

تأثیر استفاده از تلفن همراه بر شکل‌گیری هویت شخصی مدرن در نوجوانان و جوانان شهر تهران

ثریا احمدی ✉، دکتر سید محمد مهدی‌زاده*، دکتر سید وحید عقیلی**

چکیده

گسترش تلفن‌های همراه دگرگونی‌هایی را در ویژگی‌های فردی و تعاملات اجتماعی افراد جامعه ایجاد کرده است. تلفن همراه با ظرفیت‌های انتخابی که فراهم کرده است، به ابزار جدیدی برای انعکاس «خود» و «دیگری» و شکل‌گیری هویتی جدید تبدیل شده است. پژوهش حاضر به بررسی تأثیر استفاده از تلفن همراه بر هویت شخصی مدرن پرداخته است. بر اساس رویکردهای نظری، بویژه چارچوب نظری گیدنز، پنج شاخص بازتابندگی خود و خودپیانگری، تعاملات و ارتباطات گسترده، تجربه ازجاکنندگی زمان و مکان، تجربه اضطراب و اعتماد و تجربه آزادی، استقلال فردی و قدرتمندی در دوران مدرنیته متأخر که منجر به شکل‌گیری هویت شخصی می‌شوند، به عنوان شاخص‌های هویت شخصی مدرن در نظر گرفته شده است. به این منظور ۳۰۰ نفر از جوانان شهر تهران که دارای تلفن همراه بودند، به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شدند. داده‌های گردآوری شده، با استفاده از آزمون‌های تحلیل واریانس و آزمون تعقیبی LSD مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد استفاده‌های چند منظوره رسانه‌ای از تلفن همراه مانند گوش دادن به رادیو و موسیقی، تماشای تلویزیون و ورود به جهان مجازی اینترنت از ویژگی‌هایی است که هویت شخصی مدرن را تقویت می‌کند و کانونی بودن فرد و خواسته‌های او را معنا می‌بخشد.

کلید واژه: بازتابندگی خود، تجربه آزادی، تجربه اعتماد و اضطراب، تلفن همراه، هویت شخصی مدرن

✉ کارشناس ارشد ارتباطات، پژوهشکده علوم پایه کاربردی جهاد دانشگاهی Email:Ahmady1352@yahoo.com

* دکترای فرهنگ و ارتباطات، استادیار دانشگاه علامه طباطبایی ** دکترای فرهنگ و ارتباطات، استادیار دانشگاه آزاد

اسلامی واحد علوم و تحقیقات

پذیرش نهایی: ۸۹/۳/۲۲

تجدیدنظر: ۸۹/۲/۲۵

تاریخ دریافت: ۸۸/۱۱/۱۵

مقدمه

امروزه با رشد فزاینده دانش روان‌شناسی می‌دانیم که شخصیت انسان، دارای ابعاد متعدد است. همچنین با بهره‌گیری از دانش جامعه‌شناسی روشن شده است که افراد در عصر حاضر، نقش‌های متعدد و پیچیده‌ای را ایفا می‌کنند. به اعتقاد گافمن^۱، در موقعیت‌های مختلف زندگی روزمره، هر یک از ما، گاه خود را متفاوت احساس کرده و یک یا چند نقش متفاوت را ایفا می‌کنیم و به تبع آن، یک یا چند جنبه از شخصیت خود را بروز می‌دهیم (جنکینز^۲، ترجمه یاراحمدی، ۱۳۸۱، ص ۵۳).

بیان خود^۳، عموماً از طریق ابزارها و وسایل متعدد صورت می‌گیرد. به این معنا که ما برای انعکاس ویژگی‌های خود در سطح اجتماع، از وسایلی استفاده می‌کنیم که از لحاظ اجتماعی، دارای معانی مشترک هستند و مفهوم خاصی در فضای بین‌ذهنی افراد مختلف یک جامعه یا گروه دارند. این وسایل، از نظر شکل، زبان، فناوری و آنچه در اصطلاح مد^۴ گفته می‌شود، در بین اعضای یک گروه یا جامعه، به شکل یکسانی ادراک می‌شوند. در سطح ناهوشیار، قواعد و ویژگی‌های چنین سازوکاری، اغلب به دشواری قابل کنترل است اما در سطح هوشیار، سازوکارهای مربوط به بیان خود، زمینه مناسبی را برای تصمیم‌گیری و انتخاب افراد، برای ابراز ویژگی‌های خود فراهم می‌آورد؛ اگر چه این امر محدوده آزادی‌های انسان را از جهاتی ارتقا بخشیده است اما به همین نسبت نیز محدودیت‌هایی را فراروی وی قرار می‌دهد زیرا در زندگی روزمره، به طور معمول نوعی مقاومت در برابر تغییر وجود دارد و فرد اغلب ناچار است برای بیان خود، از میان سازوکارهای موجود، یکی را برگزیند. در چنین شرایطی، ساختار شکنی و اتخاذ شیوه یا سازوکاری نو برای بیان خود ممکن است به مقاومت اجتماعی و یا حتی طرد فرد توسط گروه منجر شود. به همین دلیل است که افراد به طور معمول، متناسب با نقشی که در وضعیت‌های مختلف ایفا می‌کنند از نوع لباس، آرایش، وسایل، واکنش‌های هیجانی، نظام واژگانی و زبان تن^۵ خاصی استفاده می‌کنند (فورتوناتی^۶، ۲۰۰۱، ص ۸۵).

