

## فردگرانی جدید و تلفن همراه: تکنولوژی فردگرانی و هویت

سعید رضا عاملی

استادیار گروه ارتباطات اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران ssameli@ut.ac.ir

### چکیده:

موبایل نه صرفاً بعنوان يك تکنولوژی جدید مخابراتی، بلکه به عنوان يك صنعت همه رسانه ای فرد مورد توجه مطالعات فرهنگی قرار می گیرد. فردگرانی پدیده ای است که محصول تحولات مربوط به حوزه فهم، تجربه اجتماعی و توسعه تکنولوژی های ارتباطی است که ابزار مند شدن آن با موبایل، وجوه جدیدی از فهم فردیت را بازتولید کرده است. این سنوآل جدی مطرح است که آیا تا کنون تجربه فردی و در عین حال تجربه های اجتماعی فرد با "تکنولوژی فردی"، ابزارمند شده است یا خیر؟ به نظر می رسد همه صنایع ارتباطی قبلی ضمن فردی بودن، به حوزه فردی فرد استقلال نمی بخشیده و بستر توسعه فردی را فراهم نمی کرده است. موبایل مهمترین تکنولوژی فردی است که ضمن ایجاد "خلوت مستقل فردی" رابطه اجتماعی فرد را در يك بستر شبکه ای معنا دار کرده است و می توان از آن تعبیر به "تکنولوژی همه رسانه ای فردی" نمود. در این مقاله ابتداء نگاه مفهومی و نظری خواهیم داشت به جنبه های فردی و هویتی موبایل و سپس با نگاه به عناصر توسعه فردی موبایل به تحلیل مطالعه موردی که نگارنده در خصوص ارتباط موبایل با هویت فردی و زندگی روزمره داشته است، پرداخته خواهد شد. در بخش دوم مقاله ابعاد کمی مطالعه منعکس می شود و در بخش سوم نتایج کیفی تحقیق در قالب جنبه های شخصی و خصوصی موبایل مورد بحث قرار خواهد گرفت

**کلید واژه ها:** تلفن همراه، فردیت، هویت فردی، زندگی روزمره، اس ام اس، تکنولوژی فردی، دسترسی فوری و فرهنگ فوری، حوزه خصوصی زندگی

### مقدمه:

فردگرانی پدیده ای است که محصول تحولات مربوط به حوزه فهم، تجربه اجتماعی و توسعه تکنولوژی های ارتباطی است. این سنوآل جدی مطرح است که آیا تا کنون تجربه فردی و در عین حال تجربه های اجتماعی فرد با "تکنولوژی فردی"، ابزارمند شده است یا خیر؟ به نظر می رسد همه صنایع ارتباطی قبلی ضمن فردی بودن، به حوزه فردی فرد استقلال نمی بخشیده و بستر توسعه فردی را فراهم نمی کرده است. موبایل مهمترین تکنولوژی فردی است که ضمن ایجاد "خلوت مستقل فردی" رابطه اجتماعی فرد را در يك بستر شبکه ای معنا دار کرده است. موبایل بعنوان وسیله ارتباطی مطرح است که ظرفیت های رو به توسعه آن، این ابزار ارتباطی را تبدیل به ظرفیت کامپیوتری و چند رسانه ای کرده است. با این نگاه، تلفن همراه "تکنولوژی فردی" محسوب می شود که حوزه استقلال جدیدی از "فرد گرانی" را منعکس می کند. این فردگرانی لزوماً با "خود خواهی" باز تعریف نمی شود، بلکه لایه "انتخابگری فردی" را منعکس می کند که بصورت ابزارمند حوزه مستقل تری را برای فرد فراهم کرده است. در این روند، موبایل توسعه کامپیوتر و اینترنت محسوب می شود که ظرفیت دیجیتالی با فراهم آورده است که "انعطاف گسترده ای" را برای فرد بوجود آورده است. این توسعه تابع توسعه های دیجیتالی با منطق ریاضی است که ترکیب، تقسیم، ضرب و منها شدن را امکان پذیر می کند. در این روند داده ها اعم از متن، قابلیت هر نوع تغییر و ترکیب را پیدا می کنند. نظام برنامه ای تلفن همراه، قابلیت های متنوع چند رسانه ای و ظرفیت هایی مثل صدا برداری، فیلم برداری و عکاسی و علاوه بر آن اتصال به اینترنت و انطباق پذیری برنامه های کامپیوتری را پیدا کرده است. اگر عناصر مادی نیازهای فردی را در يك تعامل اجتماعی، عناصری مثل لباس، وسیله حمل و نقل و "وسایل شخصی" زندگی فرد بدانیم، تلفن همراه نیز بر نیاز های فردی اجتماعی فرد اضافه شده است. موبایل يك رنگ محسوب می شود که شاخص "ابراز فردی" نیز شده است. وقتی شما زنگ خاص را به شماره خاص وصل می کنید، ایجاد يك رنگ هویتی برای تماسهای خود می کنید و در واقع زنگ خاص موبایل "نماینده گی" می کند يك معنای اجتماعی را که با خود کدهای هویتی را به همراه دارد. همانطور که منتظر قائم (۱۳۸۲) در سنخ شناسی رادیو و دوران معاصر طرح می کند، تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات، حوزه تحولات ارتباطی و اجتماعی را توسعه بخشیده و قلمروهای گسترده ای مثل محله، شهر، کشور و منطقه را به همه جهان توسعه بخشیده است. لذا "سایت قدرت ارتباطی" يك عرصه جهانی پیدا کرده است. از این منظر تلفن همراه یعنی فرد در همه حال، پیوند خورده با جهان. موبایل يك سیستم ارتباطی بدون سیم است که امکان دسترسی را در شرایط متفاوت و جغرافیای متفاوت فراهم می کند. بر این اساس، تلفن همراه نماد "ارتباط همه جا حاضر" است. این خصیصه موبایل را به مفهوم "جامعه مجازی فراگیر" نزدیک می کند. از طرف دیگر تلفن همراه بعنوان یک تکنولوژی کاربرزمتیک در مقایسه با تکنولوژی های موبایل دیگر مثل کامپیوتر های لپ تاپ و تلفن ماشین، تجسم فرهنگی پیدا کرده است و بصورت گسترده ای وارد

مسیر زندگی اجتماعی شده است (فورچونیتی، ۲۰۰۱). تلفن همراه از قابلیت مردمی بودن، فراگیر بودن و کثرت کاربران برخوردار است. تلفن همراه یک صنعت ارتباطی چند رسانه ای است که به نوعی بازگشت به سنت ارتباطی اولیه یعنی تلفن های بی سیم که آغاز صنعت ارتباطی است، محسوب می شود. این صنعت ارتباطی و چند رسانه ای، همچون اجداد خود یعنی تلفن های ثابت مهمترین صنعت تعاملی ارتباطی است که هر دو طرف ارتباط یعنی فرستنده و گیرنده پیام فعال هستند و بصورت همزمان همچون حضور رو در ایجاد تعامل می کنند و در این روند تفاوت بین فرستنده و گیرنده را از بین می برند. در روند پیشرفت موبایل، موبایل کامپیوترها یک نقطه عطف محسوب می شوند که به لحاظ فنی یک کاربرد پیشرفته از نظامهای کامپیوتری قابل حرکت است که در عین حال که ظرفیت روابط شبکه ای ارتباطی را فراهم می کند، از ظرفیت های "نظام فراگیر کامپیوتری" نیز برخوردار است (بن و همکاران، ۱۹۹۷). روند تحولات رسانه ای و دو فضائی شدن جهان، ضرورت تحول معرفتی در فهم مقوله های اجتماعی را به بقول عبداللہیان (۱۳۸۴) ضرورت می بخشد. از همین منظر مطالعات مربوط به موبایل و فرهنگ و با اجتماعی شدن، ساز و کار متفاوتی را نیاز دارد.

پالن، سالزمن و یونگ (۲۰۰۱) طی مطالعه کیفی روی فرایند اجتماعی شدن موبایل در زندگی روزمره مطالعه کردند. در این مطالعه ۶ هفته اول استفاده از موبایل ۱۹ نفر مورد توجه قرار گرفت. این مطالعه نشان می دهد که فرد از یک نقطه مبهم و استفاده گسترده به مرحله استفاده بهینه و مشخص منتقل می شود. بطور کلی می توان گفت استفاده از موبایل یک امر فردی است که شدیداً تحت تاثیر عوامل و فرایندهای اجتماعی است. این مطالعه نشان می دهد که روندی رو به تغییری در نهادینه شدن موبایل در روند اجتماعی شدن آن در زندگی فردی کاربر دارد. در دسترس بودن دائمی، مزاحمت ها و یا ددرسرها و یا برنامه های ناخواسته زیادی را به فرد تحمیل می کند. خاموش کردن موبایل نیز می تواند منشاء خستگی، انتظار و یا تنش های روحی طالب تماس واقع شود و به نوعی موجب تضعیف کارآمدی فرد شود.

لذت گرایی، میدان دید داشتن و روشننگری، خصیصه های نسل جوان در تعامل با تلفن همراه تشخیص داده شده است (ویلنسا، ۲۰۰۳). استفاده از موبایل در میان جوانان و نوجوانان بعنوان ابزار سرگرمی و ارتباطات بین گروهی و توسعه فضاهای "همزمان دوستی" امر فراگیری است که صنعت جدیدی را به حوزه سرگرمی ها اضافه کرده است. در کشور فنلند در سال ۱۹۹۴، ۲۰ درصد نسل جوان بین ۱۶ تا ۲۴ سال تلفن همراه داشته اند و طی مدت کوتاه یعنی سال ۱۹۹۸ این میزان به ۹۰ درصد افزایش پیدا کرد. از آن تاریخ میزان مصرف بصورت پیوسته افزایش پیدا کرد و سن مصرف را کاهش داد. در سال ۲۰۰۱ یک سوم بچه های ۷ تا ۱۰ سال صاحب موبایل بودند و ۷۰ درصد آنها اجازه استفاده از موبایل بصورت معمول را داشته اند (ویلنسا، ۲۰۰۳:۴۴۴).

به مرور موبایل از یک وسیله ارتباط صرف به یک ابزار چند منظوره شخصی توسعه پیدا کرده است. مطالعات ویلنسا (۲۰۰۳) نشان می دهد که بطور میانگین جوانها در روز ۶ تا ۸ تلفن و به همین تعداد پیام تبادل می کنند. ۹۳٪ افراد از تقویم، زنگ ساعت و ماشین حساب موبایل استفاده می کنند. و بطور متوسط ۷۹٪ جوانها از زنگ جدید و لوگو جدید استفاده می کنند. کارکرد های جدید موبایل محل توجه نسل جوان هست و به همین دلیل شرکت های تجاری روی کارکردهای جدید موبایل تاکید می کنند.

موبایل ظرفیت ابزاری شده است برای "تعاملات جمعی همزمان" که فرد را با افراد و موسسات و از طرفی با علائق مختلف اعم از امور تفریحی و سرگرمی ها و همچنین مسائل جدی کاری و حتی پیوند های جماعتی و دینی مرتبط می سازد. امروز مراکز دینی هم در عالم مسیحیت و هم در عالم اسلام از ظرفیت های موبایل برای پیوند روزمره فردی با کاربران موبایل استفاده می کنند. کاتولیک ها با اعلام علاقه به دریافت پیام های معنوی، بصورت روزانه "پیام های معنوی دریافت می کنند. مثلاً در ایرلند با تماس با شماره ۵۳۱۴۱ این امکان فراهم می شود که ۱۰ دقیقه پیام های مذهبی را به صورت صوتی گوش دهند. در تایوان، از تصویر مذهبی برای صفحه اصلی موبایل گرفته تا صدای زنگ موبایل و پیام های دینی ظرفیت سازی شده است و با مسلمانان در سراسر جهان با استفاده از موبایل اف ۷۱۰۰ که توسط کمپانی ال جی کره جنوبی طراحی شده، امکان اعلام اوقات نماز برای ۵۰۰ شهر جهان فراهم شده است.

