شدند. مقولات استخراج شده در دو مضمون اصلی فرصت‌ها و تهدیدها طبقه‌بندی شدند. در مضمون فرصت‌ها دانشجویان به مقولاتی همچون سرگرم‌کننده، برقراری ارتباطات، مهارت‌آموزی، اطلاع‌رسانی و فعالیت‌های اقتصادی اشاره داشتند. در ذیل مضمون تهدیدها دانشجویان به مقولاتی همچون عوارض روحی و روانی، هدر دادن وقت، عمومی شدن اطلاعات شخصی، اطلاعات نامناسب و غلط، خودنمایی و الگوسازی نامناسب اشاره داشتند. باتوجه‌به فرصت‌ها و تهدیدهایی که دانشجویان دختر در شبکه‌های اجتماعی با آن مواجه هستند لزوم آموزش سواد رسانه‌ای در برنامه درسی دانشجویان دوره کارشناسی اجتناب‌ناپذیر و ضروری است.

واژگان کلیدی: دانشگاه فرهنگیان، اینستاگرام، تجربه زیسته، پدیدارشناسی.

این مقاله به بررسی تجربیات زیسته دانشجویان دختر دانشگاه فرهنگیان از حضور در شبکه اجتماعی اینستاگرام می‌پردازد. بررسی تجربیات زیسته دانشجویان دختر دانشگاه فرهنگیان از شبکه اجتماعی اینستاگرام به دلیل نقش آموزشی و جامعه‌پذیری آنها در نظام تعلیم و تربیت می‌تواند از اهمیت زیادی برخوردار باشد. روش پژوهش کیفی و از نوع پدیدارشناسی است. نمونه‌های پژوهش بر اساس نمونه‌گیری هدفمند از ۱۵ دانشجوی دختر این دانشگاه انتخاب شدند. نمونه‌ها از دانشجویانی انتخاب شدند که برای مدتی (حداقل یک ماه) در شبکه اجتماعی اینستاگرام حضور داشتند. تعداد نمونه‌ها بر اساس اصل اشباع نظری تعیین شدند. روش جمع‌آوری داده‌ها، روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته است. مصاحبه با هر کدام از نمونه‌ها در حدود ۲۰ تا ۳۰ دقیقه انجام شد. روش تحلیل داده‌ها، روش تحلیل مضمون است. پس از جمع‌آوری داده‌ها،

تأیید نهایی: ۱۴۰۱/۰۱/۲۳

۱- تاریخ وصول: ۱۴۰۰/۰۹/۲۹

۲- استادیار گروه علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه فرهنگیان

مقدمه و بیان مسئله

برخی از متفکران اجتماعی و ارتباطی از جهان معاصر به‌عنوان عصر ارتباطات و دهکده جهانی (McLuhan، ۱۹۶۴) عصر اطلاعات (Taffler، ۱۹۸۰) و جامعه شبکه‌ای (Castells، ۱۹۹۷) سخن به میان می‌آورند. در دوران معاصر، رسانه‌های اجتماعی در فضای مجازی نقش غیرقابل‌انکاری در تولید و عرضه اطلاعات بازی می‌کند. امروزه نفوذ و گسترش فضای مجازی و دسترسی به اطلاعات و تسهیل ارتباطات در زندگی روزمره سراسر مردم جهان باعث شده که عده‌ای از متفکران اجتماعی از جهانی به‌عنوان جهان مجازی یاد کنند (عاملی، ۱۳۸۲، ص ۱۴۵).

امروزه مالکان و صاحبان شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی همچون فیس‌بوک، توئیتر و اینستاگرام و اخیراً کلاب‌هاوس نقش مهمی را در تولید و معنادار ساختن آنچه در جهان اقتصادی، اجتماعی و سیاسی می‌گذرد، دارند. در جهان معاصر باید این سخن کارل مارکس که "باورهای حاکم، حاصل باورهای طبقه حاکم است" (Marks and Engles، ۱۹۹۸) را این‌چنین بیان داشت که باورهای حاکم تا حدود زیادی به‌صورت انبوه در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی ساخته و پرداخته شده و توزیع می‌شوند. برخی از متفکران اجتماعی همچون برنلی^۱ معتقدند شبکه‌های اجتماعی همچون اینستاگرام با یکسان‌سازی علایق، سلیق و اندیشه‌ها، نگرش‌های مسلط در این فضا را به کاربرانشان انتقال می‌دهند (به نقل از عباسی و جعفری، ۱۳۹۹، ص ۳۴). بدین ترتیب می‌توان گفت یکی از عوامل اصلی تأثیرگذار بر جوامع امروزی فعالیت شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی هستند (۲۰۰۹، Castells).

شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی بیش‌ازپیش در حال گسترش هستند و تمامی افرادی که به تلفن همراه هوشمند دسترسی دارند می‌توانند وارد فضای مجازی شوند و عضو یکی از این شبکه‌های اجتماعی شده و به‌اشتراک‌گذاری محتوا و تعامل با دیگر افراد بپردازند. به‌طوری که شلدون^۲ معتقد است به دلیل نوع جامعه‌ای که ما در آن زندگی می‌کنیم تقریباً برای افراد غیرممکن است که به طور کامل استفاده از

1. Brenli

2. Sheldon

شبکه‌های اجتماعی را متوقف کنند و می‌توان بیان داشت که بسیاری از افراد به شبکه‌های اجتماعی اعتیاد دارند (Sheldon, ۲۰۱۵).

در جامعه ایران نیز طی سه دهه اخیر حضور در فضای مجازی و عضویت در شبکه‌های اجتماعی رشد زیادی داشته و با گسترش ابزارهای ارتباطی همچون تلفن همراه خیلی سریع وارد زندگی روزمره مردم شده است. بر اساس نظرسنجی مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران از هر ۱۰۰ مرد ایرانی ۵۵ نفر و از هر ۱۰۰ زن ایرانی ۵۱ نفر در شبکه‌های اجتماعی عضویت دارند و در مجموع ۵۳ درصد از مردم ایران حداقل در یکی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه عضو هستند (وفایی، ۱۳۹۵).

از میان پلتفرم‌های مختلف شبکه‌های اجتماعی، شبکه تصویری اینستاگرام موفقیت بیشتری کسب کرده و توانسته است کاربران یا به اصطلاح دنبال‌کنندگان بسیاری را به خود جلب کند. رشد روزافزون اینستاگرام که در اصل مبتنی بر ارسال و به اشتراک‌گذاری تصویر بدون توضیحات متنی است، نشانه افزایش جذابیت این رسانه اجتماعی تصویری است و افزایش علاقه‌مندی کاربران به این نوع رسانه‌های دیداری موضوعی مهم است که باید مورد توجه قرار گیرد (حسنی، ۱۳۹۸، ص. ۷). شبکه اجتماعی اینستاگرام یکی از پرمخاطب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در بین ایرانیان نیز هست. اینستاگرام برخلاف شبکه‌های اجتماعی دیگر همچون فیس‌بوک و توئیتر در ایران فیلتر نیست و دسترسی به آن آزاد است و بر اساس نظرسنجی ایسپا در خرداد ۱۳۹۷ بیش از ۳۲ درصد ایرانیان کاربر اینستاگرام هستند (حسنی، ۱۳۹۸، ص. ۸) و بر طبق آخرین برآوردها حدود ۷۳ درصد از کاربران اینستاگرام در ایران را نوجوانان و جوانانی تشکیل می‌دهند که بین ۱۸ تا ۲۹ سال سن دارند (کریمی و همکاران، ۱۴۰۰، ص. ۳۰).

همچنین زنان و دختران از جمله مهم‌ترین فعالان فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به شمار می‌روند و میزان مصرف رسانه‌ای آنها در سال‌های اخیر با افزایش چشمگیری روبه‌رو بوده است. آنان با فعالیت در شبکه‌های اجتماعی هم بر آن تأثیر گذاشته و هم از آن تأثیر می‌پذیرند (بیچرانلو و همکاران، ۱۳۹۸، ص. ۱۱۳). زنان و به خصوص دختران از طریق شبکه‌های اجتماعی تریبونی غیررسمی می‌یابند که می‌توانند در آن با مخاطبان ارتباط برقرارکننده و آنها را با خود همراه ساخته و

تصویری از زندگی زنانه به آنها ارائه کند. آنها در شبکه‌های اجتماعی این امکان را می‌یابند که علایق و سلايق خود را با دیگران به اشتراک گذارند و از نظرات و پیشنهادهای آنان نیز بهره گیرند (عینی فر، ۱۳۹۵). دانشجویان دختر دانشگاه فرهنگیان نیز همچون سایر زنان و دختران از شبکه اجتماعی اینستاگرام در موضوعات مختلفی استفاده می‌کنند. کمتر دانشجوی دختری در دانشگاه فرهنگیان هست که عضو شبکه اجتماعی اینستاگرام نباشد و تقریباً همه دانشجویان دختر در این شبکه اجتماعی حضور دارند. بررسی نحوه حضور و تجربیات دانشجو معلمان دختر در شبکه اجتماعی اینستاگرام از این جهت اهمیت دارد که این بخش از دانشجویان همواره مورد توجه و تأکید نهادهای تربیتی و فرهنگی قرار دارند.