1. Goffman

2. Jenkins

3. self expression

4. fashion

5. body language

6. Fortunati

با این حال، در عصر حاضر، ظهور اشکال جدید ارتباط این امکان را فراهم آورده است که ارائه اطلاعات در بیان خود، به شیوه انتخابی‌تری صورت گیرد. بر این اساس، می‌توانیم با تکیه بر ظرفیت وسایل ارتباطی جدید، هویت، ویژگی‌های شخصیتی و دیگر عناصر مهم در ارتباطات و تعاملات اجتماعی را آن گونه که می‌خواهیم، نه آن گونه که هستیم، ارائه دهیم. برای مثال، در ارتباطات مبتنی بر رایانه^۱ (سی ام سی) فرد این امکان را می‌یابد که هویت کاملاً جدید و گاه متعارضی از خود به نمایش گذارد و جنس، سن، علایق، وضعیت اجتماعی-اقتصادی، محل سکونت، زبان و حتی تصویر ویژگی‌های ظاهری خود را متفاوت از آنچه هست ارائه کند. ارتباطات مبتنی بر تلفن همراه نیز باعث شده است تا مفهوم خودانگار^۲ مطلوب، در موقعیت‌های گوناگون به صورت متفاوت و حتی متعارض، بیان یا ادراک شود. برای مثال، امکان انتخاب‌های متنوع در استفاده از تلفن همراه مانند انتخاب نوع خاصی از گوشی، تغییر رنگ قاب یا تصویر روی صفحه، تغییر زنگ گوشی، انتخاب نام خاص (در ارتباط مبتنی بر بلوتوث^۳)، انتخاب و تغییر زنگ برای هر تماس گیرنده متناسب با نوع رابطه و ... این فناوری ارتباطی را تبدیل به نماد و نشانه «هویت فردی» و در نگاه دیگر، نماد و نشانه «هویت جمعی» فرد کرده است (عاملی، ۱۳۸۵، ص ۱۵). به این ترتیب با بهره‌گیری از نظام انتخاب و کدگذاری عناصری مانند رنگ، زنگ و صفحه نمایش، شاخص‌های هویتی در حلقه دوستان و کسانی که برای فرد اهمیت دارند، شکل می‌گیرد. از این رو، شیوه به کارگیری این ابزار، محدوده و چگونگی تعاملات و دوستی‌های اجتماعی فرد را نیز منعکس می‌کند.

از آنجا که نتایج فردی و اجتماعی گسترش استفاده از تلفن همراه در بین جوانان ایرانی موضوعی است که با وجود اهمیت آن، چندان مورد بررسی و تحقیق صاحب‌نظران، کارشناسان و پژوهشگران علوم انسانی، بویژه علم ارتباطات قرار نگرفته است، پژوهش حاضر در نظر دارد به رابطه بین استفاده از تلفن همراه و هویت شخصی مدرن به عنوان جنبه‌ای از ویژگی‌های هویتی انسان معاصر بپردازد. بنابراین، هدف

1. Computer Mediated Communication (CMC)

2. self image

3. bluetooth

تحقیق دستیابی به پاسخ مناسب برای این پرسش و مسئله اصلی است که بهره‌مندی از تلفن همراه و قابلیت‌های مختلف آن در سطوح مختلف، چه رابطه‌ای با هویت شخصی مدرن نوجوانان و جوانان دارد؟

مبانی نظری تحقیق

هویت شخصی، نوعی خصیصه متمایز، یا حتی مجموعه‌ای از خصیصه‌های متمایز نیست که در اختیار فرد قرار گرفته باشد. هویت شخصی، در حقیقت همان «خود» است که شخص آن را به عنوان بازتاب زندگینامه‌اش می‌پذیرد. در اینجا نیز هویت به معنای تداوم فرد در زمان و مکان است: اما هویت شخصی، عبارت است از همین تداوم، به صورت بازتاب تفسیری که شخص از آن به عمل آورده است. این تفسیر، شامل مؤلفه شناختی «شخص بودن»^۱ هم می‌شود. شخص بودن، تنها به معنای فاعل بودن نیست، بلکه باید مفهوم معینی از شخص را نیز دربرداشته باشد - مفهومی که هم برای «خود» و هم برای دیگران آشنا و معمول باشد. اینکه «شخص» را چگونه می‌توان تعبیر کرد، به طور مسلم برحسب فرهنگ‌های مختلف تفاوت می‌یابد، هر چند عناصری از این مفهوم در تمام فرهنگ‌ها مشترک است. توانایی کاربرد لفظ «من» در متن‌های متفاوت، که از ویژگی‌های هر نوع فرهنگ زنده است، ابتدایی‌ترین شکل بازتابی مفهوم «شخص» بودن است. هویت هر شخص را نه در رفتار او باید جستجو کرد و نه در واکنش‌های دیگران (که در حد خود مهم است)، بلکه در توانایی و ظرفیت وی برای حفظ و ادامه روایت مشخصی از زندگینامه‌اش. زندگینامه شخصی، که کارکرد مهم آن حفظ روابط متقابل و منظم با دیگران است، نباید به کلی خیالی و ساختگی باشد. زندگینامه واقعی باید به طور مداوم رویدادهای دنیای خارج را در خود ادغام کند و آنها را با «تاریخچه» [زندگی] جاری «خود» شخص سازگار سازد (گیدنز^۲، ترجمه موفقیان، ۱۳۷۸، ص ۸۴).