دینی شدن موبایل به قلمروهای دیگر نیز توسعه پیدا کرده است. جهت قبله و امکان پرداخت صدقات و کمک های مالی مثل خمس و زکات توسط موبایل فراهم شده است. مثلاً صدقه روزانه که توسط موبایل صورت می گیرد و روی قبض موبایل منعکس می شود (اکونومیست، ۱۰ مارچ ۲۰۰۵). پخش اذان نماز که قابل انطباق با اکثر کشورهای جهان هست، نیز کارکردهایی را در موبایل های جدید بوجود آورده است که این تکنولوژی را ضمن اجتماعی بودن، فرهنگی بودن، اقتصادی بودن، تبدیل به یک "صنعت دینی" نیز نموده است. در واقع با وصل شدن کامپیوتر و کامپیوتری شدن موبایل، موبایل بعنوان یک "صنعت کامپیوتری برتر" مطرح شد که ضمن برخورداری از همه قابلیت های کامپیوتر، از امکاناتی مثل عکاسی، فیلمبرداری و ضبط صوت برخوردار است و در عین حال همه امکانات مورد نیاز حرفه ای و در عین حال انواع سرگرمی های شخصی را برای کاربر فراهم می آورد. این ظرفیت در سیستم های "منشی شخصی دیجیتالی" در یک ظرفیت آسان و خود راهبر طراحی شده است.

در این مقاله ابتداء نگاه مفهومی و نظری خواهیم داشت به جنبه های فردی و هویتی موبایل و سپس با نگاه به عناصر توسعه فردی موبایل به تحلیل مطالعه موردی که نگارنده در خصوص ارتباط موبایل با هویت فردی و زندگی روزمره داشته است، پرداخته خواهد شد. در بخش دوم مقاله ابعاد کمی مطالعه منعکس می شود و در بخش سوم نتایج کیفی تحقیق در قالب جنبه های شخصی و خصوصی موبایل مورد بحث قرار خواهد گرفت.

## موبایل، هویت فردی و فردگرایی

هویت فردی، منعکس کننده تلقی است که فرد از خود و دیگری از او دارد. چگونگی خود و یا فرد، در ارتباط معنا داری با ذهنیت و عینیت های فردی است. تلقی فرد از زندگی و انتظارات او از "نقش اجتماعی" و "حوزه فردی" همراه با نوع ارتباطی که با دیگران در مسیر زندگی برقرار می کند حوزه فردی او را شکل می دهد. فردگرایی اشاره به يك حوزه ترجیحی دارد که "جهان فعال و ارزشی" فرد را تشکیل می دهد. وجه منفی فرد گرایی "خود خواهی" و یا "خود مرکزی" است که موجب بی توجهی فرد به مسائل و مشکلات دیگران می شود. وجه مثبت آن عدم دخالت در حوزه فردی دیگران و توجه به "امر شخصی" خود است. از طرفی فرد گرایی، اشاره به "جهان مستقل فرد" و انتخاب های مستقل و فراجمعی و یا شکسته شدن نظام "هنجار اجتماعی" در يك جامعه است. به تعبیر البوت و مارگارتا تاچر در زمان نخست وزیری خود جمله معروفی را طرح کرد که منعکس کننده جامعه آنروز غرب و توسعه آن به سایر جوامع در جهان جدید بود. او گفت جامعه جدید، چیزی نیست مگر "افراد" و "خانواده". به عبارتی هویت جمعی اجتماعی را مورد سؤال قرار داد (البوت و لمرت، ۲۰۰۶). از نظر البوت و لمرت، فرد گرایی در این معنا، يك نوع فاصله گرفتن از توده ها و یا "رفتار توده ای" است. عوامل ساختاری مثل توسعه انتخاب های فردی، از بین رفتن حوزه استقلال بومی، وصل شدن به جهان ها و فرهنگ های متنوع، جامعه یکپارچه قدیم را که با نظام هنجاری جمعی فهمیده می شد، به تکرر فردی با پیوندهای حرفه ای، دوستی و خانوادگی تبدیل کرده است که برای درک آن باید فرد را کانون توجه قرار داد (همان منبع، ص ۱۰).

از نگاه انتونی البوت (۲۰۰۵) در کتاب "مفاهیم خود"، خود از يك ماهیت منعطف، شکننده، تجزیه پذیر و غیر مرکزی برخوردار است. بر همین مبنا، خود مفهومی است که در جامعه پیچیده جدید، موضوع "پراکندگی" و چند رگه ای شدن هویتی و حوزه مستقل اجتماعی، شده است. از همین منظر است که تحلیل "فرد" در روندی های جدید لذت گرایی، جدای از حلقه های "هنجاری خانوادگی، خویشاوندی و دوستی"، قابل فهم می باشد. روشن است که فرد به تنهایی هویت و "خودیت" خود را نمی سازد، بلکه "تکنولوژی" و نوع تعامل با "دیگری" است که در مسیر "زندگی روز مره" هویت و خود را می سازد. "جبرهای اجتماعی" و "جبرهای تکنولوژیک" در این روند نقش مهمی را ایفاء می کنند. از این منظر، موبایل هم بعنوان يك ابزار ارتباطی و هم بعنوان يك ابزار رسانه ای و بعنوان يك نقش اجتماعی که در واقع "امکان دسترسی لحظه ای" را فراهم می آورد، قابل مطالعه است. به تعبیر وثوقی، میرزایی و رحمانی (۱۳۸۴) در این روند فرد خود يك هدف غایبی و مهم است.

موبایل یکی از فردی ترین ابزار زندگی امروز است که امکان "خود اظهاری هویتی" را فراهم می آورد. وقتی فرد از خانه خارج می شود، کلید منزل، کیف پول و موبایل را با خود همراه می کند. ابزاری است که قابلیت انعطافی ارتباطات را فراهم کرده است. (۱) امکان ارتباط دو سویه با چند سویه دائمی، (۲) قابل برنامه ریزی بودن ارتباطات، (۳) انتخابی بودن پذیرش ارتباطات، (۴) انتخابی بودن در دسترس بودن و در دسترس نبودن، (۵) استفاده های چند منظوره رسانه ای، گوش دادن به رادیو، موسیقی و تماشای تلویزیون و ورود به جهان مجازی اینترنت. این قابلیت ها، خصلت های است که کانونی بودن فرد و خواسته های فرد را معنا می بخشد. عرصه های دیگری که انتخاب فرد و هویت فردی را در تعامل با موبایل تجسم می بخشد (۱) انتخابی بودن رنگ موبایل، (۲) انتخابی بودن تصویر یا جعبه تصویری آن، (۳) انتخابی بودن دستگاه و جلد موبایل و حتی نوع ارتباط با دستگاه از طریق گوشیهای با سیم یا بدون سیم که نمادهای هویتی از تشخیص و یا ویژگی های فردی را منعکس می کند.

باید توجه داشت که موبایل فضا و حس واقعی تری را در ارتباطات انسانی در مقایسه با سایر وسایل ارتباط جمعی فراهم آورده است. فرد بدون سناریو در تعاملی زنده با فرد یا افراد دیگر قرار می گیرد. این تعامل در سطح یک ارتباط صوتی تمام نمی شود، بلکه از خصلت ارتباط صوتی و تصویری و در عین حال ارتباط همراه با رویت تصویر و یا ارتباط از طریق نامه الکترونیک و یا ارسال صدا و تصویر بصورت پیام نیز برخوردار است. مثلا در قلمرو دینی این ارتباط، کلیسای یکشنبه را و یا مسجد جمعه و اوقات نماز را به یک ارتباط گسترده تر با واسطه موبایل تبدیل کرده است. کانولیک ها می توانند با ورود به فضایی خاص "پیام معنوی روزانه" را از "پاپ" دریافت کنند. در ایرلند با شماره خاصی (۵۲۱۴)، کاربران موبایل وارد فضای معنوی می شوند. عیسویان ایرلندی نیز بخش خدماتی را به نام "تماس مقدس" طراحی کرده اند که فرد بصورت روزانه از طریق موبایل های تیز هوش، وارد فضای معنوی می شود و بصورت انتخابی در زمانی ۱۰ دقیقه ای گوش دل به پیام های و قطعات مقدس می دهد. تقدس حتی به خود ابزار منتقل شده است و در موبایل های تیز هوش جدید، قطب نمایی تعبیه شده است که امکان یافتن جهت خانه خدا را فراهم می کند (اکونومیست، ارتباط معنوی، ۱۰ مارچ ۲۰۰۵).

کلمه "فرد گرایی" در قرن نوزدهم توسط توکویل تعریف شد. او فرد گرایی را منعکس کننده، پدیده منزوی شدن فرد در جامعه آمریکائی قرن نوزدهم می دانست (کواتس، ۲۰۰۶). با این نگاه فرد گرایی محصول "قدرت گرفتن هویت جمعی" است. اندریس بوس (۲۰۰۰:۱) ریشه شکل گیری فرد گرایی را به تحولات برخاسته از "نهیست های دینی" در قالب اخلاق پروتستان می داند. آنتونی گیدر (۲۰۰۱:۶۱) فردگرایی جدید را محصول جهانی شدن و در واقع تحولات ناشی از صنعت ارتباطات می داند. از نظر او "فردگرایی" در دوره جدید در مقایسه با کل گذشته تاریخ، ابزارمندتر شده است. در فضای جدید، از نظر گیدر، هنجارهای جمعی و "کدهای اجتماعی" منبع هویت فردی نیست، بلکه فرد در تعامل با فضاها و هنجارهای خارج از محیط خود قرار دارد.

جهانی شدن به معنای جدید آن، ظرفیت فردگرایی را توسعه بخشیده است، محدوده های جغرافیائی ارتباطات را از بین برده، محدودیت های انگیزه ای فرد را که در کانون "اقلیم فرهنگی محلی" تعریف می شده، به "اقلیم های فرهنگی فراملحلی" توسعه داده است. انتخاب های فردی را "تنوع" و "تکرر" بخشیده، نگاه فراملحلی را در ظرفیت های "محلی گرایی"، "جهانی گرایی" و "محلی-جهانی گرایی" تنوع و توسعه بخشیده است. تنوع، تنوع و توسعه و

انعطاف فضای جدید و بی معنا شدن "دور" و "نزدیک" و از همه مهمتر شکل گیری جهان موازی جدید در کنار جهان شناخته شده قدیم یعنی دو فضایی شدن جهان (عاملی، ۱۳۸۲، ۱۳۸۳) فردیت و فردگرایی را "لایه ای" و به صورت همزمان متکثر کرده است.