معلمان یکی از ارکان اساسی در نظام تعلیم و تربیت هر جامعه‌ای به شمار می‌آیند. بدون توجه به نقش معلم هرگونه سیاست‌گذاری در حوزه تعلیم و تربیت با شکست مواجه خواهد شد. همه گفتمان‌های تربیتی نیز بر نقش معلمان در فرایند آموزشی و تربیتی دانش‌آموزان توجه دارند (رووف، ۱۳۷۹)؛ بنابراین شیوه زیست روزمره و عوامل و نهادهای تأثیرگذار بر یادگیری‌های دانشجو معلمان دانشگاه فرهنگیان همواره مورد توجه سیاست‌گذاران و نهادهای فرهنگی تربیتی قرار دارد. حضور در فضای مجازی و عضویت در شبکه‌های اجتماعی همچون اینستاگرام تأثیرات تربیتی و آموزشی مهمی بر دانشجو معلمان دختر دانشگاه فرهنگیان دارد. تجربیات یادگیری که دانشجویان دانشگاه فرهنگیان از شبکه‌های اجتماعی همچون اینستاگرام فرامی‌گیرند می‌تواند در آینده بر عملکرد حرفه‌ای، آموزشی و تربیتی آنان در کلاس‌های درس تأثیرگذار باشد؛ بنابراین این مقاله با هدف مطالعه و بررسی تجربیات زیسته دانشجو معلمان دختر دانشگاه فرهنگیان از عضویت در شبکه اجتماعی اینستاگرام است. بر این اساس سؤال اصلی این مقاله را می‌توان این‌گونه طراحی کرد که تجربیات زیسته دانشجویان دختر دانشگاه فرهنگیان از حضور در شبکه اجتماعی اینستاگرام چگونه است؟

طی چند سال اخیر تحقیقات زیادی درباره شبکه اجتماعی اینستاگرام در ایران انجام شده است. بسیاری از این تحقیقات بر تأثیر استفاده از شبکه اجتماعی

اینستاگرام بر زندگی روزمره کاربران توجه داشته‌اند. در ادامه به برخی از این تحقیقات اشاره می‌شود.

یافته‌های سلگی و مصطفی‌پور (۱۴۰۰) نشان می‌دهد که کاربران اینستاگرام با انگیزه‌های متفاوتی به عضویت در شبکه اجتماعی اینستاگرام در می‌آیند انگیزه‌های اصلی آنان از عضویت در اینستاگرام: کسب اطلاع، فراغت و سرگرمی، پیوستگی و ارتباط، کنجکاوی و خوداظهاری، تخلیه هیجانی و الگویابی است. آنها بیان می‌دارند انگیزه‌های افراد برای عضویت در شبکه اجتماعی اینستاگرام تک‌بعدی نمی‌باشد؛ بلکه ماهیتی چندبعدی و چندگانه دارد و از فردی به فرد دیگر و از فرهنگی به فرهنگ دیگر می‌تواند متفاوت باشد. پژوهش کریمی و همکاران (۱۴۰۰) نشان می‌دهد که اینستاگرام شیوه جدیدی از دیدن و دیده‌شدن است. رسانه‌ای شخصی که به همگان فرصت می‌دهد تا هرطور که دوست دارند دیده شوند. یافته‌های آنان حاکی از آن است که احساسات کاربران از اینستاگرام نه یکسره منفی و نه یکسره مثبت است؛ بلکه بین دو احساس مثبت و منفی در نوسان است. یافته‌های عباسی و جعفری (۱۳۹۹) نشان می‌دهند که کنش‌های سلبریتی‌ها بر سبک زندگی کاربران ایرانی همچون الگوی مصرف، نوع پوشش، اوقات فراغت، مدیریت بدن و روابط بین‌فردی تأثیرگذار است. پژوهش خادمیان و کلهری (۱۳۹۹) نیز نشان می‌دهد کسانی که از اینستاگرام استفاده می‌کنند گرایش زیادی به سبک زندگی مدرن همچون مصرف‌گرایی، زندگی کم‌تحرک و خاص، مدگرایی، برند و شیک‌پوشی، تناسب ظاهری و سلامت بدن دارند. قلی‌زاده و زمانی (۱۳۹۶) در پژوهش خودشان به چالش‌های استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام در زندگی کاربران پرداخته‌اند. نقض حریم خصوصی، کاهش اعتماد در روابط اجتماعی و استفاده از هویت جعلی از جمله مهم‌ترین تأثیرهای مخرب رسلنه‌هایی چون اینستاگرام است. یافته‌های پژوهشی زمانی و تقی‌پور (۱۳۹۶) نیز به این نتیجه رسیده است که مهم‌ترین دلایل جذابیت شبکه‌های اجتماعی اطلاع‌رسانی استفاده از فناوری‌های نوین، تسهیل در روابط خانوادگی و آشنایان و دوستان، تقویت ارتباطات گروهی، تقویت ارزش‌ها و آگاهی‌های شخصی و استفاده از فرصت‌های تفریحی و سرگرمی هستند.

همان‌طور که بیان شد طی چند سال اخیر و با افزایش کاربران ایرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام تحقیقات زیادی درباره این شبکه اجتماعی انجام شده است و اغلب این تحقیقات به چگونگی تأثیر اینستاگرام بر زندگی کاربران اشاره داشته‌اند. مقاله پیش رو تلاش کرده است بر اساس رویکرد پدیدارشناسی به بررسی تجربیات زیسته دانشجویان معلمان دانشگاه فرهنگیان در شبکه اجتماعی اینستاگرام بپردازد. دانشجویان دانشگاه فرهنگیان در سال‌های بعد به‌عنوان کنشگران تربیتی در کلاس‌های درس حضور خواهند یافت و به آموزش دانش‌آموزان خواهند پرداخت. تجربیات یادگیری این گروه از کاربران در فضای مجازی و عضویت در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند بر عملکرد حرفه‌ای و آموزشی آنها در کلاس‌های درس اثرگذار باشد. دانشجویان معلمان دانشگاه فرهنگیان در آینده نه‌چندان دور می‌توانند نقش مؤثری در آموزش مجازی و سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان مدارس داشته باشند؛ بنابراین اطلاع از تجربیات زیسته آنها از شبکه اجتماعی اینستاگرام می‌تواند اطلاعات ارزشمندی از گرایش، نگرش و نحوه استفاده آنها از اینستاگرام را در اختیار مدیران و برنامه‌ریزان آموزشی دانشگاه فرهنگیان قرار دهد تا متناسب با این اطلاعات، مداخلات اثربخشی در جهت ارتقای سواد رسانه‌ای و مجازی دانشجویان معلمان در دانشگاه فرهنگیان داشته باشند.

روش پژوهش

شناخت و اطلاع از جامعه مخاطب بدون آشنایی از شیوه زیست، تجربیات، احساسات و نگرش‌های آنان ممکن نیست. رویکردهای کمی و آماری ممکن است به شناخت و اطلاعات وسیع و گسترده‌ای از جامعه هدف منجر شود، اما نمی‌توانند اطلاعات دقیق و عمیقی از آنان در اختیار پژوهشگران و برنامه‌ریزان فرهنگی و تربیتی قرار دهد. روش‌های تحقیق کیفی می‌تواند توصیف عمیق و دقیقی از جامعه مخاطب و موضوع تحقیق در اختیار محققان قرار دهد. یکی از روش‌های کسب اطلاع از جامعه مخاطب بررسی تجربه‌های زیسته آنان است. روش تحقیق در این پژوهش از نوع روش تحقیق کیفی^۱ است و در سطح توصیف و تحلیل به تجربیات زیسته^۲ دانشجویان

1. Qualitative Research
2. Lived experiences

دختر دانشگاه فرهنگیان البرز می‌پردازد. پدیدارشناسی^۱ مناسب‌ترین روش، بررسی تجربیات زیسته افراد محسوب می‌شود (کرسول، ۱۳۹۱/۲۰۰۷، ص. ۸۱). بیان تجربه‌های زیسته و روایت‌هایی که دانشجو معلمان از شیوه زندگی و زیست خود بیان می‌کنند می‌تواند اطلاعات ارزشمندی برای سیاست‌گذاران تربیتی و آموزشی قرار دهد. براین اساس این مقاله تلاش می‌کند به بازنمایی^۲ برخی از تجربیات زیسته دانشجویان دختر دانشگاه فرهنگیان البرز از شبکه اجتماعی اینستاگرام بپردازد.