نهادهای سنتی، با پیدایش ساخت‌های جدید مصرف و سرگرمی و با ظهور ابزارها و شیوه‌های تازه تعیین هویت به دست رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی و دیگر فناوری‌های بازتولید، به شدت تهدید شده‌اند. جهان برساخته از انگاره‌ها یا صورت‌های خیالی و

مبتنی بر اطلاعات رسانه‌ای که امروزه بر همه شئون زندگی بشر خیمه گسترده، امکانات کم و بیش نامحدودی برای تعیین هویت پدید آورده است. این فضای نوظهور در حیات بشر دامنه شیوه‌های تکوین هویت را فراسوی رابطه خود - دیگری، به روش‌های دلالتی بسط می‌دهد که تابع قواعد فناوری هستند. از سویی، به دنبال جهانی شدن و پیدایش عالم بدلی و ساختگی ارتباطات، ساخت‌بندی هویت روز به روز، بیشتر حالت بیرونی و ماهیت ابزاری به خود می‌گیرد. فرهنگ مصرف‌گرای توده‌ها نیز در این میان تاثیر بسیاری، هم در ایجاد فرصت‌ها و هم در ایجاد خطرهای تازه برای هویت قائم به خود داشته است. این درست است که خصوصی شدن روش‌های مصرف، آزادی‌ها و ابزارهای تازه‌ای را برای خودآفرینی فردی پدید می‌آورد، اما روندهای بیرونی‌سازی فرایندهای تعیین هویت، نه تنها انسجام درونی هویت شخصی، بلکه حتی مرزهای نفس (خود) را، که پیش‌تر مدرنیته با تمایز گذاشتن بین فرد و جامعه ترسیم کرده بود، تهدید می‌کنند. فناوری‌های مصرف و ارتباط جمعی، که یکی از مظاهر شکل‌کالایی به‌شمار می‌روند، توانایی ذاتی شگرفی برای انشقاق نفس (خود) در جهان گسترده محرک‌های دیداری و شنیداری دارند و با این همه، در همان حال که کالایی شدن، حیثیت اجتماعات و مناسبات اجتماعی را در کل به مخاطره افکنده، باید در انتظار سر برآوردن انواع جدید، هرچند کم‌رنگ، اجتماعات و جماعت‌های تازه از دل فرهنگ مصرفی بود که به نوبه خویش امکاناتی تازه، گرچه محدود، برای تکوین نفس و تعیین هویت پیش روی آدمیان خواهند گشود (جی دان^۱، ترجمه نجفی، ۱۳۸۴، صص ۱۸-۱۷).

به اعتقاد گیدنز، پایگاه تکوین نفس، امروزه، از دسترس کنترل‌های بی‌واسطه و انضمامی اجتماع فیزیکی خارج شده و به قلمرو میانجی‌های متعلق به نظام‌های باواسطه و انتزاعی نمادها نقل مکان کرده است. همچنین بین عضویت گروهی و فرایندهای تعیین هویت، جدایی و فاصله افتاده، چنان‌که عضویت در یک گروه، به خودی خود در جریان تکوین هویت یگانه عامل تعیین‌کننده به‌شمار نمی‌رود. فرد اکنون در موقعیتی قرار گرفته است که می‌تواند بدون توجه به صفات و خصوصیات که به واسطه تولد و اجتماعات خاستگاه خویش به آنها متصف شده است، از بین انواع و اقسام روش‌های تعیین هویت