اگر بتوانیم لایه های مختلف فرد و فردیت را تعریف کنیم، فهم فضای تعاملی امروز آسان می شود. لذا قبل از تحلیل لایه های فرد و فردیت لازم است تفاوت فرد و فردیت را توضیح دهیم تا از این زوایه تفاوت بین شکل و محتوا برجسته شود. فرد یا شخص، اشاره به واحد انسانی یا حتی حیوانی دارد که يك فرد را از دیگری جدا می کند و به نوعی منعکس کننده شکل و قالب است. فردیت منعکس کننده معنا، شخصیت و هویت فرد است که "بر" و در "فرد" انعکاس می یابد. بنا بر این، فرد و فردیت به هم پیوسته و مرتبط با یکدیگر هستند، اما فرد قالب را منعکس می کند و فردیت "محتوای این قالب" را بیان می کند. به نظر می رسد، پیوند موبایل و فرد، ۵ لایه مهم را برای فردیت فرد بدنبال می آورد:

(۱) توسعه فردی

(۲) توسعه نظام ارتباطات بین فردی

(۳) توسعه انتخاب ها و تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فرد

(۴) تغییر در پیوندها، دلبستگی های فردی و حوزه خصوصی زندگی

(۵) دسترسی فوری یا فرهنگ فوری

تلفن موبایل بعنوان "ابزار فردی" که فردیت را ابزار مند می کند و حوزه علائق فردی را تسهیل می کند، می تواند با لایه های مختلف فردیت پیوند معنا داری برقرار کند. در بخش بعدی مقاله ابتداء مطالعه موردی که در خصوص تلفن همراه و زندگی روز مره با تاکید بر فرد گرایی و تلفن همراه توسط نگارنده صورت گرفته معرفی می شود و سپس با تاکید بر پیامدهای پنجگانه فردی تلفن همراه، به تحلیل داده های کمی و کیفی این مطالعه پرداخته خواهد شد.

## ۲. مطالعه موردی در ایران: تلفن همراه بعنوان تکنولوژی ارتباطی فردی

در این قسمت، بخشی از پژوهش میدانی در خصوص موبایل، هویت و زندگی روزمره که توسط نگارنده صورت گرفته منعکس می شود. به همین منظور، پرسشنامه روی خط (آن لاین)، همراه با توزیع پرسشنامه در فضای واقعی هر دو گروه را هم در فضای واقعی و هم در فضای مجازی با سنوآل های مربوط به تلفن همراه، هویت و زندگی روزمره مورد سنوآل قرار داد. در این پرسشنامه هم در سنوآل های بسته و هم در سنوآل های باز، جنبه های فردی و هویتی پاسخگوها مورد بررسی قرار گرفت. به مدت ۵ هفته پرسشنامه را در اختیار کاربران "هات میل" و "یاهو" و همچنین از طریق وب لاگ ها بصورت نمونه گیری تصادفی، افراد مختلف با خصوصیات متفاوت مورد سنوآل قرار گرفتند. روش تحقیق ترکیبی کمی و کیفی که هم به تحلیل اطلاعات آماری و هم به تحلیل پاسخ های کیفی پاسخگوها توجه می کند، مورد استفاده قرار گرفت. تحلیل آماری بر فراوانی داده ها و معنادار بودن آماری روابط بین متغیر های تاکید می کند و اطلاعات کیفی که از پرسشنامه های باز استخراج شده است، ابعاد عمیق تری از نظر پاسخگوها را منعکس می کند و لزوما دیدگاه پاسخگوها را در چهارچوب پاسخ های تعیین شده توسط محقق قرار نمی دهد. روش ترکیبی در مطالعات زیادی توسط نگارنده این مقاله (عاملی، ۲۰۰۲، عاملی و همکاران، ۲۰۰۴الف، ۲۰۰۴ب، ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶) مورد استفاده قرار گرفته است و در این تجربه، نتایج معنا دار و عمیقی از این تجربه انعکاس پیدا کرده است. در این بخش لایه های مختلف فردیت را که در عرصه تحولات تکنولوژیک و خصوصا با آمدن "تکنولوژی فردی موبایل" که هم حلقه مستقل فردی را فراهم آورده است و هم فرد را از همه گذشته تاریخ متصل تر و مرتبط تر با دیگری قرار داده است مورد توجه قرار گرفته است. پنج عنصری را که در بخش قبل، بعنوان لایه های مختلف فردیت در پرتو "فردگرایی" جدید منعکس شد، مورد آزمون قرار می گیرد.

### ۲-۱ توسعه های فردی در پرتو موبایل

در درجه اول باید توجه داشت که علیرغم ظرفیتهای گسترده ای که موبایل در قلمروهای مختلف پزشکی، حرفه ای، رسانه ای، دینی و سرگرمی ها دارد، دو ظرفیت مهم تلفن همراه یعنی تماس تلفنی و ارسال و دریافت "پیام متنی" و همچنین "پیام صوتی" و "پیام تصویری" استفاده غالب و شایع آن می باشد. این دو قابلیت، ظرفیت های فردی را توسعه می بخشند و همچنین حوزه خصوصی فرد را توسعه می دهند. نمونه این تحقیق نشان می دهد بخش قابل توجهی از کاربران موبایل از قابلیت پیام متنی تلفن همراه استفاده می کنند. همانطور که در جدول ۱ منعکس شده است، از میان ۷۰۰ پاسخگوی، ۷۶ درصد از سیستم فعال ارسال پیام متنی استفاده می کنند. پیام متنی چه در قالب "نوشته"، "صدا" و یا "تصویر" لایه عمیق تری از اندیشه انسانی را منعکس می کند و لزوما به معنای انعکاس "فرهنگ و اندیشه فوری" نیست.

جدول ۱: آیا سیستم اس ام اس تلفن همراه شما فعال هست؟

پاسخ	تعداد	درصد
------	-------	------

بله اس ام اس تلفن همراه فعال است.	۵۳۲	۷۶%
خیر اس ام اس تلفن همراه فعال نیست.	۱۶۸	۲۴%
تعداد کل	۷۰۰	۱۰۰%

در سئوالی که از پاسخگوها سئوال شده است که آیا پیام های را که به دلالت محدودیت ها و یا محذور های اجتماعی بصورت چهره به چهره به دیگران منتقل نمی کنید، از طریق پیامهای متنی، ارسال می کنید یا خیر؟ بیش از ۴۰ درصد گفته اند، بله و فقط ۱۲% اعلام کرده اند که تلفن همراه چنین نقش واسطه ای را ایفاء نمی کند. جمعیت قابل توجهی (۴۶%) اظهار کرده اند که برای آنها تفاوتی نمی کند. این نشان می دهد که موبایل نقش مهمی در تغییر نظام هنجاری بین فردی دارد و به نوعی "محدودیت های هنجاری" را کاهش می دهد. درصد قابل توجهی از کسانی که موبایل را ابزار ارسال پیام های خصوصی خاص می دانند، جامعه دانشجویان (۵۲/۲%) هستند، که این نسبت در میان کسانی که از تحصیلات دکترا (۲۸/۶%) و یا فوق لیسانس (۳۰/۵%) برخوردار هستند، کمتر است.

جدول ۲: آیا شما پیام هایی را که در ملاقات چهره به چهره، از بیان آن خجالت می کشید، توسط موبایل راحت تر ارسال می کنید؟

جمع	سطح تحصیلات						بله	خیر	تفاوت خاصی ندارد
	دکترای	فوق لیسانس	لیسانس	دانشجوی کارشناسی	دیپلم	دبیرستان			
۲۸۶	۴	۳۲	۷۰	۱۱۹	۴۶	۱۵	آیا محبت های خصوصی را که رو در رو به دوستانتان نمی توانید بگوئید، به صورت اس ام اس به آنها می فرستید؟		
۰.۱۰۰%	۴.۱%	۲.۱۱%	۵.۲۴%	۶.۴۱%	۱.۱۶%	۲.۵%			
۹.۴۰%	۶.۲۸%	۵.۲۰%	۷.۲۸%	۲.۵۲%	۵.۲۶%	۶.۳۳%			
۹۱	۱	۱۷	۲۷	۳۲	۱۸	۶			
۰.۱۰۰%	۱.۱%	۷.۱۸%	۷.۳۹%	۲.۲۴%	۸.۱۹%	۶.۶%			
۰.۱۳%	۱.۷%	۲.۱۶%	۹.۱۴%	۶.۹%	۳.۱۴%	۰.۱۳%			
۳۳۳	۹	۵۶	۸۴	۸۷	۶۳	۳۵			
۰.۱۰۰%	۸.۲%	۲.۱۷%	۰.۲۶%	۹.۲۶%	۲.۱۹%	۷.۷%			
۱.۴۶%	۲.۶۴%	۲.۵۳%	۴.۴۶%	۲.۳۸%	۲.۴۹%	۳.۵۴%			
۷۰۰	۱۴	۱۰۵	۱۸۱	۲۲۸	۱۲۶	۴۶			
۰.۱۰۰%	۰.۲%	۰.۱۵%	۹.۲۵%	۶.۳۳%	۰.۱۸%	۶.۶%			
۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%			

نکته قابل توجه اینکه به دلیل گران بودن موبایل در ایران، طبقه کم درآمد جامعه امکان برخورداری از تلفن همراه را ندارند. جامعه آماری مورد مطالعه این تحقیق نشان می دهد، ۸۸.۴ درصد پاسخگوها خود را متعلق به طبقه متوسط دانسته اند و فقط ۴.۹ درصد از طبقه پائین بوده اند. البته باید توجه داشت که اکثریت بالایی از ایرانی ها، علیرغم عدم برخورداری از درآمد کافی برای زندگی متوسط، خود را متعلق به "طبقه متوسط" جامعه می دانند. این مهم اشاره به قوی بودن حس حرکت و تغییر وضعیت اجتماعی و "پیشرفت طلبی" و در عین حال فرار از واقعیت در جامعه ایرانی است، یعنی افراد ترجیح می دهند خود را بعنوان طبقه متوسط معرفی کنند تا طبقه پائین.

جدول ۳: کسانی که به صورت فعال از اس ام اس استفاده می کنند به تفکیک طبقه اجتماعی

جمع	گروه های درآمدی (طبقه اجتماعی)			بله	خیر
	طبقه بالا	طبقه متوسط	طبقه پایین		
۵۳۲	۳۹	۴۷۱	۲۲	آیا سیستم اس ام اس موبایل شما فعال هست؟	
۰.۱۰۰%	۲.۷%	۵.۸۸%	۱.۴%		
۰.۷۶%	۰.۸۳%	۱.۷۶%	۷.۶۴%		
۱۶۸	۸	۱۴۸	۱۲		
۰.۱۰۰%	۸.۴%	۱.۸۸%	۱.۷%		
۰.۲۴%	۰.۱۷%	۲۳.۹%	۲.۲۵%		





۵	۳	۳	پیام های مذهبی	
۰.۱۰۰%	۰.۴۰%	۰.۶۰%		
۷	۲	۵	اطلاعیه های نیروی انتظامی	
۰.۱۰۰%	۶.۲۸%	۴.۷۱%		
۱۴	۱۰	۴	اخبار	
۰.۱۰۰%	۴.۷۱%	۶.۲۸%		
۱۹۶	۹۶	۱۰۰	سایر موارد	
۰.۱۰۰%	۰.۴۹%	۰.۵۱%		
۷۰۰	۲۷۹	۴۳۱	جمع	
۰.۱۰۰%	۹.۳۹%	۱.۶۰%		
۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%		

جدول ۵: نظر شما درمورد نقش موبایل در زندگی روزمره چیست؟

موبایل چه نقشی در زندگی روزمره شما داشته است؟	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی
موجب خستگی بیشتر شده است	۱۳	۷.۱
موجب تسریع در حرکت اطلاعات شده است، بنابراین مشکلات را افزایش داده است	۵۶	۰.۸
زندگی را راحتتر کرده و موجب آسایش بیشتر شده است	۱۸۶	۶.۲۶
زندگی را راحتتر و امور را حرفه ای تر کرده است	۴۱۳	۰.۵۹
تغییرات مهمی را نمی بینم	۳۳	۷.۴
جمع	۷۰۰	۰.۱۰۰

در مورد نقش موبایل در زندگی روزمره، نیز دیدگاه ها، حکایت از جایگاه مهم این "تکنولوژی در زندگی روزمره" می کند. فقط ۱/۷ درصد پاسخگوها، موبایل را عامل خستگی بیشتر و از دست دادن انرژی دانسته اند. ۸% پاسخگوها، ضمن اعتراف بر نقش موبایل در "حرکت آسانتر اطلاعات" بر بعد "زحمت آفرینی" آن تاکید کرده اند. ۲۶% پاسخگوها به نقش آسایش آفرینی و آسان سازی زندگی و ۵۹% ضمن تاکید بر نقش "آسایش آفرینی" موبایل بر بعد حرفه ای سازی روندهای کار و زندگی به واسطه موبایل تاکید کرده اند. درصد کوچکی (۴/۷%) نیز معتقد به این هستند که موبایل تغییر جدی در زندگی بوجود نیاورده است.