نمونه‌های مورد پژوهش در این مقاله دانشجویان دختر دانشگاه فرهنگیان البرز هستند. نمونه‌ها در روش کیفی به خلاف روش کمی معمولاً بر اساس موضوع تحقیق انتخاب می‌شوند و نه با هدف تعمیم نتایج به نمونه‌های دیگر. نمونه‌گیری در روش‌های کیفی، معمولاً بر اساس نمونه‌گیری هدف‌دار بوده و لذا نمونه‌ها بر حسب معیاری متناظر با سؤال پژوهشی برگزیده می‌شوند. این بدان معنا است که نمونه‌ها چنان متجانس است که تجارب نسبتاً مرتبط و مشترکی از شرایط خاص و حادثه یا وضعیت دارند (محمدی، ۱۳۹۶، ص ۱۷۴). براین اساس نمونه‌گیری بر اساس نمونه‌گیری هدف‌دار و از دانشجویان دختر دانشگاه فرهنگیان البرز انتخاب شدند. نمونه‌ها از بین دانشجویانی انتخاب شدند که برای مدتی (حداقل یک ماه) در شبکه اجتماعی اینستاگرام حضور داشتند و در این شبکه فعال بودند. در روش کیفی به پژوهشگران توصیه می‌شود که با ۵ تا ۲۵ نفر از افرادی که همگی پدیده مورد مطالعه را تجربه کرده‌اند مصاحبه کنند (Polkinghorne، ۱۹۸۹). تعداد نمونه‌ها نیز بر اساس اصل اشباع نظری (Strauss and Corbin، ۱۹۹۰) تعیین شدند. یعنی جمع‌آوری داده‌ها تا زمانی که اظهارات نمونه‌ها از حضور در شبکه اجتماعی اینستاگرام به تکرار نرسیده بود نمونه‌گیری ادامه یافت. براین اساس تجربیات زیسته ۱۵ دانشجوی دختر دانشگاه فرهنگیان که همگی در شبکه اجتماعی اینستاگرام فعالیت داشتند جمع‌آوری شد. سن پاسخگویان بین ۱۸ تا ۲۰ سال بوده و همه دانشجویان از جنس دختر انتخاب شدند.

1. Phenomenology

2. Represent

روش جمع‌آوری اطلاعات، روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته است. در رویکرد پدیدارشناسی معمولاً با نتایج مصاحبه‌های نیمه ساختی کار می‌کنند. از آنجاکه در روش کیفی می‌کوشند محقق را به درون جهان زندگی مشارکت‌کنندگان تحقیق وارد سازد مصاحبه‌های نیمه ساختی به‌واسطه تأکید بر سؤالات باز و غیر هدایت شده می‌تواند مورد استفاده چنین پژوهشی قرار گیرد (محمدی، ۱۳۹۶، ص ۱۷۱). مصاحبه با هر کدام از دانشجویان در حدود ۲۰ تا ۳۰ دقیقه انجام شد. از دانشجویان خواسته شد که تجربیاتشان از عضویت در شبکه اجتماعی اینستاگرام را بیان کنند. دانشجویان در مصاحبه‌ها به بیان خاطرات، احساسات و تجربیات و نظرات و دیدگاه‌های خود از شبکه اجتماعی اینستاگرام پرداخته‌اند. در طول مصاحبه تلاش شد محقق دخالت کمتری در روایت‌هایی که پاسخگویان ارائه می‌کنند داشته باشد و مصاحبه با پاسخگویان را در چارچوب موضوع اینستاگرام به پیش برد. پس از آنکه محقق متوجه شد روایت‌ها و پاسخ‌های پاسخگویان به تکرار رسیده است؛ یعنی ادامه مصاحبه با نمونه‌ها نکته و مطلب جدیدی به مصاحبه‌های قبلی نمی‌افزاید مصاحبه‌ها را متوقف نمود و فرایند جمع‌آوری داده‌ها به اتمام رسید.

روش تحلیل داده‌ها در این پژوهش، روش تحلیل مضمون^۱ است. پس از جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، بایستی داده‌ها مورد تحلیل و تفسیر قرار گیرند. روش تحلیل مضمون بر فرایند شناسایی و کدگذاری الگوهای مختلف معنایی تأکید می‌کند. به بیان ساده‌تر روش تحلیل مضمون، شناسایی، تحلیل و گزارش کردن الگوهاست. باین حال روش تحلیل مضمون نه به‌عنوان یک روش مستقل بلکه به‌عنوان یک تکنیک تحلیل داده‌هاست؛ بنابراین دریافت الگوهای معنایی مسلط در داده‌ها هدف اصلی این روش پژوهش است (ذکایی، ۱۳۹۹، ص ۸۴). همان گونه که یک محقق کمی از ضرایب و آزمون‌های آماری برای فشردن و ارائه خلاصه داده‌ها استفاده می‌کند، در روش کیفی نیز این روند به کمک کدگذاری و مقوله‌سازی صورت می‌گیرد. فرایند فشردن‌سازی به معنای استخراج ایده‌های اصلی و الگوبندی آنهاست.

تحلیل مضمون با کدگذاری^۱ روایت‌ها آغاز می‌شود. کدگذاری به خردکردن روایت‌ها به اجزا و عناصر تشکیل‌دهنده آن است (استروس و کوربین، ۱۳۹۳/۱۹۹۰ ص ۶۱). کد^۲ به مفاهیم اصطلاحات و عبارت‌هایی گفته می‌شود که دانشجویان برای توصیف موضوع مورد پژوهش به کار برده‌اند. بدین ترتیب پس از جمع‌آوری مصاحبه‌ها و پیاده‌سازی آنها، روایت‌های دانشجویان کدگذاری شد. پس از کدگذاری روایت‌ها، تلاش شد کدهای مشابه در یک مقوله^۳ مشخص طبقه‌بندی شوند. مقوله مفهومی با سطح انتزاع گسترده‌تر از کدهاست. وقتی که کدها با یکدیگر مقایسه می‌شوند و به نظر می‌رسد که به مفهوم و مقوله‌ای مشابه مربوط‌اند در نظمی بالاتر دسته‌بندی می‌شوند. مقوله مفهومی است که از سایر مفاهیم انتزاعی‌تر است (استروس و کوربین، ۱۳۹۳/۱۹۹۰ ص ۵۷). در ادامه مقولات بر اساس مضامین تهدیدها و فرصت‌ها دسته‌بندی شدند. در نهایت گزارشی روایی بر اساس مضامین اصلی و مقولات استخراج شده ارائه شده است. براین اساس می‌توان فرایند تحلیل داده را بدین شکل نشان داد.



لینکلن و گوبا در پژوهش‌های کیفی معیارهای چون اعتمادپذیری^۴ باورپذیری^۵ انتقال‌پذیری^۶ اطمینان‌پذیری^۷ تاییدپذیری^۸ را به‌جای روایی^۹، پایایی^{۱۰} و عینیت^{۱۱} پیشنهاد می‌کنند (Lincoln and Guba, 1985). به‌منظور اعتمادپذیری، باورپذیری و انتقال‌پذیری مضامین و مقولات استخراج شده، از ۶ نفر از دانشجویانی

1. Coding
2. Code
3. Category
4. Trustworthiness
5. Credibility
6. Transferability
7. Dependability
8. Confirmability
9. Validity
10. Reliability
11. Objectivity

که در شبکه اجتماعی اینستاگرام عضویت داشتند کمک گرفته شد. آنان پس از مرور مقولات و مضامین بیان داشتند که مضامین و مقولات استخراج شده به نوعی گویای تجربیات زیسته مشترک آنان از اینستاگرام نیز هستند. همچنین به منظور اطمینان‌پذیری و تأییدپذیری مقولات و مضامین استخراج شده و فرایند تحلیل داده‌ها، از نظرات ۲ نفر از متخصصان تربیتی و اجتماعی بهره برده شد. مقولات، مضامین و فرایند تحلیل داده‌ها مورد پذیرش متخصصان تربیتی و اجتماعی گرفت. متخصصان تربیتی و اجتماعی بیان داشتند فرایند تحلیل داده‌ها از هماهنگی و سازگاری درونی برخوردار است و توانسته است تصویر و نمایش نسبتاً روشن و دقیقی و از فرصت‌ها و تهدیدها شبکه اجتماعی اینستاگرام در میان دانشجویان ارائه دهد.

تحلیل داده‌ها

پس از جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه‌های گردآوری شده به متن‌های نوشتاری تبدیل شدند و پس از پالایش متن‌ها به شماره‌گذاری روایت‌ها اقدام شد. سپس روایت‌های دانشجویان کدگذاری شد. پس از کدگذاری متن‌ها، مفاهیم و عبارت‌هایی که مشابه و هم معنی بودند در یک مقوله دسته‌بندی شدند. در مقوله‌بندی هدف ادغام اظهارات و مفاهیم با معانی مشابه و مترادف بود. در جدول زیر مقوله‌بندی کدها آورده شده است.