دست به گزینش بزند. ضمن اینکه در پی جدا شدن مناسبات اجتماعی از مکان فیزیکی، فرایند «از جا کندن»، این امکان را برای افراد به وجود آورده است که با اتکا به قدرت تفکر انتزاعی، خود را با رده‌ها و گروه‌های گوناگون هم‌هویت سازند. بدین سان، فرد می‌تواند در جریان برساختن خویشتن خویش، آن‌طور که می‌خواهد، هویت «دیگران انتزاعی» را از آن خود کند، دیگرانی که با او از حیث برخی خصوصیات مانند رده سنی یا زمینه طبقاتی و نیازها، یا علایق، اشتراک دارند. این ویژگی زندگی مدرن، شالوده‌نظریه «گروه مرجع یا رهنمون» را استوار ساخته که به موجب آن، فرد می‌تواند خویشتن را با برخی واحدهای اجتماعی هم‌هویت انگارد بی‌آنکه لزومی در عضویت مستقیم در آنها ببیند و با این حال می‌تواند از آنها برای خود سرمشق‌ها و معیارهای رفتاری و کرداری دست و پا کند (جی دان، ترجمه نجفی، ۱۳۸۴، صص ۱۳۸-۱۳۷).

در جامعه سنتی، عموماً هویت از پیش محرز است و از طریق عضویت در گروه یا اجتماعات به افراد داده می‌شود و به این ترتیب، از بیرون و به دست نظام‌های خویشاوندی و دینی تعیین می‌شود. در فرهنگ‌های سنتی، هویت کم و بیش از همان بدو تولد به ثبوت می‌رسد و به صورت جزئی از ساختارهای کلی و به نسبت ثابت عرف، عقیده و آیین در می‌آید (همان منبع، ص ۱۱۳).

در جوامع پیش مدرن، انسان از جایگاه دقیق خود در قبیله و طایفه آگاهی داشت اما جامعه مدرن، گستره وسیع‌تری از قوانین اجتماعی و تعریف تازه و پدیده‌تری از هویت را پیش روی او نهاد. یک نفر، هم پدر بود و هم پسر، هم خویشاوند بود و هم شهروند، هم دانشمند بود و هم جامعه‌شناس و یا از مجموعه مفصل‌تر یا مختصرتری از این نقش‌ها و امکانات اجتماعی برخوردار بود. بنابراین، امکانات گسترده‌ای از آنچه یک انسان می‌توانست باشد، فراهم بود و او می‌توانست در پیوند با این امکانات، هویت خود را برگزیند و دیگر محدود به آن نبود که تخته‌بند یکی از این چارچوب‌ها به دنیا آمده باشد و عمر خود را در آن به سرآورد. از همین جا هم بود که دل‌نگرانی‌های انسان آغاز شد و پای این پرسش به میان آمد که چه کسی می‌تواند باشد؟ همراه با این خودآگاهی‌ها، اندیشه یک هویت شناخته شده و با ثبات هم‌پا گرفت (مهدی‌زاده، ۱۳۸۱، ص ۲).

در رویکرد پست مدرن، هویت به طور مستقیم متأثر از صورت‌های بیرونی دلالت شکل می‌گیرد. این صور مختلف دلالت، انواع کالاهای مصرفی، مخابرات، ارتباطات راه

دور نظیر پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و تلویزیون‌های کابلی و همچنین فناوری‌های اطلاع‌رسانی نظیر رایانه‌ها و بانک‌های اطلاعاتی را شامل می‌شوند. در این دیدگاه، منشا تکوین هویت دستخوش تحولی تاریخی شده است؛ منبع هویت دیگر از درونی‌سازی و به‌هم‌آمیزی نقش‌های اجتماعی مایه نمی‌گیرد، هویت اکنون با دخل و تصرف در کالاهای یک بار مصرف، انگاره‌ها و تصاویر ذهنی و نیز فنونی حاصل می‌شود که هر کس به دلخواه از خزانه عظیم اطلاعات فرهنگ مصرفی برمی‌گزیند. بر این اساس، به میزانی که فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات جای قالب‌های پیشین هم‌گروهی را پر می‌کنند، نقش‌ها و هویت‌ها، کیفیت تعاملی خود را از دست می‌دهند و در عمل، به منزله کارکردهای ابزاری و عملکردی یا اجرایی رسانه‌های گوناگون فرهنگی می‌شوند (جی‌دان، ترجمه نجفی، ۱۳۸۴، صص ۱۴۵-۱۴۴).

بر این اساس، با ظهور و گسترش سریع تلفن همراه به عنوان یکی از فناوری‌های نوین و همچنین کالای مصرفی، پرسش‌های زیادی درباره آثار آن در گستره زندگی فردی و اجتماعی مخاطبان مانند ویژگی‌های هویتی و مجموعه آیین‌ها و آداب و رسوم آنان مطرح شده است. بنابراین مقاله حاضر به تأثیر استفاده از تلفن همراه بر یکی از وجوه زندگی افراد یعنی هویت شخصی مدرن اختصاص یافته است.