## ۲-۲ موبایل و توسعه ارتباطات بین فردی

"آزادی" و "احساس آزادی" دو مفهوم به هم مرتبط ولی قابل تفکیک از یکدیگر می باشند. آزادی در يك کشور بستگی به فرصت ها و محدودیت های قانونی و عملی دولت ها دارد که در قوانین مدنی و نظام شهروندی پیش بینی شده و در عمل مورد توجه قرار می گیرد. آزادی در معنای مصطلح خود به اشکال مختلف قدرت انتخاب و مشارکت افراد جامعه را در امور سیاسی و زندگی روز مره توسعه می بخشد. اما "احساس آزادی" يك پدیده اجتماعی است که در ذهن فرد انعکاس پیدا می کند، بنابراین يك بعد شناختی، احساسی و در عین حال معرفتی نسبت به آزادی دارد.

احساس آزادی بر "آرامش اجتماعی"، "احساس امنیت" و کاهش "احساس ناستالژیک" نسبت به سایر جوامع، می گذارد. آزادی و احساس آزادی در يك فرایند معکوس در ارتباط معنا داری با "فقر" و "احساس فقر" می باشد. از این منظر، تکنولوژی و قدرت و یا به تعبیر دیگر، "تکنولوژی قدرت" که امکان دسترسی به سایر فرهنگ ها و یا اساسا

"دورافتاده ها" را فراهم می آورد، اهمیت جدی پیدا می کند. در این روند، دسترسی به تکنولوژی پیشرفته، خصوصا تکنولوژی هایی که "دسترسی به اطلاعات و دیگران" را فراهم می کند، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. تلفن همراه بعنوان تکنولوژی ارتباطی همه جا حاضر که فرد را در همه ساعات روز و شب و در همه مکان ها در يك ارتباط متصل با "دیگران" قرار می دهد، ابزاری برای "توسعه قدرت فرد" محسوب می شود.

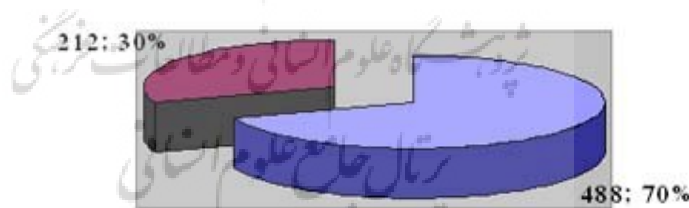
اگر چه تلفن همراه در ایران به ظرفیت های گسترده اطلاعاتی خود نرسیده است ولی با همین ظرفیت های محدود، فرد را وارد يك "فضای متصل" به "دیگری" قرار داده است. ظرفیت های جامع این "صنعت چند رسانه ای و ارتباطی فردی، که می توان از آن تعبیر به "صنعت ارتباطی و چند رسانه ای و در عین حال کامپیوتر سیار فردی" کرد، امکانات همه رسانه ها اعم از رادیو، تلویزیون، سینما، روزنامه، ضبط و پخش انواع صدا ها و همچنین همه امکانات کامپیوتری با نرم افزار های مختلف و از همه مهمتر اتصال به جهان مجازی اینترنت را در خود جمع کرده است. ولی در همین مرحله که بخشی از ظرفیت های تلفن همراه در اختیار کاربران ایرانی است، این تحقیق نشان می دهد که احساس آزادی در میان "موبایل داران" افزایش پیدا کرده است. از میان ۷۰۰ نفر پاسخگو، ۴۴.۶ درصد اظهار داشته اند که تلفن همراه تاثیر جدی در توسعه آزادی فردی داشته است. فقط ۲۲.۶ درصد این ابزار تکنولوژیک را در فراهم آوردن آزادی بیشتر بی نقش می دانند.

جدول شماره ۶: آیا تلفن همراه نقش جدی در آزادی فردی شما داشته است؟

دیدگاه پاسخگوها	تعداد	درصد
بله بصورت جدی تاثیر گذاشته است	۳۱۲	۴۴.۴%
خیر هیچ تاثیری نداشته است	۱۵۸	۲۲.۶%
تفاوت خاصی نکرده است	۲۳۰	۳۳.۰%
جمع	۷۰۰	۱۰۰

احساس متصل بودن به جهان، نیز تاثیر جدی بر توسعه "احساس آزادی" در فرد و جامعه دارد. در واقع احساس انتخاب گر بودن، نقش جدی در "ابراز شخصیتی" دارد. در پاسخ به این سوال که آیا با داشتن تلفن همراه احساس "اتصال بیشتری به جهان پیرامون" خود دارد یا خیر؟ نزدیک به ۷۰ درصد گفته اند، بله احساس اتصال بیشتری داریم و ما بقی گفته اند خیر. این در واقع همان معنایی است که رابرتسون (۱۹۹۲) در جهانگرایی جدید که برخاسته از جهانی شدن ارتباطات است بیان می کند. جهان گرایی جدید حس درمیان ۶ میلیارد جمعیت جهان بودن را تقویت کرده است که اولین اثر این حس، کاهش ناستالژیای دور افتادگی از جهان است.

شماره ۱: آیا با استفاده از موبایل احساس می کنید، اتصال بیشتری به جهان پیدا کرده اید؟



وابستگی به تکنولوژی و خستگی از آن تکنولوژی دو احساس پارادوکسیکال است که همواره با انسان همراه بوده است. وقتی تکنولوژی واسطه ارتباط با دیگران می شود، سطح وابستگی را توسعه می دهد و خستگی های متفاوتی از ارتباط صرف انسان با خود تکنولوژی را بدنمال دارد. در جدول ۶ ملاحظه می کنید که فقط ۲۲٪ پاسخگوها اظهار داشته اند که همراه داشتن و همراه نداشتن تلفن همراه برای آنها تفاوتی ندارد. این در حالیست که ۴۳٪ پاسخگوها اظهار داشته اند که در صورت جا گذاشتن تلفن همراه "احساس قطع ارتباط" و ۱۵٪ ابراز داشته اند که احساس گم گشتگی دارند. احساس قطع رابطه در میان طبقه بالای جامعه (۴۳/۶٪) و طبقه متوسط (۴۳/۹٪) از طبقه پائین (۳۵/۳٪) جامعه بطور نسبی بیشتر است. این در حالیست که احساس گم گشتگی که بار فرهنگی جدی دارد در میان طبقه پائین (۳۶/۵٪) به مراتب بیشتر از طبقه متوسط (۱۳/۹٪) و بطور نسبی بیشتر از طبقه بالا (۲۳/۴٪) می باشد. شاید دلیل این موضوع به نوع استفاده و حجم استفاده از يك طرفی و تنوع و انحصار ابزار ارتباطی داشته باشد. به این معنا که در میان طبقه پائین موبایل حجم مهمی از تکنولوژی زندگی فرد را به خود اختصاص دهد ولی طبقه بالا ضمن داشتن موبایل از ابزار متنوع دیگر زندگی مثل مثلا کامپیوتر برخوردار هستند که امکان وصل بودن ارتباطی را برای آنها فراهم می کند.



جدول ۷: رابطه بین احساس فرد در صورت جا گذاشتن تلفن همراه در خانه و طبقه اجتماعی

طبقه اجتماعی		قطع ارتباط	احساس گم گشتگی	احساس آسایش	احساس خاصی ندارم	Total
طبقه متوسط	طبقه پایین					
۲۷۲	۱۲	۹.۳%	۳.۳۵%	۵.۸۹%	۹.۴۳%	
۸۶	۹	۵.۸%	۵.۲۶%	۱.۸۱%	۹.۱۳%	
۵۹	۲	۱.۳%	۹.۵%	۸.۹۰%	۵.۹%	
۲۰۲	۱۱	۹.۴%	۴.۳۳%	۸.۸۹%	۶.۲۳%	
۶۱۹	۳۴	۹.۴%	۴.۳۳%	۶.۲۳%	۶.۲۳%	
۴.۸۸%	۹.۴%					
۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%					

اگر موبایل را در منزل جا بگذارید، چه احساسی در منزل خواهید داشت؟

نتایج مطالعه آماری این تحقیق نشان می دهد، بخش مهمی از تماس ها تلفنی صاحبان تلفن همراه، مربوط به تماس با دوستان (۶۵.۹٪) و اعضاء خانواده (۲۱.۳٪) می باشد و فقط ۱۲.۶٪ تماس ها، مربوط به ارتباطات کاری است. لذا با نگاه اقتصادی به تلفن همراه، این تکنولوژی، بیشتر هزینه آور است تا درآمد زا. با این نگاه اگر فردگرایی را دارای لایه های مختلفی بدانیم که بخش اصلی این لایه ارتباطات دوستی است، به صورت قابل توجهی، با واسطه موبایل امکان توسعه پیدا کرده است. همانطور که در جدول ۵، ملاحظه می کنید درصد تماس با دوستان در میان خانم ها (۷۲٪) بیشتر از آقایان (۶۱/۳٪) می باشد و بر عکس درصد تماس های کاری در میان آقایان (۱۵/۹٪) بیشتر از خانم ها (۷/۵٪) می باشد.

جدول ۸: اکثر ارتباطات تلفنی شما از طریق تلفن همراه با چه کسانی است؟

جمع	جنسیت		دوستان	اعضا خانواده	تماس های کاری	سایر موارد	Total
	زن	مرد					
۴۶۱	۲۰۲	۲۵۸	۰.۵۶%	۳.۶۱%	۱.۶۳%	۲.۲۳%	
۱۴۹	۵۵	۹۴	۰.۱۰۰%	۹.۳۶%	۱.۶۳%	۳.۲۱%	
۸۸	۲۱	۶۷	۰.۱۰۰%	۹.۲۳%	۱.۷۶%	۶.۱۳%	
۲	۰	۲	۰.۱۰۰%	۰.۰%	۰.۱۰۰%	۰.۰%	
۷۰۰	۲۷۹	۴۲۱	۰.۱۰۰%	۹.۳۹%	۱.۶۰%	۰.۱۰۰%	

اکثر تماس های شما از طریق موبایل به چه کسانی اختصاص دارد؟

۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	
--------	--------	--------	--

### ۲-۳ توسعه انتخاب ها و تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فردی

آنتونی گیدنر (۲۰۰۱:۶۱) مهمترین پیامد جهانی شدن را تغییر در تلقی فرد از خود و ظهور فردگرایی جدید می داند. فردگرایی جدید، از نظر او شرایطی است که فرد، "نقش مستقل تری" در ساختن هویت فردی خود پیدا می کند. در واقع وزن سنت های اجتماعی، ارزش های شکل گرفته گذشته و هنجاری های جمعی اعم از جنسیت، قومیت، نژاد و یا حتی هنجارهای دینی در این روند کم رنگ می شود. کم رنگ شدن این منابع هویتی، به معنای از بین رفتن آنها نیست، بلکه به معنای "خودآگاه شدن روندهای انتخاب" است. فرد گذشته در يك تعامل ناخودآگاه با منابع هنجاری ارتباط برقرار می کرد ولی در روند جدید به دلیل توسعه انتخاب ها، فرد نیازمند يك نظام ترجیحی است که او را بعنوان يك "انتخاب گر"، یکی را بر دیگری ترجیح دهد. تکنولوژی بعنوان "واسطه ابراری ارتباط"، نقش اصلی در بازتعریف "مکان و زمان" یافته است.