۱- جدول مقوله‌بندی

مقولات	کدها
سرگرم‌کننده	سرگرم‌کننده‌ترین برنامه، سرگرم‌کننده و جالب، دنبال کردن زندگی افرادی که دوست داریم، هم‌رسانی عکس و ویدئو، مشاهده پست‌ها و استوری‌های افراد مختلف، استفاده از مطالب طنز و سرگرم‌کننده، محبوب‌ترین برنامه، محبوب‌ترین برنامه از نظر کاربران، قراردادن عکس‌ها و فیلم‌های موردعلاقه در صفحه شخصی، استفاده از مطالب شیرین مفید و داستان‌های زیبا، پرکردن اوقات فراغت، استوری کردن فعالیت‌های مهم، آلبوم عکس‌های جذاب و جالب، به‌اشتراک‌گذاری خاطرات و فعالیت‌های موردعلاقه

اطلاع‌رسانی	دنبال کردن حوادث و رویدادها، دسترسی به اتفاقات و اخبار روز، انگیزه و امیدبخشی برخی مطالب، مشاهده اطلاعات و ویدئوهای سراسر جهان، افزایش سطح اطلاعات و مطالعه، افزایش اطلاعات از طریق برخی عکس‌ها و فیلم‌ها.
فعالیت اقتصادی	جهت کسب‌وکار و سودآوری، فضای جدید در جهت کسب‌وکار کوچک، فرصت کارآفرینی، خرید اینترنتی، کسب درآمد، تبلیغ کالا و فروش آنها، منبع در آمد، تبلیغات و درآمدزایی، فضایی برای سرنخ‌دادن و الهام‌گرفتن
مهارت‌آموزی	یادگیری کارهای هنری و نکات خانه‌داری، استفاده از صنعت مد و لباس در شیک‌پوشی افراد، یادگیری آشپزی، درست کردن شیرینی کیک و دسر، گل‌دوزی و خیاطی
برقراری ارتباطات	ارتباط آدمی با جهان، ارتباطات و دنبال کردن افراد، آشنایی با افراد، پیدا کردن دوستان زیاد، ارتباط با دوستان قدیمی، ادامه یافتن ارتباطات و دوستی‌ها
هدردادن وقت و زمان و اینترنت	ساعات‌ها غرق در این برنامه شدن، کشتن وقت‌مان، ورود به آن دست خود فرد است؛ اما خروج از آن خیر، مصرف حجم زیادی از اینترنت و اعتیادآور، صرف بیش از ۸ ساعت در روز، گذراندن بیش از حد وقت در این فضا، ساعت‌ها گشتن در بین فیلم‌ها و عکس‌ها، به تأخیرافتادن کارهای دیگر، عقب افتادن از درس‌ها. خوردن وقت و تایم انسان‌ها
عمومی شدن اطلاعات شخصی	به حراج گذاشته شدن زندگی و حریم خصوصی افراد، قرارگرفتن اطلاعات خانوادگی را در اختیار دیگران، خصوصی‌سازی پیج‌ها، به‌اشتراک‌گذاری اتفاقات خصوصی زندگی، نشان‌دادن شخصی‌ترین اتفاقات زندگی برای بالاتر رفتن فالورها، تبلیغ محصولات و کالاها از طریق نشان‌دادن زندگی خصوصی و آرایش‌های فراوان، ایجاد مزاحمت
الگوسازی غلط	الگوسازی نامناسب، دنباله‌روی از سلبریتی‌ها، الگوهای نامناسب برای نوجوانان و جوانان، الگو شدن زندگی سلبریتی‌ها

<p>اعتیادآور؛ انزوای فرد، دوری از خانواده، وابستگی بیش از حد، ضعیف شدن چشم‌ها، اختلال در زندگی اشخاص، انحراف ذهنی کودکان و نوجوانان، آسیب‌های روحی و روانی، اختلال در هویت‌یابی، تأثیر بد روی اعصاب بینایی و روح و روان، دور شدن از فضای حقیقی، بلوغ زودرس و اختلال روانی</p>	<p>عوارض جسمی روحی - روانی</p>
<p>عدم رعایت شرط محدودیت برای سنین خاص، فضای خطرناک برای کودکان و سن‌های پایین، محدود کردن هر چه بیشتر اطلاعات در این شبکه، بازدید از پیج‌های مبتذل، بلوغ زودرس و اختلال روانی برخی کودکان با دیدن برخی تصاویر و فیلم‌ها، بدآموزی برخی فیلم‌ها، حساب‌های شرط‌بندی و قمار، تزلزل معیارهای اخلاقی از جمله انسانیت، انتشار اطلاعات کذب و بدون منبع، محتوای بیهوده و غلط، پر از محتوای زرد و بی‌فایده، انتشار اخبار نادرست، انتشار دروغ محض، انتشار اخبار دروغ باعث بی‌اعتمادی مردم، شایعه‌سازی،</p>	<p>مطالب نامناسب و اطلاعات غلط</p>
<p>قراردادن عکس‌هایی برای چشم‌هم‌چشمی با دیگران، سلفی‌ها گرفتن برای معروف شدن، تبلیغ زندگی لاکچری، جلب توجه برای افزایش فالور</p>	<p>خودنمایی</p>

پس از مقوله‌بندی کدها، مقولات استخراج شده در دو مضمون کلی فرصت‌ها و تهدیدها اینستاگرام دسته‌بندی شدند. مقولاتی همچون سرگرم‌کننده، اطلاع‌رسانی، فعالیت‌های اقتصادی، مهارت‌آموزی و برقراری ارتباطات، فرصت‌ها و امکاناتی بودند که دانشجویان از تجربیاتشان در اینستاگرام بیان داشته‌اند. اما مقولاتی همچون عوارض روحی و روانی و جسمانی، هدر دادن زمان و وقت، عمومی شدن اطلاعات شخصی، کسب اطلاعات نادرست و نامناسب، الگوسازی غلط و خودنمایی، آسیب‌ها و تهدیدهایی بودند که دانشجویان به آن اشاره کرده‌اند. در جدول زیر مقولات استخراج شده بر اساس فرصت‌ها و تهدیدها اینستاگرام تنظیم شده است.

۲- جدول مضامین

مقولات	مضامین
--------	--------

۱- سرگرم‌کننده ۲- اطلاع‌رسانی ۳- فعالیت‌های اقتصادی ۴- مهارت‌آموزی ۵- برقراری ارتباطات	فرصت‌ها
۱- هدر دادن وقت و زمان ۲- عوارض روحی و جسمانی ۳- عمومی شدن اطلاعات شخصی ۴- انتشار اطلاعات اشتباه و مطالب نامناسب ۵- الگوسازی‌های غلط ۶- خودنمایی	تهدیدها

فرصت‌های شبکه اجتماعی اینستاگرام

دانشجویان دانشگاه فرهنگیان در تجربیاتشان از حضور در شبکه اجتماعی اینستاگرام به فرصت‌هایی همچون سرگرم‌کننده و گذراندن اوقات فراغت، اطلاع‌رسانی، برقراری ارتباطات، فعالیت‌های اقتصادی و فراگیری برخی از مهارت‌های اشاره داشته‌اند.

سرگرم‌کننده: اغلب دانشجویان از تجربیاتشان در شبکه اجتماعی اینستاگرام بیان داشته‌اند که از اینستاگرام برای سرگرمی و گذراندن اوقات فراغت استفاده می‌کنند. آنان امکان سرگرمی‌سازی اینستاگرام را با این مفاهیم توصیف کرده‌اند: سرگرم‌کننده‌ترین برنامه، سرگرم‌کننده و جالب، دنبال کردن زندگی افراد محبوب، هم‌رسانی عکس و ویدئو، مشاهده پست‌ها و استوری‌های افراد مختلف، استفاده از مطالب طنز و سرگرم‌کننده، محبوب‌ترین برنامه، قراردادن عکس‌ها و فیلم‌های موردعلاقه در صفحه شخصی، استفاده از مطالب شیرین مفید و داستان‌های زیبا، پرکردن اوقات فراغت، استوری کردن فعالیت‌های مهم، آلبوم عکس‌های جذاب و جالب، به‌اشتراک‌گذاری خاطرات و فعالیت‌های موردعلاقه.

برای نمونه روایت شماره ۱ درباره سرگرمی‌سازی اینستاگرام این‌گونه بیان می‌دارد «برنامه اینستاگرام هم مثل خیلی از برنامه‌های دیگه مزیت‌ها و معایبی داره ولی به نظر من بهترین و سرگرم‌کننده‌ترین برنامه‌ای هست که تا به حال باهاش آشنا شدم.» همچنین روایت‌های شماره ۵ و ۶ نیز بر سرگرمی‌سازی اینستاگرام اشاره می‌کنند.

روایت شماره ۵ اظهار می‌کند: «وقتی بعد کنکور اینستاگرام را نصب کردم با اینکه اولش عادت نداشتم؛ ولی به‌مرور زمان برام سرگرم‌کننده و جالب شد. برخی پیج‌های اینستا مطالب آموزشی و مطالب طنز و سرگرم‌کننده زیادی دارد.» روایت شماره ۶ نیز می‌گوید: «به‌عنوان فردی که در دوران کنکور هرگونه ارتباطی را با فضای مجازی محدود کرده بودم، اینستاگرام بعد از کنکور یک سرگرمی عالی به نظر می‌آمد.» همان‌گونه که بیان شد اغلب دانشجویان در تجربیاتشان از اینستاگرام بیان داشته‌اند که برای سرگرم‌شدن از فضای اینستاگرام استفاده می‌کنند. بخصوص دانشجویانی که در خوابگاه‌های دانشجویی سکونت دارند به دلیل دوری از خانواده و کمبود امکانات رفاهی و ورزشی دانشگاه، در اوقات فراغت و زمان‌های بیکاری از فرصت اینستاگرام برای سرگرم‌شدن بهره می‌برند.