تلفن همراه و فردگرایی

تیلور^۱ و هارپر^۲ (۲۰۰۳) با مطالعه روی مبادله پیام کوتاه^۳ (اس ام اس) بین نوجوانان دریافتند که ارتباط از این طریق، به عنوان یک شیوه پذیرفته شده در بین آنان شیوع یافته است و گاه ارسال یا دریافت یک پیام کوتاه متنی در انتقال معانی ضمنی مانند تشویق و تنبیه، پذیرش و طرد مورد استفاده قرار می‌گیرد. بنابراین تردیدی نیست که امروزه تلفن همراه، جزئی از فرهنگ افراد شده است. در حقیقت می‌توان گفت که ظهور فناوری‌های نوین، تغییرات اجتماعی و اقتصادی در پی داشته و حتی سبک زندگی جدیدی را بنیان نهاده است (نقل از گارسیا - مونتز،^۴ ۲۰۰۶، ص ۷).

1. Tailor

2. Harper

3. Short Message Service (SMS)

4. Garcia-montez

در حال حاضر استفاده از تلفن همراه امری فردی است که به شدت تحت تأثیر عوامل و فرایندهای اجتماعی قرار دارد. بررسی‌ها نشان‌دهنده روند رو به رشدی در نهادینه شدن تلفن همراه به عنوان عاملی مؤثر در فرایند اجتماعی شدن افراد است. به این ترتیب که برنامه‌های ناخواسته‌ای را به فرد تحمیل می‌کند و یا اینکه او را در شرایطی مانند در دسترس بودن دائمی و مزاحمت‌ها و دردسرهای قرار می‌دهد. خاموش کردن آن نیز می‌تواند به خستگی، انتظار و یا تنش‌های روحی طالب تماس بینجامد و به نوعی موجب تضعیف کارآمدی فرد شود (عاملی، ۱۳۸۵، ص ۵).

پلنت^۱ طی یک مطالعه بین فرهنگی دریافت که نوجوانان ژاپنی برای آنکه زندگی خود را از زیر سیطره والدین خارج سازند از تلفن همراه استفاده بیشتری می‌کنند. چرا که در ارتباطات مبتنی بر تلفن همراه، نوع تعاملات تفننی است و اصول آزادی و دموکراسی بیشتر رعایت می‌شود (نقل از فورتو ناتی، ۲۰۰۱، ص ۹۳).

شواهد دیگری در دست است که اعضای سازمان‌ها و مؤسسات برای ارتباط با یکدیگر از تلفن همراه استفاده گسترده‌ای می‌کنند بدون آنکه مسئولان و مدیران، کنترل یا نظارتی بر این تعاملات داشته باشند. چنین مواردی گاه به شکل‌گیری گروه‌ها یا شبکه‌های اجتماعی غیررسمی در درون یک سازمان، مؤسسه یا گروه بزرگ‌تر منجر می‌شود. احساس استقلال به هنگام استفاده از تلفن همراه این امکان را به فرد می‌دهد که خود را از مجموعه تعلقات و وابستگی‌ها رها ببیند و فردیت به عنوان کانون ارتباط و تعامل قرار گیرد. گسترش این پدیده، اگر چه احساس وابسته نبودن به فرد می‌دهد و او را از برخی تقیدات اجتماعی می‌رهاند، در سطح گسترده، پیامدهای اجتماعی ناگواری در پی دارد. گافمن (۱۹۹۵) مفهوم «خود تهی^۲» را مطرح کرده است. به نظر او، نبود آرمان مشترک و تجربه احساس تعلق، در نهایت به نوعی فقدان خودارزشمندی در فرد می‌انجامد و نوعی اشتباهی هیجانی نامتمایز ایجاد می‌کند که افراد برای ارضای آن، به مصرف انبوه کالاها و خدمات روی می‌آورند. بنابراین تلفن همراه، به همان نسبت که استقلال از سازمان، مؤسسه یا هر نهاد دیگری را تشویق می‌کند، تجربه «خود تهی» را نیز افزایش می‌دهد. با این حال مفهوم «خود تهی» هنگامی اهمیت پیدا می‌کند

1. Plant

2. empty self

تأثیر استفاده از تلفن همراه بر شکل‌گیری هویت شخصی مدرن در میان جوانان شهر تهران ❖ ۱۳۳

که مفهوم «خود اشباع شده»^۱ (خود اشباع شده از اطلاعات) (جورجن^۲، ۱۹۹۲) نیز مورد توجه قرار گیرد. مطابق این مفهوم، گسترش رسانه‌های گروهی و ارتباطات اجتماعی باعث شکل‌گیری نوعی از هویت شده که نقش تلفن همراه در آن قابل توجه است (نقل از فورتوناتی، ۲۰۰۱).