همانطور که گفته شد، توسعه و تنوع انتخاب ها، به نوعی منعکس کننده توسعه قدرت فردیت می باشد که فرد را از محدودیت و تعامل تک انتخابی به تکثیر انتخاب ها منتقل کرده است. نمونه مهم این قدرت انتخاب در تلفن های همراه دیده می شود. چند منظوره شدن این صنعت فردی ارتباطی به همراه انتخاب های متکثری که در این صنعت فراهم شده، موجب چند انتخابی شدن خود ابزار و دسترسی ها از طریق این ابزار شده است. زنگ تلفن همراه و نظام کد گذاری صدا در پیوند با دوستان و یا طبقه بندی دوستان بر مبنای زنگ موبایل، بعد دیگری از جنبه های فردی تلفن همراه است که منعکس کننده نوع تعامل "فرد" با "صدا و موسیقی" و همچنین نوع رابطه با واسطه فرد، موسیقی و "دیگری" است. در مطالعه يك جامعه ۷۰۰ نفره، به روشنی مشخص می شود که انتخاب ها تعدد و تکثر و در عین حال تنوع گسترده ای پیدا کرده است و لزوما افراد را حتی بر اساس متغیرهای جمعیتی نمی توان طبقه بندی نمود. طبقه بندی جامعه جدید بر مبنای "انتخاب ها" صورت می گیرد، و نظام طبقاتی متفاوتی را منعکس می کند.

جدول ۹: نظر پاسخگوها نسبت به صدای زنگ مورد علاقه موبایل به تفکیک جنسیت

جمع کل	جنسیت		
	زن	مرد	
۳۹	۹	۳۰	موسیقی شاد ایرانی
۰.۱۰۰%	۱.۲۳%	۹.۷۶%	
۶.۵%	۳.۳%	۱.۷%	موسیقی پاپ
۸۳	۳۵	۴۸	سمفونی
۰.۱۰۰%	۲.۴۳%	۸.۵۷%	
۹.۱۱%	۵.۱۳%	۴.۱۱%	موسیقی آرام
۱۰۱	۳۵	۶۶	موسیقی انقلابی
۰.۱۰۰%	۷.۳۴%	۲.۶۵%	
۴.۱۴%	۵.۱۳%	۷.۱۵%	زنگ معمولی تلفن
۱۷۳	۷۹	۹۴	صداهای تفریحی
۰.۱۰۰%	۷.۴۵%	۳.۵۴%	
۷.۲۴%	۲.۲۸%	۲.۲۳%	صدا طبیعت
۱۹	۷	۱۲	
۰.۱۰۰%	۸.۳۶%	۲.۶۳%	
۷.۲%	۵.۳%	۹.۳%	
۱۳۷	۴۰	۸۷	
۰.۱۰۰%	۵.۲۱%	۵.۶۸%	
۱.۱۸%	۲.۱۴%	۷.۲۰%	
۳۵	۲۱	۱۴	
۰.۱۰۰%	۰.۶۰%	۰.۴۰%	
۰.۵%	۵.۷%	۳.۳%	
۳۶	۲۱	۱۵	
۰.۱۰۰%	۲.۵۸%	۷.۴۱%	

چه صدای زنگ موبایلی بیشتر مورد علاقه شماست؟

۱.۵%	۵.۷%	۶.۳%	بدون صدا (لرزش)
۸۶	۳۲	۵۴	
۰.۱۰۰%	۲.۳۷%	۸.۶۳%	سایر صداها
۳.۱۲%	%۵.۱۱	۸.۱۲%	
۱	۰	۱	جمع کل
۰.۱۰۰%	%۰	۰.۱۰۰%	
%۱	%۰	%۲	
۷۰۰	۳۷۹	۴۲۱	
۰.۱۰۰%	۹.۳۹%	۱.۶۰%	
۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	

همانطورکه در جدول شماره ۹ ملاحظه می شود، موسیقی آرام (۲۴/۷٪) از بالاترین محبوبیت برخوردار است و بدنبال آن زنگ معمولی تلفن (۱۸/۱٪) و موسیقی سمفونی (۱۴/۴٪) قرار دارد. موسیقی پاپ (۱۱/۹٪)، موسیقی شاد ایرانی (۵/۶٪)، صدای طبیعت (۵/۱٪) در مرحله بعدی قرار گرفته اند. ۲۸/۳٪ درصد پاسخگوهای زن نیز، به موسیقی آرام علاقه نشان داده اند و در صد قابل توجهی به سمت موسیقی سمفونی (۱۲/۵٪) و موسیقی پاپ (۱۲/۵٪) متمایل هستند.

سئوال جدی که در اینجا می توان طرح کرد، قابل تفسیر بودن انتخاب های موقت و تنوع انتخاب ها، در قالب "هویت های ثابت" فردی و اجتماعی است. به نظر می رسد در بسیاری از موارد، افراد انتخاب های خود را تغییر می دهند و اگر هم جنبه هویتی برای فرد فراهم می آورد، در يك لایه "هویتی موقت" قرار دارد. پیوندهای معنایی که بین مثلا زنگ موبایل و زندگی مورد علاقه و یا پیوست های فرهنگی فرد و جامعه برقرار می شود، نیز محل تامل است. از طرفی، این سئوال که نسل جدید و فرد گرانی جدید، چه مقدار به جمع توجه می کند و اساسا فردگرانی جدید، تا چه حد تفسیر کننده ابعاد "خود خواهانه فردی" و چه مقدار منعکس کننده، سلیقه و علاقه های متفاوت فردی است، و از تجاوز به حقوق دیگران پرهیز می کند. و یا می توان سئوال اساسی تری را که کوثری (۱۳۸۴) در "آنومی اجتماعی فضای مجازی" بدان توجه کرده، در مورد آنومی موبایل بعنوان زیر مجموعه و توسعه دهنده فضای مجازی مطرح کرد و با پارادایم آنومی به تغییر و آشفتگی های ناشی از صنعت فردی موبایل در عرصه اجتماعی توجه نمود. در اینجا نیز موبایل بعنوان يك تکنولوژی فردی که پیامدهای جمعی بسیار زیادی دارد، مثلا صدای زنگ موبایل ممکن است در حالی شروع شود که فرد در میان جمع قرار دارد و خود صحبت کردن در میان جمع، ابعادی است که فرد، موبایل و جمع را به هم مرتبط می سازد.

یکی از آنومی های رایج در فضای تکنولوژیک جدید، صدای زنگ موبایل است که در محافل عمومی، سخنرانی ها، کلاس و حتی بیمارستان منشا، آزار روحی و بهم زدن خلوت و یا توجه دیگران می شود. در پاسخ به این سئوال که آیا صدای زنگ تلفن همراه خود را به لحاظ بلندی صدا، در چه وضعیتی قرار می دهید، پاسخ های متفاوتی ارائه شده است. پاسخ به این سئوال از منظر فهم "فردگرانی" و توجه به جمع اهمیت زیادی دارد. اینکه فردگرانی جدید تا چه حد به جمع توجه می کند و اساسا چه تعاملی بین "خود" و "دیگری" برقرار می کند، و تا چه حد به پرهیز از "صدای اضافی" برای دیگری توجه دارد، اهمیت بسیار زیادی دارد. البته بدیهی است که صدای زنگ، "علامت" عمیق و دقیقی برای انعکاس این معنا نیست و چه بسا محدودیت های فردی منشاء این انتخاب ها باشد ولی آن چیزی که از آن تعبیر به "ملاحظه اجتماعی" و یا "احترام به دیگری" تلقی می شود به نوعی در آن انعکاس پیدا می کند. و اساسا اینکه چه مقدار "موبایل" در تعامل مدنی جدید، مورد توجه قرار گرفته است، به عبارت دیگر، عدم توجه به "دیگری" یا "دیگران" در ارتباطات اجتماعی، خود نیز تفسیر جامعه شناختی متفاوتی از تعامل فرهنگی و "تاخر فرهنگی" را منعکس می کند. بر اساس نظرسنجی این مطالعه، می توان گفت کاربران موبایل توجه جدی به حق دیگران ندارند.

جدول ۱۰: ارتباط بین میزان صدای زنگ موبایل و سن پاسخگوها

جمع کل	گروه های سنی							درجه صدای زنگ موبایل را در چه چیزی زیاد، به میزانی
	بالای ۴۵ سال	۲۰-۲۴	۲۵-۲۹	۳۰-۳۴	۳۵-۳۹	۴۰-۴۴	۱۵-۱۹	
۶۱	۰	۲	۳	۲	۱۵	۳۲	۶	انقدر که فقط خودم بشنوم
۰.۱۰۰%	%۰	۲.۳%	%۹.۴	۹.۴%	۶.۳۴%	۵.۵۲%	۸.۹%	
۷.۸%	%۰	۹.۶%	۸.۵%	۶.۴%	۵.۹%	۵.۱۰%	۵.۸%	
۴۱۸	۱۵	۱۸	۳۳	۴۲	۱۰۱	۱۷۰	۳۹	
۰.۱۰۰%	۶.۳%	۲.۴%	۹.۷%	۰.۱۰%	۲.۲۳%	۷.۴۰%	۲.۹%	

۷.۵۹%	۴.۷۱%	۱.۶۳%	۵.۶۳%	۶.۶۴%	۹.۶۳%	۹.۵۵%	۹.۵۴%	که هم خودم و هم دیگران بشنوند	میزانی تنظیم می کنید؟
۳۳۱	۶	۹	۱۶	۳۰	۴۳	۱۰۳	۳۶	صدای معمولی	
۰.۱۰۰%	۷.۳%	۱.۴%	۲.۷%	۰.۹%	۰.۱۹%	۲.۴۶%	۸.۱۱%	تلفن	
۶.۳۱%	۶.۲۸%	۰.۳۱%	۸.۳۰%	۸.۳۰%	۶.۳۶%	۶.۳۳%	۶.۳۶%		
۷۰۰	۳۱	۳۹	۵۲	۶۵	۱۵۸	۳۰۴	۷۱		
۰.۱۰۰%	۰.۳%	۱.۴%	۴.۷%	۳.۹%	۶.۳۳%	۴.۴۳%	۱.۱۰%	جمع کل	
۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%		

از میان ۷۰۰ نفر پاسخگو فقط ۷/۸ درصد پاسخگوها اظهار کرده اند که صدا موبایل را به میزان بلند می کنند که فقط خودشان بفهمند. ۵۹/۷ درصد آنها اظهار کرده اند که صدای موبایل را به میزانی بلند می کنند که هم خود و هم دیگران بشنوند و ۳۱/۶ درصد اظهار کرده اند که صدای موبایل را سطح صدای معمولی قرار می دهند. بر اساس پیمایش انجام شده، گروه های سنی بالاتر، توجه کمتری به دیگران دارند. بعنوان مثال ۷۱/۴ درصد افراد بالای ۴۵ سال اظهار کرده اند که صدای خیلی زیاد موبایل را ترجیح می دهند.