فعالیت‌های اقتصادی: برخی از دانشجویان در تجربیاتشان از حضور در شبکه اجتماعی اینستاگرام بر انجام فعالیت‌های اقتصادی و فرصت‌هایی که اینستاگرام برای فعالیت‌های اقتصادی فراهم می‌کند اشاره داشته‌اند. آنان این فرصت‌ها را با اظهاراتی همچون امکان کسب‌وکار و سودآوری، فضای جدید در جهت کسب‌وکار کوچک، فرصت کارآفرینی، خرید اینترنتی، کسب درآمد، تبلیغ کالا و فروش آنها، منبع درآمد، تبلیغات و درآمدزایی، فضایی برای سرخ‌دادن و الهام‌گرفتن برای فعالیت اقتصادی بیان داشته‌اند.

برای نمونه روایت شماره ۶ بیان می‌دارد «خیلی دوست دارم بتوانم از طریق اینستاگرام کسب درآمد داشته باشم.» همین‌طور روایت شماره ۲ اظهار می‌دارد: «این فضا حتی می‌تواند برای یک فضای جدید در جهت کسب‌وکار کوچکمان فراهم سازد تا بتوانیم محصولات خود را از این طریق به نمایش عموم بگذاریم و مشتریان خود را در محیط و جمعیتی بزرگ‌تر دنبال بکنیم.» همچنین روایت شماره ۷ از امکانات اینستاگرام در خرید اینترنتی در دوران کرونا و به تبلیغات کالاها در اینستاگرام اشاره می‌کند: «برای مثال افرادی از صفحه‌های خود برای تبلیغ کالا و فروش آنها به‌صورت آنلاین استفاده می‌کنند که از نظر من خیلی کاربردی است مخصوصاً در این ایام شیوع کرونا که بیشتر افراد به خرید حضوری نمی‌روند می‌توانند از اینستاگرام استفاده مفید داشته باشد.»

بدین ترتیب برخی از کاربران دانشجو در تجربیاتشان از اینستاگرام بر کارکرد اقتصادی این شبکه اجتماعی در عرضه، تبلیغ و حتی خرید و فروش کالا و خدمات اشاره داشته‌اند و همچنین برخی از آنها علاقه‌مندی خود را برای فعالیت اقتصادی در اینستاگرام بیان کرده‌اند. آنها اذعان داشته‌اند که اینستاگرام امکان و فرصتی برای فعالیت اقتصادی و کسب درآمد را برای آنان فراهم می‌سازد. بخصوص در دوران کرونا که به دلیل محدودیت‌های رفت‌وآمد و کاهش حضور در فضای عمومی منجر به افزایش حضور در فضای مجازی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی شده است فرصتی فراهم کرده است که دانشجویان تجربیاتی در زمینه خرید و حتی فروش آنلاین و ایده‌هایی در زمینه‌های اقتصادی و کسب‌وکار به کسب کنند که می‌تواند در آینده بر فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی و حتی آموزشی و حرفه‌ای آنها تأثیرگذار باشد.

اطلاع‌رسانی: برخی از دانشجویان از فضای اینستاگرام برای کسب اطلاعات و اخبار روز بهره می‌برند. آنان بیان داشته‌اند که فضای اینستاگرام فرصت مناسبی برای پیگیری اخبار و وقایع روزانه و کسب اطلاعات از موضوعات مختلف فراهم می‌سازد. دانشجویان کسب اطلاعات و اخبار در اینستاگرام را با این عبارات بیان داشته‌اند: دنبال کردن حوادث و رویدادها، دسترسی به اتفاقات و اخبار روز، انگیزه و امیدبخشی برخی مطالب، مشاهده اطلاعات و ویدئوهای سراسر جهان، افزایش سطح اطلاعات و مطالعه، افزایش اطلاعات از طریق برخی عکس‌ها و فیلم‌ها.

برای نمونه روایت شماره ۱۳ در مورد افزایش آگاهی و اطلاعات در اینستاگرام این‌گونه می‌گوید: «از خوبی‌های اینستاگرام که بخواهم بگویم این است که اطلاعات شخص، طبعاً با دیدن بعضی از فیلم‌ها و عکس‌های آموزنده این برنامه به معنای واقعی بالا می‌رود.» روایت شماره ۱۲ نیز بیان داشته است که «مطالب موجود در اینستاگرام موجب افزایش مطالعه او در برخی از موضوعات شده است. تجربه استفاده من در طی چند سال از این برنامه باعث شده که سطح مطالعه من افزایش پیدا کند چرا که بسیاری از پیچ‌ها عکس‌نوشته‌هایی رو پست و استوری میکنند که در بردارنده بخشی از محتوای برخی کتاب‌ها هستند و من با خواندن اون جملات کوتاه اشتیاق

زیادی برای خوندن کل اون کتاب پیدا می‌کردم و همین مسئله تعداد کتاب‌های من رو روزبه‌روز بیشتر کرد.»

بدین ترتیب شبکه اجتماعی اینستاگرام یکی از منابعی است که کاربران دانشجو برای کسب اطلاع از وقایع و رخدادها و همچنین افزایش اطلاعات خود در زمینه‌های گوناگون از آن استفاده می‌کنند. با سهولت دسترسی به فضای مجازی و افزایش حضور کاربران در شبکه اجتماعی اینستاگرام به نظر می‌رسد منابع اطلاعاتی همچون کتاب و روزنامه و رادیو و تلویزیون، کارکردشان در انتقال و انتشار اطلاعات و اخبار کاهش یافته است. شبکه‌های اجتماعی همچون اینستاگرام و غیره امکانی را فراهم ساخته که دانشجویان و جوانان در فاصله زمانی خیلی کمی و با هزینه جزئی می‌توانند به اطلاعات و اخبار موردنیاز خود دسترسی داشته باشند.

برقراری ارتباطات: عده‌ای از دانشجویان از اینستاگرام برای برقراری ارتباطات و تعامل با افراد و دوستان و آشنایان استفاده می‌کنند. آنان این امکان را با این اظهارات توصیف می‌کنند: ارتباط آدمی با جهان، ارتباطات و دنبال کردن افراد، آشنایی با افراد، پیدا کردن دوستان زیاد، ارتباط با دوستان قدیمی، ادامه یافتن ارتباطات و دوستی‌ها.

برای نمونه روایت شماره ۱۲ بیان می‌دارد که «اصل کاربرد اینستاگرام ارتباطات هست و دنبال کردن افراد و آشنایی با اونها و من هم از این طریق دوستای زیادی پیدا کردم و دایرهٔ انسان‌های اطرافم رو از اون تعداد محدود فراتر بردم.» روایت شماره ۹ نیز در این باره می‌گوید: «یکی از اپلیکیشن‌های هابست که به بهترین نحو ممکن ارتباط آدمی با جهان رو سهل‌تر می‌کند و اجازه می‌دهد که با هر شخصی که دوست داریم ارتباط برقرار کنیم در سراسر جهان.»

بدین ترتیب یکی دیگر از فرصت‌هایی که اینستاگرام برای کاربرانش مهیا کرده است برقراری ارتباط مجازی با افراد و گروه‌های مختلف و متنوع است. دامنه دوستی‌ها و آشنایی‌های دانشجویان در شبکه اجتماعی اینستاگرام افزایش یافته است. اگرچه بسیاری از این ارتباطات سطحی، زودگذر و سیال است اما می‌تواند تأثیرات عمیقی بر هویت فردی و اجتماعی و سبک زندگی کاربران داشته باشد.

مهارت‌آموزی: عده‌ای از دانشجویان بیان داشته‌اند که از اینستاگرام برای فراگیری برخی از مهارت‌ها بهره می‌برند. مهارت‌هایی همچون: یادگیری کارهای هنری و نکات خانه‌داری، استفاده از صنعت مد و لباس در شیک‌پوشی افراد، یادگیری آشپزی، درست کردن شیرینی کیک و دسر، گل‌دوزی و خیاطی مهارت‌هایی هستند که دانشجویان در تجربیاتشان به آنها اشاره داشته‌اند.

برای مثال روایت شماره ۸ در این باره بیان می‌کند: «پیج‌های مربوط به صنعت مد و لباس تأثیر بسزایی در شیک‌پوشی افراد داشته و همچنین پیج‌های مربوط به آشپزی منبع خوبی برای یادگیری هستند و کسانی که در آشپزی و حتی درست کردن شیرینی، کیک و دسر مهارت کافی ندارند به راحتی با استفاده از این پیج‌ها نحوه درست کردن بسیاری از اینها را بیاموزند.

بدین ترتیب مهارت‌آموزی یکی دیگر از فرصت‌ها و امکاناتی است که کاربران دانشجویی در استفاده از اینستاگرام بدان اشاره داشته‌اند. به نظر می‌رسد برای کسب برخی از مهارت و آموزش‌ها دیگر نیازی به حضور فیزیکی در آموزشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و صرف هزینه‌های مادی زیادی نباشد. آموزشگران در شبکه اجتماعی اینستاگرام به راحتی می‌توانند مهارت‌های متنوعی را به متقاضیان به شکل آنلاین و آفلاین ارائه کنند. به نظر می‌رسد برخی از دانشجو معلمان نیز تمایل داشته باشند در آینده از این فضا برای آموزش‌های فوق برنامه و یا حتی آموزش‌های رسمی و غیررسمی از این فضا برای ارتباط با شاگردانشان استفاده نمایند.