ظهور فناوری‌های چندرسانه‌ای و تلفیق اکثر آنها در تلفن همراه، این امکان را فراهم آورده است که کاربران، متناسب با شرایط روانی، نیازهای روزمره و ویژگی‌های اجتماعی و هویتی خود از این وسیله استفاده کنند. جنبه شخصی و فردیت محور بودن استفاده از تلفن همراه به کاربر امکان می‌دهد که در هنگام برقراری یک تماس، تصمیم بگیرد چه جنبه یا چه بعد از ابعاد شخصیتی یا ویژگی‌های هویتی خود را بیان کند. به عبارت دیگر، فرد متناسب با شرایط ایجاد شده نقشی را که باید در هر موقعیت ایفا کند، برمی‌گزیند. قابل دسترس بودن که مهم‌ترین ویژگی ارتباطات مبتنی بر تلفن همراه است، این امکان را برای فرد ایجاد می‌کند که در محیط کار، تماس‌هایی با افراد مربوط به زندگی خصوصی خود برقرار کند و برعکس، هنگامی که خارج از محیط کار درگیر زندگی خصوصی خود است، تماس‌هایی در زمینه فعالیت‌های حرفه‌ای خود دریافت کند (گسر^۳، ۲۰۰۲).

یکی دیگر از تأثیرات گسترش تلفن همراه بر زندگی اجتماعی افراد، ظهور نوعی نبود تعین و پیش‌بینی‌ناپذیری در رفتار افراد است. بر مبنای الگوی سنتی، افراد در طیفی از گذشته، حال و آینده برنامه‌ای برای خود و روابط اجتماعی خود ترتیب می‌دادند که تغییر آن چندان آسان نبود و نوعی تقید در اجرای آن وجود داشت. اما گسترش تلفن همراه و نفوذ ماهیت ارتباطی آن به ذهنیت افراد باعث گسترش زمان حال و نادیده گرفتن گذشته و آینده شده است. به عبارت دیگر کاربر هر لحظه خود را در زمان حال می‌بیند و بر این مبنای برنامه زندگی و تعاملات بین فردی خود را تنظیم می‌کند. با استفاده از تلفن همراه، انعطاف‌پذیری در تعاملات اجتماعی، به امری اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است. تغییر یا لغو قرار ملاقات‌ها و حضور یا عینیت در یک زمان و مکان خاص، امری پذیرفتنی است. این مسئله در سطح هویتی و تعریف خود نیز اثراتی را بر جای گذاشته است (فورتوناتی، ۲۰۰۱، ص ۸۹).

1. saturated self

2. Gorgen

3. Geser

تلفن همراه، به عنوان وسیله‌ای ارتباطی مطرح است که ظرفیت‌های رو به توسعه آن، این ابزار ارتباطی را تبدیل به ظرفیت رایانه‌ای و چند رسانه‌ای کرده است. با این نگاه، تلفن همراه نوعی فناوری فردی محسوب می‌شود که حوزه استقلال جدیدی از فردگرایی را منعکس می‌کند (عاملی، ۱۳۸۳، ص ۴).

فردی شدن بر بیگانگی یا انزوا دلالت نمی‌کند بلکه به معنای این الزام در مدرنیته متأخر است که افراد در غیاب یقین‌ها و هنجارهای تثبیت شده و با ظهور شیوه‌های جدید زندگی که مدام در معرض تغییر است، باید زندگی‌نامه خود را خلق کنند. با فردی شدن، مفهوم سبک زندگی خلق می‌شود. سبک زندگی تلاش افراد برای ساختن هویت‌های شخصی، فرهنگی و اجتماعی خود در بین ساختار تاریخی و اجتماعی از پیش تعیین شده جامعه است. سبک زندگی، الگوی کنش و نوع مجزایی از گروه‌بندی است که در مدرنیته شکل گرفته است. مفهوم سبک زندگی همراه با خود، خاصیت بازتابی و تفسیری دارد. گیدنز سبک زندگی را مجموعه کمابیش جامعی از عملکردها می‌داند که فرد آنها را به کار می‌گیرد زیرا نه فقط نیازهای جاری او را برمی‌آورند بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است در برابر دیگران مجسم می‌سازند (گیدنز، ترجمه موفقیان، ۱۳۷۸، ص ۱۱۹).

گیدنز مدرنیته متأخر را با مفاهیم اساسی بازاندیشی، ازجاکنندگی زمان و مکان، اعتماد و مخاطره، تعریف می‌کند. بازاندیشی، فرایند بازپرسی، آزمون و بازنمایی رفتار خود و دیگران است که با شرایط و تجربیات مدرنیته متأخر شکل می‌گیرد. بازاندیشی در زندگی اجتماعی مدرن، در برگیرنده این واقعیت است که عملکردهای اجتماعی پیوسته مورد بازنگری قرار می‌گیرند و در پرتو اطلاعات تازه اصلاح می‌شوند. بازاندیشی همیشه با شک همراه است. در جریان بازاندیشی، شک به عمق زندگی روزمره نفوذ می‌کند و این خود مولد خطرپذیری یا ریسک می‌شود. ریسک ناشی از ترک راه‌حل‌های قطعی سنت و نبود قطعیت در شیوه‌های فردی نوظهور است. ما حق انتخاب داریم و انتخاب همیشه توأم با مخاطره است، این مخاطره در سطح فردی، بر امنیت وجودی ما تأثیر می‌گذارد. زیرا ما در جریان زندگی، به ناچار با خطرهایی مواجه هستیم که نه تنها از نظارت فرد بلکه از نظارت سازمان‌های بزرگ نیز خارج است و این به گسترش نبود اطمینان در زندگی روزمره منجر می‌شود (همان منبع، ص ۵۰).