#### ۴-۲ موبایل، پیوندها، دل بستگی های فردی و حوزه خصوصی زندگی

رابطه بین تکنولوژی و فرهنگ بطور عام و فهم هویتی که فرد از خود و دیگری در ارتباط با تکنولوژی دارد، منعکس کننده ابعاد گسترده "معنایی"، "هویت فردی" و "هویت جمعی" يك جامعه است. در میان تکنولوژی های تجربه شده زندگی انسان، تکنولوژی و صنعت همزمان ارتباطات که "ارتباط با افراد در فاصله های دور" را بصورت همزمان فراهم آورده است، نسبت جدیدی از فرهنگ، معنا، حافظه و فاصله را بازسازی کرده است. این تجربه درک پیوند خورده ای بین "خود"، "تکنولوژی" و "دیگری" فراهم آورده است. اندیشمندانی مثل تریندیس (۱۹۸۹ و ۱۹۹۵) ترافیمو و همکاران (۱۹۹۱) و مارکوس و کیتاما (۱۹۹۱) بین اموری که مربوط به "خود شخصی و فردی" و اموری که مربوط به "خود جمعی" می شود تمایز قائل می شوند و کسانی مثل گونیلو و استاوا (۲۰۰۶) در مقاله اخیر خود در خصوص فردگرایی-جمع گرایی و خلاقیت گروهی تلاش کرده اند که رابطه بین این قلمرو بروز فرد یعنی خود فردی و خود جمعی رابطه برقرار کنند. خود فردی و خصوصی، دارای قلمرو شناختی است که در بردارنده "نشان ویژه ای" (مثل نوع لباس و یا اصطلاحات خاص گفتگو)، موقعیت (مثل امور مربوط به جایگاه اجتماعی و یا مثلا شغلی) و یا رفتار خاص (مثل خنده رو بودن و یا مثلا زنگ بودن) می تواند باشد. خود جمعی مربوط به عضویت، روابط و نقش های اجتماعی است. با نگاه به خود فردی و خود جمعی، موبایل را می توان مرتبط نمود و این "تکنولوژی فردی" را در بردارنده "نشان ویژه" برای منعکس کردن و مرتبط کردن "خود" و "دیگری" دانست.

موبایل با ظرفیت ها انتخابی که فراهم کرده است، "نشان جدیدی برای انعکاس "خود" و "دیگری" شده است. بعنوان مثال قابلیت های چند منظور آن، در قالب امکان تغییر "زنگ موبایل"، امکان تغییر تصویر روی صفحه موبایل، امکان انتخاب خود موبایل، امکان تغییر "زنگ موبایل" متناسب با نوع روابطی که با افراد وجود دارد، این تکنولوژی ارتباطی را تبدیل به يك نماد و نشانه "هویت فردی" و در يك نگاه دیگر، تبدیل به يك نماد و نشانه "هویت جمعی فرد" نموده است. در جدول ۱۱ ملاحظه می کنید يك جامعه آماری ۴۸ درصدی، زنگ تلفن های دریافتی خود را به لحاظ نوع زنگ کد گذاری می کنند و با روشی جدید، از صدای زنگ تلفن نوع تعاملی هویتی خود را بازسازی می کنند. پیوسته کردن صدا زنگ با نوع روابط دوستی، پیوست جدیدی از رابطه تکنولوژی و هویت محسوب می شود که هیجانانگیز، احساسات، بودن ها و نبودن های فرهنگی و معنایی فرد و رابطه فرد با دیگری را معنا می بخشد. همینطور که جدول ۱۱، نشان می دهد، این نوع تعامل اجتماعی در میان گروه های سنی ۱۵ تا ۳۹ سال بسیار گسترده است و می توان گفت بیش از ۸۵% کسانی که از سیستم کدگذاری صدای زنگ استفاده می کنند در این گروه های سنی قرار دارند.

استفاده از سیستم کد گذاری زنگ و هویت دیگران، در حلقه دوستان و کسانی که برای فرد اهمیت دارند، شکل می گیرد. لذا این روش حلقه دوستی های اجتماعی و پیوست های اجتماعی فرد را نیز منعکس می کند. از این منظر موبایل، با همه ظرفیت های آن و بعنوان يك تکنولوژی می تواند فرد را و تمایلات فردی و اجتماعی او را منعکس کند. می توان از روی برنامه های و ظرفیتهای برنامه ریزی شده موبایل، هویت فردی را تا بطور نسبی مورد تحلیل قرار داد.

جدول ۱۱ - رابطه بین سیستم نشانه گذاری صدای زنگ تلفن دوستان و گروه های سنی

	گروه های سنی						
جمع کل	بالای ۴۵سال	۴۰-۴۴	۳۵-۳۹	۳۰-۳۴	۲۵-۲۹	۲۰-۲۴	۱۵-۱۹

۱۳۱	۳	۳	۸	۸	۳۷	۶۳	۱۹	بله، نسبت به دوستان و رفقاء استفاده می کنم	آیا از سیستم نشانه گذاری زندگی های دریافتی در موبایل در مورد دوستان و اعضای خانواده استفاده می کنید؟
۰.۱۰۰%	۲.۳%	۳.۳%	۱.۶%	۱.۶%	۶.۳۰%	۱.۴۸%	۵.۱۴%		
۷.۱۸%	۳.۱۴%	۳.۱۰%	۴.۱۵%	۳.۱۳%	۱.۱۷%	۷.۲۰%	۸.۲۶%		
۲۰۴	۲	۳	۸	۱۴	۴۸	۱۰۸	۲۱		
۰.۱۰۰%	۰.۱%	۵.۱%	۹.۳%	۹.۶%	۵.۲۳%	۹.۵۳%	۳.۱۰%		
۱.۳۹%	۵.۹%	۳.۱۰%	۱۵%۰.۴	۵.۲۱%	۴.۳۰%	۵.۳۵%	۶.۳۹%		
۳۴۵	۱۶	۲۳	۳۶	۴۳	۸۳	۱۳۳	۳۱		
۰.۱۰۰%	۴.۴%	۳.۶%	۹.۹%	۸.۱۱%	۷.۲۳%	۴.۳۶%	۵.۸%		
۱.۵۳%	۲.۷۶%	۳.۷۹%	۲.۶۹%	۲.۶۶%	۵.۵۳%	۸.۴۳%	۷.۴۳%		
۷۰۰	۲۱	۲۹	۵۲	۶۵	۱۵۸	۳۰۴	۷۱		
۰.۱۰۰%	۰.۳%	۱.۴%	۷%۰.۴	۳.۹%	۶.۲۳%	۴.۴۳%	۱.۱۰%		
۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%	۰.۱۰۰%		
								جمع کل	

### ۳-۵ تلفن همراه، دسترسی فوری و فرهنگ فوری

در گذشته مسافرت و دور شدن از خانه، شهر و در سطح گسترده تر دور شدن از کشور محل زندگی، عامل معناداری برای "قطع ارتباط" با خانواده، دوستان و فضای دوستی و پیوندها و فضای کار و شغل بوده است. در روز مره زندگی، زمانی که فرد از خانه خارج می شد، با ارتباطات محدودی به خانه مرتبط می شد و در نتیجه در جریان مسائل و مشکلات کمتری قرار می گرفت. مسائل فوری و ضروری زندگی به دلیل در دسترس نبودن افراد به ضمن مواجهه حضوری فرد واگذار می شد. آمدن موبایل فرد را در هر زمان و در هر مکان برای همگان قابل دسترسی قرار داد. قابل دسترسی بودن فرد سه پیامد عمده را به همراه داشت. در درجه اول حجم ارتباطات فردی را با واسطه تلفن توسعه بخشید. در درجه بعد واسطه های تماس با فرد را کاهش داده است و در واقع تماس را با خصیصه "ارتباط حضوری" که بدون واسطه می باشد، برخوردار نموده است و در درجه سوم "فضای فرهنگ فوری" را به دلیل "دسترسی ها فوری" بوجود آورده است که ضمن اینکه فرد را از ظرفیت "دسترسی دائمی" برخوردار کرده است، امکان انتقال "خوشی ها" و "بدی ها"، خیرهای خوشحال کننده و ناراحت کننده را بصورت گسترده فراهم کرده است. فرهنگ فوری، به خودی خود عامل آرامش است، زیرا نگرانی های ناشی از "بی خبری" را کاهش می دهد و هم به دلیل سرعت انتقال اطلاعات، می تواند عامل اضطراب و افزایش تشویش باشد.

### ۳-۲ موبایل بعنوان تکنولوژی فردی و خصوصی

با توجه به رابطه ای که بین موبایل و حوزه خصوصی و عمومی، علائق فردی و پیوست های هویتی فرد برقرار می شود، دستگاه موبایل هر فرد، بعنوان يك "وسیله ارتباطی شخصی" مطرح می شود که بعد خصوصی پیدا می کند. با این نگاه، پاسخگوها را با این سنوالم مواجه کردیم که "آیا موبایل يك وسیله شخصی است که حکم مسواک را برای فرد دارد و نباید در دسترس دیگران قرار گیرد؟" در پاسخ به این سنوالم، جوابهای متفاوتی بدست آمد، ولی فضای قالب پاسخ ها، منعکس کننده این واقعیت است که موبایل حکم تلفن عمومی و یا حتی تلفن ثابت را که مثلا در يك خانه قرار می گیرد، ندارد. می توان پاسخگوها را به ۴ گروه تقسیم نمود که هر کدام منعکس کننده نوع تعامل پاسخگوها با موبایل و نقش موبایل در زندگی روزمره و حوزه خصوصی آنها دارد.

### ۳-۷ موبایل، تکنولوژی شخصی و اطلاعات شخصی

گروه اول بر این معنا تاکید می کنند، که موبایل صرفا يك وسیله ارتباطی نیست، بلکه تکنولوژی چند رسانه ای است که بنیاد آن اطلاعات شخصی است. با این نگاه موبایل مثل يك "مسواک شخصی" است و استفاده موازی آن موجب تصرف در وسایل شخصی دیگران است. لذا پاسخگوها ابراز می کنند، از قرار گرفتن موبایل آنها، در دست دیگران احساس خوبی ندارند. موبایل در بعضی از موارد حکم دفتر چه خاطرات فرد را دارد که از رازهای بسیار خصوصی مثل "رازهای ارتباطی" فرد، برده بر می دارد. از همین زاویه نگاه کردن به صفحه پیام موبایل حکم دست کردن در جیب شخصی افراد را دارد.