تهدیدها و آسیب‌های شبکه اجتماعی اینستاگرام

نمونه‌های مورد بررسی از تجربیاتشان در شبکه اجتماعی اینستاگرام بیان نموده‌اند که اینستاگرام با وجود فرصت‌ها و امکاناتی که برای کاربرانش فراهم می‌کند تهدیدها و آسیب‌هایی نیز به همراه دارد. برخی از آسیب‌هایی که دانشجویان به آنها اشاره داشته‌اند عبارت‌اند از: هدر دادن وقت و زمان، عوارض روحی و روانی و جسمانی، عمومی ساختن اطلاعات شخصی، انتشار اطلاعات نادرست و ارائه مطالب نامناسب، خودنمایی و الگوسازی‌های غلط.

هدر رفتن وقت و زمان: اغلب دانشجویان در تجربیاتشان از اینستاگرام بیان داشته‌اند که زمان زیادی از وقتشان را در این شبکه سپری می‌کنند. آنها به

هدر رفتن وقت و زمانشان در اینستاگرام را با این عبارات بیان داشته‌اند: «ساعت‌ها غرق در این برنامه شدن، کشتن وقت‌مان، مصرف حجم زیادی از اینترنت و اعتیادآور، صرف بیش از ۸ ساعت در روز، گذراندن بیش از حد وقت در این فضا، ساعت‌ها گشتن در بین فیلم‌ها و عکس‌ها، به تأخیر افتادن کارهای دیگر، عقب افتادن از درس‌ها. خوردن وقت و تایم انسان‌ها.»

برای نمونه روایت شماره ۳ بیان می‌کند: «یکی دیگر از معایب آن این است که ورود به آن دست خود فرد است؛ اما خروج از آن خیر! و باعث می‌شود فرد به‌سادگی ساعت‌ها و روزها و ماه‌های عمر خود را در این فضا سپری کند بی آن که برای شخص نتیجه‌ای داشته باشد.» و یا روایت شماره ۴ بیان می‌کند. «بعد از اینکه سه چهار ساعت از زمان در اختیارم را می‌گذرانم هیچ‌چیز سودمندی عایدم نمی‌شود. روایت شماره ۲ می‌گوید: در نهایت همه ما اسیر یک مسئله هستیم کشتن وقت‌مان.» برخی از دانشجویان نیز بیان داشته‌اند که آن‌قدر زمان و وقت خودشان را در اینستاگرام صرف می‌کنند که از کارهای دیگرشان مثل درس خواندن عقب می‌افتند. (روایت شماره ۱۳).

بدین ترتیب فضای جذاب و تراکم و تنوع اطلاعات و امکانات ارتباطی باعث می‌شود که کاربران دانشجو ساعت‌های زیادی از وقتشان را صرف حضور در این فضا کنند به‌طوری که از برخی فعالیت‌های روزمره‌شان باز می‌مانند. بخصوص افرادی که بدون هدف و برنامه خاصی وارد این فضا می‌شوند ممکن است ساعت‌ها در این فضا غرق محتواها و موضوعاتی شوند که ارتباطی با زندگی روزمره و مسائل شخصی فرد در جامعه ندارد.

عوارض روحی و روانی و جسمی: اغلب دانشجویان بر عوارض روحی و روانی و حتی جسمانی استفاده از اینستاگرام در تجربیاتشان اشاره داشته‌اند. آنان عوارض روحی و روانی و جسمانی اینستاگرام را با این عبارات توصیف می‌کنند: «اعتیادآور؛ انزوای فرد، دوری از خانواده، وابستگی بیش از حد، ضعیف شدن چشم‌ها، اختلال در زندگی اشخاص، آسیب‌های روحی و روانی، اختلال در هویت‌یابی، تأثیر بد روی اعصاب، بینایی و روح و روان، دور شدن از فضای حقیقی و اختلال روانی.»

برای مثال روایت شماره ۵ در مورد عوارض اینستاگرام بیان می‌کند: «استفاده از اینستاگرام در مدت‌زمان طولانی می‌تواند اعتیادآور باشد؛ فرد را به انزوا بکشاند و افراد خانواده را از هم دور کند.» روایت شماره ۸ نیز بیان می‌کند: «برای انسان‌هایی که دارای برنامه و هدف هستند بسیار مفید و سودمند اما برای انسان‌های که بی‌برنامه وارد اینستاگرام می‌شوند، مخرب و زیان‌بار است.» روایت شماره ۱۰ نیز اذعان می‌دارد که استفاده زیاد (از اینستاگرام) روی اعصاب و بینایی و روح و روان انسان تأثیر بدی دارد. در مورد عوارض جسمانی روایت شماره ۸ بیان می‌کند: «شب‌بیداری‌های طولانی سبب ضعیف‌شدن چشم افراد شده که از جمله مهم‌ترین معایب اینستاگرام است.»

از تجربیات دانشجویان می‌توان این‌گونه استنباط کرد که استفاده بیش از اندازه دانشجویان از اینستاگرام منجر به بیگانگی آنها از جامعه شده به‌طوری که کاربران را از زندگی واقعی و انضمامی دور ساخته و باعث نوعی اعتیاد و وابستگی شدید کاربران به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی می‌شود.

عمومی شدن اطلاعات شخصی: برخی از دانشجویان از تجربیاتشان در اینستاگرام به عمومی شدن اطلاعات شخصی اشاره می‌کنند و این تهدید را با این اصطلاحات بیان می‌کنند: به حراج گذاشته شدن زندگی و حریم خصوصی افراد، قرارگرفتن اطلاعات خانوادگی را در اختیار دیگران، خصوصی‌سازی پیج‌ها، به‌اشتراک‌گذاری اتفاقات خصوصی زندگی، نشان‌دادن شخصی‌ترین اتفاقات زندگی برای بالاتر رفتن فالورها، تبلیغ محصولات و کالاها از طریق نشان‌دادن زندگی خصوصی و آرایش‌های فراوان، ایجاد مزاحمت.

برای نمونه روایت شماره ۱۵ در این باره بیان می‌کند: «کم‌کم افرادی روی کار آمدند که از شخصی‌ترین اتفاقات زندگی‌شان هم عکس و فیلم به اشتراک می‌گذاشتند.» روایت شماره ۶ هم بیان می‌دارد: «در اینستاگرام زندگی و حریم خصوصی افراد به حراج گذاشته می‌شود.» روایت شماره ۱۰ نیز در این باره بیان می‌کند که «در اینستاگرام اکثر مردم اطلاعات خانوادگی را در اختیار دیگران قرار می‌دهند و این می‌تواند باعث بشود که کودکان هم یاد بگیرند که باید موارد شخصی مثل عکس‌ها را در دید عموم قرار دهند.»

بدین ترتیب عدم آگاهی خانواده‌ها و افراد از فضای مجازی و حضور در شبکه‌های اجتماعی ممکن است منجر به این می‌شود که اطلاعات خصوصی و شخصی کاربران در فضای مجازی هک شده و منتشر شود و فارغ از پیامدهای کیفری و قضایی، عوارض روانی اجتماعی عمیقی را برای آنها به همراه داشته باشد.

دسترسی به اطلاعات نادرست و مطالب نامناسب: عده‌ای از دانشجویان بر انتشار اطلاعات غلط و نادرست در اینستاگرام که منجر به شایعه‌سازی و بی‌اعتمادی و سردرگمی افراد می‌شود اشاره می‌کنند. برخی از آنها تجربیاتشان از انتشار مطالب غلط و اشتباه را با این اظهارات بیان می‌کنند: انتشار اطلاعات کذب و بدون منبع، محتوای بیهوده و غلط، محتواهای زرد و بی‌فایده، انتشار اخبار نادرست و دروغ.

برای نمونه روایت شماره ۳ در خصوص انتشار مطالب غلط و نادرست اینستاگرام بیان می‌دارد: «از دیگر معایب آن انتشار اطلاعات کذب و بدون منبع هست که بارها من را به اشتباه انداخته و باعث شده است که قضاوت‌های نابجایی نیز داشته باشم.» روایت شماره ۶ نیز درباره محتواهای اینستاگرام چنین بیان می‌دارد: «در حال حاضر اینستاگرام فارسی فضای تقریباً مخربی دارد و پر از محتواهای زرد و بی‌فایده است. تجربیات برخی از دانشجویان نشان می‌دهد که ممکن است کاربران دانشجوی ساعت‌های زیادی را در اینستاگرام به سر برند بدون آنکه اطلاعات و مطالب مفیدی کسب کنند بدین ترتیب مدت‌زمان زیادی از وقت خود را بیهوده در این فضا سپری کنند.»

برخی از دانشجویان نیز در تجربیاتشان از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر دسترسی به مطالب و موضوعات نامناسب بخصوص برای نوجوانان و کودکان اشاره داشته‌اند. آنها آسیب‌های دسترسی به اطلاعات نامناسب را با این مفاهیم بیان نموده‌اند: عدم رعایت شرط محدودیت سنی برای دسترسی به اطلاعات، فضای خطرناک برای کودکان و سن‌های پایین، محدود کردن هر چه بیشتر اطلاعات در این شبکه، بازدید از پیج‌های مبتذل، بلوغ زودرس و اختلال روانی کودکان با دیدن برخی تصاویر و فیلم‌ها، بدآموزی برخی فیلم‌ها، حساب‌های شرط‌بندی و قمار، تزلزل معیارهای اخلاقی از جمله انسانیت.