فاصله‌گیری زمان و مکان از مفاهیمی است که گیدنز جدا از آن نمی‌تواند مدرنیته متأخر را تعریف کند. با تحولات زمان در مدرنیته، دیگر تجربه هم‌زمانی نیازمند هم‌مکانی نبود. گیدنز از جاکندگی را بیرون کشیده شدن روابط اجتماعی از بافت‌های محلی تعامل و تجدید ساختار آنها در گستره‌های نامتعیین زمانی-مکانی تعریف می‌کند. بی‌شک آنچه فاصله‌گیری زمان و مکان را آسان می‌سازد و از طریق به نمایش درآوردن زندگی‌نامه‌های مختلف، اطلاعات لازم را برای بازپرسی و بازاندیشی فراهم می‌کند، رسانه است که در این راستا تلفن همراه به عنوان رسانه‌ای نوین درخور توجه است.

تجدد از رسانه‌های خاص خود تفکیک‌ناپذیر است؛ چنان که توسعه و گسترش نهادهای عصر جدید، به طور مستقیم وابسته به افزایش پرتکاپوی تجربه‌هایی بوده است که به واسطه این رسانه‌های ارتباطی تحقق می‌یابد. تجربیات با واسطه رسانه‌ای، تجربه و درک افراد را از مکان زندگی و جوامع محلی خود دگرگون می‌سازد.

پیشرفت رسانه‌ها، با گشودن دریچه‌های جدید دانش غیرمحلی و انواع اطلاعات نمادین رسانه‌ای به روی «خود»، سازمان بازتابی خود را پربار و تقویت می‌کند. صورت‌های جدید دانش غیرمحلی که از نظر فنی تکثیر می‌شوند و از طریق رسانه‌ها انتقال می‌یابند، دانش محلی را تکمیل می‌کنند و به نحو روزافزونی جای آن را می‌گیرند. دانش تخصصی به تدریج از سیطره روابط قدرت ایجاد شده مبتنی بر تعامل رو در رو جدا می‌شود زیرا افراد قادرند به شکل‌های جدید دانش که دیگر رو در رو انتقال نمی‌یابد، دسترسی بیابند. افق‌های درک افراد گسترده‌تر می‌شود؛ اندیشه آنها دیگر به الگوهای تعامل رو در رو محدود نمی‌شود بلکه به نحو روزافزونی متأثر از شبکه‌های رو به گسترش ارتباطات رسانه‌ای، شکل می‌گیرد (تامپسون^۱، ترجمه ایثاری کسمایی، ۱۳۷۹، ص ۲۹۷).

به این ترتیب، بر اساس نظر گیدنز، با وجود اعتماد و مخاطره، از جاکندگی و گسترش نظام‌های کارشناسی و ویژگی بازاندیشانه مدرنیته، افراد هم در تعدیل تأثیرات جهانی و هم در ساختن و پرداختن هویت شخصی نقش فعالی دارند و در مدرنیته متأخر، مفهوم «خود» مانند زمینه‌های وسیع‌تری که خود در آنها تحقق می‌یابد، به طور بازاندیشانه ساخته و پرداخته می‌شود. بنابراین هویت شخصی نیز در حقیقت همان خود است که شخص آن را مورد تأمل قرار می‌دهد و به منزله بازتابی از زندگی‌نامه‌اش می‌پذیرد.

فرضیه‌های تحقیق

۱. بین میزان استفاده از تلفن همراه در میان کاربران و هویت شخصی مدرن آنان رابطه وجود دارد.
۲. بین میزان استفاده از قابلیت‌های تلفن همراه در میان کاربران و هویت شخصی مدرن آنان رابطه وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

روش مورد استفاده در این پژوهش، کمی و تکنیک به کار رفته در آن، پیمایش است.

جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

با توجه به هدف تحقیق حاضر که بررسی استفاده از تلفن همراه در بین جوانان شهر تهران بوده است، جامعه آماری پژوهش، جوانان ۱۵-۲۹ ساله مناطق شهر تهران در نظر گرفته شد.

حجم نمونه با توجه به فرمول کوکران محاسبه شد (ویمر^۱، ترجمه سیدامامی، ۱۳۸۴، ص ۱۱۸). به این ترتیب که با فرض حداکثر واریانس (۰/۲۵)، در سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای نمونه‌گیری ۰/۰۵۶، حجم نمونه مورد نظر تقریباً ۳۰۰ نفر به دست آمد.