تقریبا ... خوب خودم جواب تلفن های ام را می دهم، یعنی اگر من نباشم کسی گوشی را بر نمی دارد اما اگر کسی

بخواهد زنگ بزند حاضرم گوشی را بهش قرض بدم! دوست ندارم کسی زیاد کار به کار موبایل من داشته باشد. زن - ۲۲ ساله

بله، وقتی در دست دیگران باشد احساس خوبی ندارم. زن - ۲۱ ساله  
قطعا! تلفن همراه يك وسیله شخصی که متعلق به "فرد" می باشد. مرد - ۲۶ ساله  
بله! اطلاعات شخصی در آن است و تماس های خصوصی با آن برقرار می شود. زن - ۲۴ ساله

موبایل يك وسیله مهم شخصی برای من محسوب میشه، که اطلاعات خصوصی زیادی در حافظه اش دارم. پس نمی تونم به هر کی بدم. مرد - ۲۷ ساله  
بلی - استفاده کننده آن فقط خودمم، من میگم موبایل هر کس ناموس اونه مرد - ۲۹ ساله  
بله. من فکر می کنم آن وسیله کاملا شخصی است. برای استفاده به دیگران می دهم ولی اجازه نمی دهم کسی سراغ حافظه آن برود. چون تلفنهای شخصی من به خودم ربط دارد. زن - ۲۳ ساله  
بله صد درصد به وسیله شخصی تلقی می شه! مرد - ۱۹ ساله  
بله! علاقه ندارم مورد استفاده کسی قرار بگیره! تلفنم را کاملا وسیله شخصی می دونم! زن - ۲۸ ساله  
موبایل متعلق به شخص است، نمی شود درمعرض دیگران باشد! زن - ۲۱ ساله  
يك وسیله ی شخصی است البته نه مثل مسواك و خیلی هم همگانی نیست مثل تلفن ثابت. مرد - ۱۸ ساله  
به نسبت تلفن ثابت برایم شخصی تر است اما معمولا در صورت نیاز به دیگران اجازه می دهم از آن استفاده کنند. اما دوست ندارم کسی به بخشهای شخصی تر مثل فون بوک و یا تلفنهای زده شده یا دریافت شده دسترسی پیدا کند  
زن - ۲۶ ساله

به طور طبیعی شماره های موجود در دفترچه تلفن و تماس ها و پیام های موجود روی گوشی تلفن همراه خصوصی تلقی می شود. زن - ۲۱ ساله

بله! خوب! موبایل من فقط مربوط به منه، شاید يك چیزهایی باشه که من نخوام کسی دیگه ای بدونه!  
مرد - ۲۹ ساله

بله و کسی حق نگاه کردن به محتوای درون آن رو بدون اجازه من به هیچ وجه ندارد. مرد - ۲۳ ساله  
بله، از آنجا که همراه حاوی اطلاعات تماس های شخصی من با دیگران است آن را در اختیار دیگران قرار نمی دهم.  
زن - ۲۷ ساله

بله به علت فردی بودن ارتباطات در فضای کاملا شخصی! موبایل برای من يك وسیله شخصی محسوب می شود تا حدی که در صورتی که گوشی زنگ بخورد و خودم نباشم کسی حق پاسخ دادن به تماس را ندارد! مرد - ۲۶ ساله  
بله - بله - یاتوجه به حساسیت کاری! مرد - ۲۸ ساله

تا حدودی میشه گفت چون پیام هایی که دریافت میکنم کاملا شخصی است به دیگران اجازه خواندن پیام ها رو نمی دهم.. فقط در حد تماس گرفتن! زن - ۲۱ ساله

بله چون موبایل های جدید به غیر از استفاده معمولی اطلاعات دیگر را نیز در خود جای می دهد و این اطلاعات ممکن است شخصی باشد. مرد - ۲۹ ساله

بله، کسی نمی تونه موبایل من رو زیر و رو کنه و حتی اگه من نبودم به گوشی جواب بده! مرد - ۲۳ ساله  
همیشه بار و همراه من است مرد - ۲۱ ساله

دقیقا وسیله صددرصد شخصی است؟! زن - ۲۷ ساله

اظهارات متنوع و متفاوت، حساسیت پاسخگوها را نسبت به ابعاد شخصی موبایل منعکس می کند. زبان دیگری این اظهارات این واقعیت است که "حوزه خصوصی فرد" قضا و حریم حساسی است که فرد ترجیح می دهد که با دیگران شریک نشود و این حوزه هر روز توسعه بیشتر پیدا می کند و این در واقع از خصیصه های "جامعه چند لایه" جدید

است. بطور حتم این حساسیت نسبت به کامپیوتر های خانگی، تلویزیون، رادیو و یا مثلا دستگاه پخش صوت نیست. این حساسیت که موبایل را بعنوان "ناموس شخصی" و یا "قرین و همراه همیشگی" و یا "وسیله صد در صد شخصی" معرفی می کند، پیوند این تکنولوژی را با حوزه فردی و ابعاد خصوصی زندگی منعکس می کند.

### ۳-۲ تفسیر نسبی از ابعاد شخصی موبایل

تفسیرهای متفاوت از موبایل و تمثیل موبایل به "کفش"، "روسری"، "کیف دستی" و "حوله" بجای مسواك، ضمن انعکاس ابعاد فردی و شخصی موبایل، نگاه بخشی از پاسخگوها را نسبت به میزان شخصی بودن موبایل منعکس می کند. در واقع مسواك بودن يك امر، بعد نهائی شخصی بودن را منعکس می کند ولی در عین حال تشبیه آن به سایر وسایل شخصی، ضمن تأکید بر شخصی بودن این تکنولوژی ارتباطی، کاهش حساسیت را در شرایط خاص و بعنوان يك "اضطرار اجتماعی" منعکس می کند.

نه مثل مسواك نیست، به چیزی مثل کفش، وسیله شخصی که دیگران هم در صورت اجازه گرفتن می تونن ازین استفاده کنند.

مرد - ۲۲ ساله

خیر شخصی است ولی نه مثل مسواك مثل روسری اگر کسی بخواهد میتواند قرض بگیرد. زن - ۲۵ ساله



نه لزوماً، ولی بهتر است گوشی شخصی باشد زیرا مسئله بهداشت به تعدد نفرات میتواند مورد توجه قرار گیرد.  
 زن - ۳۱ ساله  
 بله چون مسئولیت قانونی موبایل تقریباً به عهده خود شخص می باشد. مرد - ۳۹ ساله  
 بلی، یک وسیله کاملاً شخصی است ولی نه مثل مسواک. از تلفن همراه من با اجازه من میتوان استفاده کرد.  
 مرد - ۳۶ ساله  
 موبایل یک وسیله شخصی هستش. ولی نه به اندازه مسواک... بهتره بگم مثل... مثل حوله که گاهی اوقات ممکنه کس دیگه ای هم استفاده کنه. مرد - ۳۳ ساله  
 موبایل یک وسیله شخصی است که در صورت نیاز دیگران هم از آن استفاده میکنند نه مسواک... شاید خودکار...  
 مرد - ۴۱ ساله  
 وسیله شخصی محسوب می شود اما دیگران نیز می توانند با اجازه من از آن استفاده کنند. زن - ۳۹ ساله  
 شخصی است. البته ممکن است به بعضی افراد اجازه دهم تا دقایقی از آن استفاده کنند اما برای مدت زمان زیاد در اختیار کسی نمی گذارم. مرد - ۱۹ ساله  
 شخصی هست اما نه مثل مسواک. مثل کیف دستی که وسایل شخصی در آن است و دیگران با اجازه باید به آن دست بزنند. مرد - ۲۸ ساله  
 در میان پاسخ های مذکور دو وجه مهم ذکر شده است که مربوط به ابعاد بهداشتی موبایل و مسئولیت حقوقی موبایل می بشود. این دو بعد، حساسیت موضوع را در سطح گسترده تری بیان می کند. به عبارتی موبایل یک تکنولوژی است که فرد را به عنوان فرد می تواند به مخاطره بیاندارد. سلامتی فرد در اثر انتقال بیماری از گوش یک فرد به فرد دیگر و همچنین نوع استفاده های غیر قانونی از این ابزار ابعاد شخصی موبایل را از یک موضوع صرفاً شخصی به یک مسئولیت حقوقی و اجتماعی فردی تبدیل می کند.

### ۳-۲ موبایل، فردیت، دوستان و خانواده

حوزه خصوصی فرد، در قلمروهای خاصی بسیار خصوصی و در بعضی از محدوده ها قابل اشتراک با اعضاء خانواده و دوستان نزدیک می باشد. به نظر می رسد از نظر بعضی از پاسخگوها موبایل نیز حداقل در بعضی از کارکردهای آن مثل تماس تلفنی می تواند در صورت ضرورت مورد استفاده مشترک با اعضاء خانواده و دوستان قرار گیرد. البته محدودیت های هنجاری در حلقه خانواده و دوستان هم، می تواند در این استفاده مشترک دخالت داشته باشد. با این نگاه تاکید بر "خانوادگی بودن موبایل" و یا حلقه دوستان و افراد مورد اعتماد مورد توجه گروهی از پاسخگوها قرار گرفته است:

غیر از خانواده ام به کسی اجازه استفاده از موبایل را در مواقع غیر ضروری نمی دهم. مرد - ۳۴ ساله  
 تقریباً شخصی است ولی اگر از دوستان کسی خواست زنگ بزند یا sms در اختیارشان به طور محدود قرار می دهم. مرد - ۲۷ ساله  
 خیر من موبایل را در اختیار انسانهای مورد اعتمادم قرار می دهم. زن - ۳۹ ساله  
 فقط اعضاء خانواده حق استفاده از آن را دارند. مرد - ۲۸ ساله  
 نه لزوماً، دوستان من می توانند از آن استفاده کنند. زن - ۴۲ ساله  
 شخصی است، اما اگر دوستی و یا آشنائی نیاز داشته باشه، در اختیارش می گذارم. زن - ۳۲ ساله  
 خیر، حداقل موبایل خانوادگی است. زن - ۳۸ ساله  
 خیر تمامی دوستان می توانند استفاده نمایند. مرد - ۳۹ ساله  
 تقریباً، یعنی بجز خودم، فقط افراد خیلی نزدیک از آن می توانند استفاده کنند. مرد - ۱۹ ساله  
 از نظر فکری کاملاً شخصی ولی موقع نیاز در اختیار اعضاء خانواده قرار می دهم. زن - ۳۹ ساله  
 خیر. در صورت نیاز در اختیار فردی که ترجیحاً دوست باشد قرار میدهم. مرد - ۴۴ ساله  
 بله. همیشه پیش خودم است ولی اگر از اعضاء خانواده به آن نیاز داشته باشند به آنها می دهم. مرد - ۲۸ ساله  
 خیر - برای من وسیله شخصی نیست و گاهی خانواده ام از آن استفاده می کنند. مرد - ۱۹ ساله  
 برای استفاده لحظه ای در اختیار دوستان می گذارم. زن - ۲۴ ساله  
 ۸۰٪ وسیله شخصی است و ۲۰٪ ممکن است در اختیار همسر یا فرزندم قرار گیرد مرد - ۱۹ ساله  
 بسیاری از پاسخگوها یا بر دوستان و یا فقط بر اعضاء خانواده تاکید می کنند و فقط استفاده تلفنی و یا اس ام اس را مد نظر دارند. با معنای انعکاسی، این بیان همچنان بر خصوصی بودن موبایل تاکید می کند. موبایل در واقع، حجم اطلاعات گسترده ای را فراهم آورده است که به نوعی شخصیت و جغرافیای فرهنگی، اقتصادی و سیاسی فرد و در عین حال حوزه های خصوصی فرد را منعکس می کند. در قابلیت های جدید "تاریخچه روزانه، هفتگی و ماهیانه تماس و پیام های دریافتی و ارسالی فرد" قابل رویت است. به عبارتی موبایل "جایای حرکت ارتباطی فرد" را در هر لحظه مشخص می کند. روش است که ارتباطات لحظه به لحظه فرد در حوزه خصوصی فرد، قرار می گیرد، به همین دلیل است که افراد بر این معنا تاکید می کنند که صرفاً برای "تماس و یا مثلاً ارسال پیام" موبایل خود را در اختیار اعضاء خانواده و یا دوستان قرار می دهند.

### ۳-۴ موبایل، ابعاد فردی و عمومی؛ ضرورت ها و محدودیت های اجتماعی

نیازها و هنجارهای خانوادگی و دوستی بعنوان یک "فراقدرت" موجب می شود که در بسیاری از موارد خواسته های شخصی و فردی، زیر پا گذاشته شود. با همین نگاه دیدگاه های متفاوتی در اظهارات پاسخگوها منعکس شده است.