روایت شماره ۳ در خصوص دسترسی کودکان به محتواهایی که در اینستاگرام به اشتراک گذاشته می‌شود بیان می‌دارد: «من فکر می‌کنم که معایب این نوع شبکه اجتماعی بر محاسن آن غلبه دارد چرا که استفاده از آن به سنین پایین‌تر نیز رسیده است و این مورد فضای اینستاگرام را خطرناک‌تر نیز می‌کند.» روایت شماره ۱۰ نیز بیان می‌کند که «بسیاری در اینستاگرام (با ارائه برخی مطالب) ذهن بسیاری از کودکان و نوجوانان را به انحراف می‌کشانند و هویت آن‌ها دچار خطا می‌شود و به آنها آسیب‌های روحی و روانی وارد می‌کنند.» روایت شماره ۱۳ نیز درباره برخی محتواهای نامناسب و اشتباه اینستاگرام بیان می‌دارد: «به نظر من بدی‌ها و مضرات این برنامه نسبت به خوبی‌های آن بیشتر است؛ چون بعضی از فیلم‌های آن بدآموزی دارد یا حتی می‌تواند صحت کامل را نداشته باشد و دروغی محض باشد از سوی دیگر این که بچه‌ها با سنین پایین با دیدن بعضی از فیلم‌های این برنامه می‌تواند به مشکلات روانی برخورد و حتی بلوغ زودرس داشته باشند که این کار خود می‌تواند یک معضل بسیار بزرگ برای جامعه باشد.»

بدین ترتیب برخی از دانشجویان در تجربیاتشان به مطالب و اطلاعات نامناسبی که در دسترس کاربران و به خصوص نوجوانان و کودکان قرار می‌گیرد اشاره می‌کند آنها بیان نموده‌اند که این اطلاعات متناسب با شرایط سنی ذهنی و عاطفی آنها نبوده و ممکن است منجر به اختلالات روحی، روانی و هویتی آنان شود؛ بنابراین عده‌ای از دانشجویان به شدت معتقد بودند که بایستی محدودیت‌ها و نظارت‌هایی در ارائه اطلاعات به کودکان و نوجوانان در اینستاگرام برقرار شود.

الگوسازی نامناسب: برخی از نمونه‌های مورد مطالعه در تجربیاتشان از اینستاگرام بیان داشته‌اند که این شبکه اجتماعی، فضایی برای الگوسازی نامناسب برای نوجوانان و جوانان شده است. آنان این تجربیات را با عبارات همچون: الگوسازی نامناسب، دنباله‌روی از سلبریتی‌ها، الگوهای نامناسب برای نوجوانان و جوانان، الگو شدن زندگی سلبریتی‌ها توصیف کرده‌اند.

برای نمونه روایت شماره ۴ در خصوص الگوسازی اینستاگرام بیان می‌دارد: «اوایل باب‌شدن اینستا مثل خیلی‌ها شیفته دنیای رنگارنگی بودم که برای مخاطبانش داشت؛ ولی بی‌خبر بودم از اهداف آنان از اینکه چگونه دارند برایمان الگوسازی

می‌کنند.» روایت شماره ۶ نیز بر الگوگیری افراد نامناسب به‌عنوان الگوی زندگی برای نوجوانان و جوانان اشاره می‌کند.

بدین ترتیب برخی از دانشجویان مورد بررسی معتقد هستند که اینستاگرام فضایی را فراهم می‌کند که برخی از سلبریتی‌ها و افراد مشهور با به اشتراک گذاشتن سبک زندگی خود به الگوهایی برای نوجوانان و جوانان تبدیل می‌شوند. الگوهایی که به‌زعم دانشجویان نمی‌توانند الگوهای مناسبی برای نوجوانان باشند. دانشجو معلمان معتقدند برخی سلبریتی‌ها، نمایش‌هایی از زندگی شخصی خود ارائه می‌کنند که می‌تواند با الگوهای فرهنگی و بومی و حتی محلی کاربران تعارض داشته باشد و منجر به نوعی دوگانگی ارزشی و فرهنگی در بین کاربران شود.

خودنمایی: عده‌ای از دانشجویان در تجربیاتشان از حضور در اینستاگرام بیان نموده‌اند که این شبکه اجتماعی به فضایی برای خودنمایی و خود ابرازی افراد تبدیل شده است. آنها خودنمایی افراد در اینستاگرام را با این عبارت بیان نموده‌اند: قراردادن عکس‌هایی برای چشم‌هم‌چشمی با دیگران، سلفی‌ها گرفتن برای معروف شدن، تبلیغ زندگی لاکچری، جلب توجه برای افزایش فالور.

برای نمونه روایت شماره ۱۵ درباره خودنمایی افراد در اینستاگرام بیان می‌دارد: «اینستاگرام کارایی اولیه خود را از دست داد و مکانی برای شو شدن! هر کس، هر چیزی را که حس می‌کرد دیگران با دیدن آن، فکر می‌کنند که او لاکچری است را به اشتراک می‌گذاشت! سفره‌های رنگین، خانه‌های لوکس، کادوهای گران‌قیمت! اما ماجرا تنها به این جا ختم نشد! کم‌کم افرادی روی کار آمدند که از شخصی‌ترین اتفاقات زندگی‌شان هم عکس و فیلم به اشتراک می‌گذاشتند.» و روایت شماره ۷ نیز بیان می‌دارد که «برخی از این برنامه استفاده درست ندارند و از آن برای انتشار اخبار نادرست و قراردادن عکس‌هایی برای چشم‌هم‌چشمی با دیگران استفاده می‌کنند.»

بدین ترتیب به‌زعم دانشجویان مورد مطالعه یکی دیگر از آسیب‌هایی که اینستاگرام می‌تواند برای کاربران داشته باشد مصرف‌گرایی و به نمایش گذاشتن زندگی مادی در این شبکه اجتماعی است. برخی افراد با به نمایش گذاشتن زندگی مادی و وسایل مادی خود به نوعی به خود ابرازی و نمایش خود از طریق مصرف‌گرایی وسایل لوکس

و زینتی می‌پردازند و این می‌تولند منجر به نوعی رقابت مخرب در بیان کاربران برای مصرف‌گرایی مدگرایی بیش از حد شود. به طوری که تعادل میان خواسته‌ها و انتظارات آنها با درآمد و امکاناتشان را به هم بزند و فرد دچار نوعی احساس تبعیض، خودکم‌بینی و عدم اعتماد به نفس لازم شود.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

شبکه اجتماعی اینستاگرام یکی از محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در بین کاربران فضای مجازی در ایران و جهان به حساب می‌آید. کاربران اینستاگرام تقریباً بدون محدودیت و نظارت در معرض اطلاعات متنوع صوتی تصویری فراوانی قرار دارد که می‌تواند به شدت بر ذهنیت، احساسات و رفتارهای کاربران و بخصوص کاربران جوان و نوجوان، زنان، دختران و کودکان تأثیرات عمیق و پایداری داشته باشد. تحقیقات متعددی در خارج و داخل این تأثیرات را تأیید کرده‌اند (حسنی و کلانتری، ۱۳۹۶، خادمیان و کلهری، ۱۳۹۹، عباسی و جعفری، ۳۹۹؛ کریمی و همکاران، ۱۴۰۰).

دانشجو معلم دانشگاه فرهنگیان نیز یکی از کاربران شبکه اجتماعی اینستاگرام هستند که در زمینه‌های مختلفی از این شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند. این شبکه اجتماعی جذاب می‌تواند اثرات مهمی تربیتی و آموزشی مهمی بر آنان داشته باشد. در این مقاله نیز تلاش شده است تجربیات زیسته دانشجو معلم دختر دانشگاه فرهنگیان از حضور در اینستاگرام بررسی شود. دانشجو معلم دانشگاه فرهنگیان به عنوان معلمان آینده نظام تعلیم و تربیت نقش مهمی در جامعه‌پذیری و آموزش نسل‌های آینده جامعه را بر عهده دارند. تجربیات این گروه از دانشجویان از اینستاگرام و نحوه مواجهه آنان با فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به طور کلی می‌تواند بر عملکرد حرفه‌ای و شغلی آنان در کلاس‌های درس تأثیرات مستقیم و غیر مستقیمی داشته باشد. همچنین دانشجو معلم به عنوان بخشی از جوانان این جامعه تلقی می‌شوند و تجربیات آنها از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به نوعی بازتاب و بازنمایی از تجربیات دیگر جوانان جامعه نیز تلقی شود.

بررسی تجربیات زیسته دانشجویان دختر دانشگاه فرهنگیان نشان می‌دهد که آنان در بیان تجربیاتشان از اینستاگرام به فرصت‌ها و تهدیدهای که این شبکه اجتماعی می‌تواند به همراه داشته باشد اشاره داشته‌اند.

دانشجویان در تجربیاتشان بیان نموده‌اند که اینستاگرام فرصت‌ها و امکاناتی همچون سرگرم‌کننده، اطلاع‌رسانی، برقراری ارتباطات، فعالیت اقتصادی و مهارت‌آموزی را برای آنها مهیا می‌سازد. فرصت‌هایی که دانشجویان به آنها اشاره داشته‌اند یافته‌های پژوهشی سلگی و مصطفی‌پور (۱۴۰۰) و زمانی و تقی‌پور (۱۳۹۶) را تأیید می‌کنند. بررسی تجربیات زیسته دانشجویان نشان می‌دهد که همان‌گونه که شبکه اجتماعی اینستاگرام فرصت‌ها و امکاناتی را برای کاربران به همراه دارد، می‌تواند تهدیدها و آسیب‌هایی را نیز به همراه داشته باشد. دانشجویان مورد مطالعه در تجربیاتشان بیان داشته‌اند که اینستاگرام می‌تواند آسیب‌هایی چون هدر دادن وقت و زمان، عمومی شدن اطلاعات شخصی، عوارض روحی و روانی، اطلاعات نامناسب و اشتباه، خودنمایی، و الگوسازی نامناسب را به همراه داشته باشد. تهدیدهایی که دانشجویان در تجربیاتشان بیان کرده‌اند با یافته‌های پژوهشی قلی‌زاده و زمانی (۱۳۹۶) همخوان است و در برخی موارد با یافته‌های خادمیان و کلهری (۱۳۹۹) و عباسی و جعفری (۱۳۹۹) هماهنگی دارد. توجه دانشجو معلمان دختر به تهدیدها و آسیب‌هایی شبکه اجتماعی اینستاگرام به همراه فواید و فرصت‌هایی که این شبکه برای کاربران ارائه می‌کند، یافته‌های پژوهشی کریمی و همکارانش (۱۴۰۰) در مورد احساسات مثبت و منفی کاربران به شبکه اجتماعی اینستاگرام را تأیید می‌کند.

باتوجه به فرصت‌ها و فوایدی که شبکه اجتماعی اینستاگرام برای کاربران فراهم می‌سازد به نظر می‌رسد که فیلتر کردن و ممنوعیت اینستاگرام نمی‌تواند راه‌حل مناسبی برای کاهش آسیب‌های اینستاگرام باشد بلکه بایستی در برخی موارد محدودیت‌ها و نظارت‌هایی بر انتشار مطالب و زمان استفاده از این شبکه برای سنین مختلف اعمال نمود. همچنین آموزش سواد رسانه‌ای و آموزش مدیریت استفاده از این شبکه به کاربران یکی از ضرورت‌هایی است که بایستی به آن توجه نمود. آموزش سواد رسانه‌ای به‌خصوص به زنان و دختران که بیشتر در معرض آسیب‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی هستند می‌تواند تا حد زیادی آسیب‌ها و تهدیدهایی که این شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی به همراه دارند را کاهش داد.



باتوجه به اینکه واحدهای درسی با عناوین آموزش فناوری ۱ و ۲ و ۳ در واحدهای درسی دانشجویان دانشگاه فرهنگیان در دوره کارشناسی برنامه‌ریزی شده است؛ اما متأسفانه درسی با عنوان سواد رسانه‌ای در برنامه درسی دانشجویان دوره کارشناسی مشاهده نمی‌شود؛ بنابراین باتوجه به آسیب‌ها و تهدیدهای که این گروه مهم و حساس جامعه در شبکه‌های اجتماعی با آن مواجه هستند لزوم آموزش مجازی و ارتقای سواد رسانه‌ای در برنامه درسی دانشجویان دوره کارشناسی اجتناب‌ناپذیر و ضروری است.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

Analyze the opportunities and threats of the Instagram social network (A case study of female students of Alborz Farhangian University)

Abstract

This article examines the lived experiences of female students of Farhangian University from being on the social network Instagram. Examining the lived experiences of female students of Farhangian University through the social network Instagram can be of great importance due to their educational role and socialization in the education system. The research method is qualitative and phenomenological. The statistical population of the study is female students of Alborz Farhangian University and the statistical sample was selected based on purposive samples from 15 female students of this university. Samples were selected from students who had been on the Instagram social network for a period of time (at least one month). The number of samples was determined based on the theoretical saturation principle. The data collection method is a semi-structured interview method. Interviews with each sample took about 20 to 30 minutes. The data analysis method is the thematic analysis method. After collecting data, students' narratives of their presence on the Instagram social network were coded and categorized. 11 categories were extracted from the coding of narratives. The extracted categories were classified into two main themes: opportunities and threats. In the theme of opportunities, students referred to categories such as entertainment, communication, skills training, Getting information, and economic activities. Under the theme of threats, students referred to categories such as psychological effects, waste of time, generalization of personal information, inappropriate and incorrect information, ostentation, and inappropriate patterning. Given the opportunities and threats that female students face on social media, the need for media literacy education in the curriculum of undergraduate students is inevitable and essential.

Keywords: Farhangian University, Instagram, Lived Experience, Phenomenology.

منابع

- استروس، آ؛ و کوربین، ج. (۱۳۹۳). *اصول روش تحقیق کیفی*. ترجمه بیوک محمد. انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی. (چاپ اصلی، ۱۹۹۰)
- بیچرانلو، ع؛ صلواتیان، س؛ و لاجوردی، آ. (۱۳۹۸). *بازنمود سبک زندگی زنان جوان ایرانی در اینستاگرام، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال ۱۵ شماره ۵۶، صص ۱۱۱-۱۴۰.
- خادمیان، ط؛ و کلهری، م. (۱۳۹۹). *رابطه اینستاگرام با گرایش جوانان به سبک زندگی مدرن (مطالعه موردی: جوانان شهر تهران)*. *مجله فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، سال ۲۷ شماره ۱ (پیاپی ۱۰۱)، صص ۷۴-۵۵.
- حسینی، ح؛ و کلانتری، ع. (۱۳۹۶). *تحلیل پدیدارشناختی تجربه زیسته کاربران شبکه اجتماعی تصویری اینستاگرام در ایران*. *مجله مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، دوره ۱۸ شماره ۴۰، صص ۳۳-۶۳.
- حسینی، ح. (۱۳۹۸). *رسانه اجتماعی اینستاگرام، زندگی روزمره و فرهنگ دیداری*. رووف، ع. (۱۳۷۹). *جنبش جهانی برای بهسازی تربیت معلم*. پژوهشکده تعلیم و تربیت.
- ذکایی، م. س. (۱۳۹۹). *هنر انجام پژوهش کیفی از مسئله‌یابی تا نگارش*. انتشارات آگاه.
- عاملی، ر. (۱۳۸۲). *دوج جهانی شدن‌ها و جامعه جهانی اضطراب*. *مجله نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۱، صص ۱۴۳-۱۷۴.
- عباسی، ع؛ و جعفری، ع. (۱۳۹۹). *تأثیر کنش‌های اینستاگرامی سلبریتی‌ها بر سبک زندگی کاربران ایرانی*، *مجله فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، سال ۲۷ شماره ۱، صص ۳۳-۵۴.
- عینی فر، م. (۱۳۹۵). *مطالعه شیوه‌های خود ابرازی زنان با عکس در شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی اینستاگرام)*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

قلی‌زاده، ا؛ و زمانی، ع. (۱۳۹۶). مطالعه کیفی چالش‌های شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در زندگی کاربران، *فصلنامه رسانه*، سال بیست و هشتم شماره ۱۰۶، صص ۱۱۹-۱۰۳.

کاستلز، م. (۱۳۸۹). *عصر اطلاعات: اقتصاد جامعه و فرهنگ نسخه ششم جلد اول* ظهور جامعه شبکه‌ای. ترجمه احد عقیلیان و افشین خاک‌باز. طرح نو.

کرسول، ج. (۱۳۹۱). *پوییش کیفی و طرح پژوهش*. ترجمه حسن دانایی‌فرد و حسین کاظمی. انتشارات صفار (چاپ اصلی، ۲۰۰۷).

کریمی، ب؛ دلاور، ع؛ و فرهنگی، ع. (۱۴۰۰). اینستاگرام شیوه جدید دیدن و دیده‌شدن و پیامدهای آن، *مجله رسانه*. سال ۳۲ شماره ۱، صص ۲۹-۵۱.

محمدی اصل، ع. (۱۳۹۶). *روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی*. نشر ورجاوند.

Castells. M. (1997). *The rise of the Network Society, The Information Age: Economy Society and Culture*, Oxford: Blackwell.

Castells. M. (2009). *The power of Identity, The Information Age: Economy, Society, and Culture*, Oxford: Blackwell.

Lincoln, Y.S. and Guba, E.G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. London; SAGE.

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*, McGraw-Hill.

Marx, K. and Engles, F. (1998). "Ruling Class and Ruling Ideas" in John Storey (Ed). *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader*, London: Prentice-Hall

Strauss, A.L. and Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research*. London: SAGE.

Sheldon, P. (2015). *Social Media: Principles and Applications*. New York: Lexington Books.

Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. William Morrow.

Polkinghorne, D.E. (1989). Phenomenological research methods in R.S. Valle & Shelling (eds), *existential phenomenological perspectives in psychology* (pp,41-60). New York: Plenum Press.