برایم وسیله ای شخصی است اما در صورتی که کسی از نزدیکانم کاری ضروری داشته باشد موبایلم را در اختیار او قرار می دهم. مرد - ۲۸ ساله

تلفن عمومی نیست ولی در صورت نیاز دیگران نیز از آن بهرمنم می شوند. مرد - ۴۱ ساله

بله موبایل يك وسیله شخصی است ولی به رسم انسانیت و دوستی اگر کسی به آن نیاز فوری داشت باید در اختیارش بگذاریم. زن - ۳۶ ساله

خیر می توان در مواقع حساس و با حضور خود آن را به طور موقت به دیگری داد. زن - ۳۱ ساله

در میان پاسخگوها، گروه کوچکی اظهار داشته اند که موبایل را در اختیار همگان قرار می دهند. بعنوان مثال يك خانم ۲۴ ساله اظهار داشته است که: "خیر هر کس موبایل من را بخواد بهش می دم زنگ بزنه!" و با يك مرد ۲۰ ساله با نگاه انسان گراپانه گفته است که: "خیر، من دوست دارم چیزی که مال من هست، همه ارزش استفاده کنند."

بعضی از پاسخگوها هم اظهار کرده اند که به دلیل محذور های اجتماعی ناچار هستند تلفن همراه خود را در اختیار دیگران قرار دهند.

بله. اما متأسفانه بعضی این را نمی فهمند و من هم زورم به آنها نمی رسد. زن - ۲۹ ساله

دوست دارم این طوری باشد اما معمولاً دوستهایم خیلی موبایلم را میگیرند و نگاه می کنند! زن - ۲۱ ساله

بله وسیله شخصی من! و ترجیح می دهم کسی به آن دست نزنند در حالی که اطرافیانم معمولاً این مسئله را رعایت نمیکنند. زن - ۲۳ ساله

بعضی نیز اظهار داشته اند که "بخاطر هزینه زیاد موبایل خود راد دسترس دیگران قرار نمی دهم بجز در مواقع اضطراری" يك مرد ۲۲ ساله نیز گفته است که "بله، همینطور، چون من از لحاظ شغلی، موبایل برای من يك وسیله کسب درآمد هست و نمی توانم مسائل اقتصادی و لوازم کسب درآمد خودم را در اختیار دیگران قرار دهم."

## نتیجه گیری

دسترسی فوری فردی و فرهنگ فوری

فردیت جدید، حلقه های ارتباطی هدفمندتری پیدا کرده است. حلقه ارتباطی فرد از همسهریان یا هم محله ای ها به حلقه های کوچکتر مثل اعضاء خانواده و دوستان و یا حلقه همکاران حرفه ای فرد محدود می شود. بستر این ارتباط لزوماً محله و موقعیت جغرافیایی نیست، بلکه با گسترش صنعت ارتباطات و ظهور تلفن همراه، فرد در هر کجا، با هرکس بدون محدودیت جغرافیایی می تواند در تماس باشد. این تماس به تعامل صوتی و متنی محدود نخواهد ماند، بلکه در موبایل های نسل سوم، ارتباط تصویری نیز به نزدیک شدن "ارتباط مجازی" به "ارتباط واقعی" کمک کرده است و این مرز تا از بین رفتن فاصله "واقعیت" و "مجاز" جلو خواهد رفت.

طرفیت و لایه پنجم فردیت که در قالب دسترسی فوری فردی و فرهنگ فوری مورد تاکید قرار گرفت جنبه مهمی از فرهنگ ناشی از تکنولوژی فوری ارتباطی است که در پرتو آن "دسترسی های بین فرهنگی" توسعه گسترده می یابد و فرد در حلقه ارتباطی نزدیک باقی می ماند. تماس دائمی، بی معنا شدن فاصله، در دسترس بودن همیشگی و ارتباطات همه جا حاضر از يك سو يك ظرفیت جدیدی به نام دسترسی ها فوری فردی را فراهم آورده است و از سوی دیگر، مسیر جدیدی از زندگی را بوجود آورده است که می توان از آن به "فرهنگ فوری" تعبیر کرد. دسترسی فوری، يك فضای جدید اجتماعی محسوب می شود که در آن "فاصله و زمان" دو مفهوم کاملاً تغییر یافته خواهند بود. فرهنگ فوری نیز جامعه را با يك "فضای بدون تاخیر" مواجه می کند. جامعه بدون تاخیر، در هنگامه "فوریت های اجتماعی" يك راهبرد نجاتبخش اجتماعی محسوب می شود. از طرفی، تامل و فاصله و زمان پیدا کردن در ارتباطات اجتماعی، بعد دیگری از فردیت را تا مین می کند که از آن می توان تعبیر به "خلوت فردی" کرد. خلوت فرد در "فضای دسترسی ها فوری" می تواند يك امر ضد فردی محسوب شود که به "بحران فردیت" را بدنبال خواهد داشت.

دسترسی فوری و یا فرهنگ فوری تنها لایه صنعتی و تکنولوژیکی ندارد بلکه در بردارنده لایه های "انسانی" موبایل نیز هست. در واقع اهمیت موبایل منحصر به استفاده های ارتباطی آن نیست، بلکه اهمیت این صنعت مهم، به کاربرد های گسترده چند رسانه ای و انتقال انبساط به "جهان مجازی" و به تعبیر پارادایمی، بوجود آوردن فضای دو جهانی شده فردی است. این تغییر موجب بازتعریف شدن امور مربوط به فرد و فردیت در جهان جدید است. ظرفیت ها و کارکردهای پنجگانه ذیل موجب توسعه نقش و جایگاه موبایل شده است:

امکان ارتباط v دو سویه یا چند سویه دائمی،

قابل برنامه ریزی بودن ارتباطات. v

انتخابی بودن پذیرش ارتباطات،

انتخابی بودن در دسترس بودن و در دسترس نبودن، v

v استفاده های چند منظور رسانه ای، گوش دادن به رادیو، موسیقی و تماشا تلویزیون و ورود به جهان مجازی اینترنت، این قابلیت ها، خصلت های است که کانونی بودن فرد و خواسته های فرد را معنا می بخشد. عرصه های هویتی که علائق، ارزش ها و خواسته های فرد را منعکس می کند و در واقع به نوعی "پر" و "نشان هویتی فردی" می شود، اموری مثل (۱) انتخابی بودن زنگ موبایل، (۲) نشانه گذاری زنگ های ارتباطی دیگران، (۳) انتخابی بودن تصویر، صفحه موبایل، (۴) انتخابی بودن دستگاه و جلد موبایل و حتی نوع ارتباط با دستگاه از طریق گوشیهای با سیم یا بدون سیم که نمادهای هویتی را تشخیص می بخشد و یا ویژگی های فردی را منعکس می کند و همچنین (۵) میزان صدای زنگ و (۶) امکانات چند رسانه ای موبایل مثل انواع موسیقی ها، تصاویر، فیلم ها و بازی ها... می تواند اهمیت موبایل را در انعکاس "هویت فردی" و توسعه بخشیدن به قلمرو "فردیت" مورد توجه قرار بگیرد. با این نگاه براین جمع بندی می توان تاکید کرد که از روی موبایل "قلمرو فردیت" و "هویت فردی و اجتماعی"

کاربر قابل تحلیل خواهد بود و در واقع ظرفیت جدیدی تکنولوژیکی برای فهم فرد و فردیت فراهم شده است که از طریق آن می توان خوانش هویتی را انجام داد

## منابع

### منابع فارسی

و تیر ۱۳۸۲، عاملی، س. ر (۱۳۸۲ الف). دو جهانی شدن ها و آینده جهان. نامه علوم اجتماعی، خرداد. شماره ۶۹-۷۰، ص ص ۱۵-۲۸  
و جامعه جهانی اضطراب. نامه علوم اجتماعی، عاملی، س. ر (۱۳۸۲ ب). دو جهانی شدن ها 143-174. جلد ۱۱، مهر ۱۳۸۲، شماره ۱، ص ص  
کارگاه علمی آینده اندیشی عاملی، س. ر (۱۳۸۲ ج). دو جهانی شدن ها و هویت های همزمان آینده، در <http://iranwsis.org> : دسترسی ارائه شده است که در وب سایت جامعه اطلاعاتی ایرانی قابل معکوس فرهنگ، مجموعه مقالات و سخنرانی های عاملی، س. ر (۱۳۸۴). دو جهانی شدن ها و روندهای پایا و حسین راغفر، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت دومین کارگاه آینده اندیشی، به کوشش علی و برنامه ریزی  
فصلنامه ج. (۱۳۸۴). نوع شناسی و بازتعریف آسیب های اینترنتی و تغییرات هویتی در ایران عبداللهیان، انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۲ و ۳: ص ص ۱۲۵-۱۵۴  
مطالعات فرهنگی و کوثری، م. (۱۳۸۴). آنومی اجتماعی در اجتماعات مجازی، فصلنامه انجمن ایرانی ارتباطات، شماره ۲ و ۳، ص ص ۱۷۱-۱۹۴  
شناسی رادیو در دوران معاصر: با تکیه بر دو مفهوم مالکیت سازمانی و هویت منتظر قائم، م. (۱۳۸۲). سنخ فصلنامه ارتباطات و فرهنگ، جلد ۱، شماره ۱، ص ص ۵۲-۷۴ مخاطبان،  
فردگرایی و جمع گرایی ایرانیان از دید سیاحان خارجی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات. (وثوقی، م. (۱۳۸۴) فرهنگی و ارتباطات، شماره ۲ و ۳: ص ص ۲۵۱-۲۷۴

### منابع انگلیسی

Ameli, S. R. (2002). Globalization, Americanization and British Muslim Identity. London: ICAS Press  
Ameli, S. R. & Merali, A. (2004). Dual Citizenship: British, Islamic or Both – Obligation, Recognition, Respect and Belonging. London: IHRC Press  
Ameli, S. R. Elahi, M., Merali, A. (2004). Social Discrimination: Across the Muslim Divide, London: IHRC Press  
Ameli, S. R. & Merali, A. (2005). Secular or Islamic: What Schools do British Muslims Want for Their Children?. London: IHRC Press  
Ameli, S. R. & Merali, A. (2006). Hijab, Meaning, Identity, Otherization and Politics: British Muslim Women. London: IHRC Press  
Buss, A. (2000). The Evolution of Western Individualism, Religion, No. 30, pp. 1-25  
Coates, P. (2006). The Human and Natural Environment, H. Temperley & C. Bigsby (eds.), A New Introduction to American Studies. London: Pearson Longman  
Elliott, A. (2005). concepts of the Self, Cambridge, Polity Press  
Elliott, A. & Lemert, C. (2006). The New Individualism: The Emotional Costs of Globalization. London & New York: Routledge  
Fortunati, L. (2001). The Mobile Phone: An Identity on the Move, Personal and Ubiquitous Computing, 5: 85-98  
Freud, S. (1984). On Metapsychology: The Theory of Psychoanalysis, Edited by A. Richards, Harmondsworth: Penguin  
Giddens, A. (2001). Sociology: 4th edition. Cambridge: Polity Press  
Gollinson, D. L. (2002). Managing Humour, Journal of Management Studies, No. 39 (3), pp. 269-288  
Goncalo, J. A. & Staw, B. M. (2006). Individualism-collectivism and group creativity, Organizational Behavior and Human Decision Processes, xxx  
Shukla, A. (2005) How Important is Mobile / SMS?, [http://EzineArticles.com/?expert=Amit\\_Shukla](http://EzineArticles.com/?expert=Amit_Shukla)  
Sung, N. Lee, Y. H. (2002). Substitution between Mobile and Fixed Telephones in Korea, Review of Industrial Organization, pp. 367-374