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2}{d^2} \rightarrow n = \frac{(1.96)^2 \times (0.5)^2}{(0.056)^2} = 300$$

در این پژوهش، برای انتخاب نمونه از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شده است؛ به این ترتیب که در مرحله اول، از میان مناطق تهران، با توجه به حجم نمونه، شش منطقه (مناطق ۱ و ۳ شمال شهر، ۱۸ و ۲۰ جنوب، ۶ و ۱۲ مرکز). در مرحله دوم در داخل هر منطقه متناسب با حجم جمعیت و تعداد بلوک‌ها، تعدادی بلوک به صورت تصادفی انتخاب شد و در مرحله سوم نیز داخل هر بلوک (متناسب با حجم خانوار هر بلوک) تعدادی نمونه به صورت کاملاً تصادفی انتخاب شد.

1. Wimmer

ابزار پژوهش

جمع‌آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه محقق ساخته بوده که در دو بخش تنظیم شده است. در بخش اول مؤلفه‌های هویت شخصی مدرن و میزان استفاده از تلفن همراه و قابلیت‌های آن و در بخش دوم مشخصات فردی شامل جنسیت، سن، میزان تحصیلات، وضعیت اشتغال، میزان درآمد فرد، میزان درآمد خانواده و وضعیت محل سکونت مورد سنجش قرار گرفته است.

برای بررسی روایی پرسشنامه هویت شخصی مدرن از روایی صوری (مراجعه به داوران) و برای به دست آوردن پایایی آن از محاسبه آلفای کرونباخ استفاده شده که میزان آن ۰/۸۱ برآورد شده است.

الف) پرسشنامه هویت شخصی مدرن. در این پژوهش، هویت شخصی مدرن با ۵ شاخص و ۵۳ گویه، شامل بازتابندگی خود و خودبیینگری (۱۵ گویه)، تعاملات و ارتباطات گسترده (۹ گویه)، تجربه ازجاکنندگی زمان و مکان (۵ گویه)، تجربه اضطراب و اعتماد (۱۴ گویه) و تجربه آزادی، استقلال فردی و قدرتمندی (۱۰ گویه) مورد سنجش قرار گرفت. برای هر یک از گویه‌ها مقیاسی ۴ درجه‌ای از نوع لیکرت در نظر گرفته شده است که گزینه‌ها و نمره‌های متعلق به آنها به ترتیب شامل «کاملاً مخالف» (۱)، «مخالف» (۲)، «موافق» (۳) و «کاملاً موافق» (۴) است. قسمت بعدی این مقاله به تعاریف شاخص‌های مورد نظر اختصاص یافته است.

۱. **بازتابندگی خود و خودبیینگری:** منظور از این شاخص میل و ظرفیت برای به فعلیت رساندن هویت‌های شخصی بر اساس بازاندیشی و نه به صورت اکتسابی است (گیدنز، ترجمه موفقیان، ۱۳۷۸، ص ۵۳).

۲. **تعاملات و ارتباطات گسترده:** در جوامع مدرن، افراد قادرند به شکل‌های جدید دانش که دیگر رو در رو انتقال نمی‌یابد، دسترسی پیدا کنند. افق‌های درک افراد نیز گسترده‌تر شده است؛ ارتباطات آنان دیگر به الگوهای تعامل رو در رو محدود نمی‌شود، بلکه به نحو روزافزونی با شبکه‌های رو به گسترش ارتباطات رسانه‌ای شده در تماس قرار می‌گیرند. مطالب نمادین رسانه‌ای منبعی غنی و متنوع برای شکل‌دهی خود هستند که افراد از آنها استفاده و به صورت بازتابی در طرح‌های شکل‌دهی خود تلفیق می‌کنند (تامپسون، ترجمه ایثاری کسمایی، ۱۳۷۹، ص ۲۹۱).

۳. تجربه از جاکنندگی زمان و مکان: گیدنز، تجربه از جاکنندگی زمان و مکان را گسترده‌تر شدن روابط از بافت‌های محلی تعامل و تجدید ساختار آنها در گستره‌های نامتعین زمانی - مکانی تعریف می‌کند. فاصله‌گیری زمان و مکان در افراد به وسیله تجربه با واسطه و از طریق رسانه معنی پیدا می‌کند (شالچی، ۱۳۸۴، ص ۶۷). این تجربه به این معنی است که افراد تا چه حد از طریق رسانه‌ای مانند تلفن همراه، با دنیای خارج از روابط سنتی ارتباط برقرار می‌کنند و برای بازسازی زندگی خود از آن بهره می‌برند یا اصولاً این حس را دارند که با این رسانه می‌توانند از محیط زندگی خود فراتر روند.

۴. تجربه اضطراب و اعتماد: عنصر دیگر هویت مدرن، اعتماد است. گیدنز اعتماد را ابزار اطمینان به اشخاص یا نظام‌های مجرد تعریف می‌کند که در شرایط مدرنیته شکلی تازه به خود می‌گیرند.

اضطراب را باید در امنیت خاطری که فرد مورد جستجو قرار می‌دهد، شناسایی کرد، نه فقط به عنوان پدیده‌ای خاص که مرتبط با خطرهای احتمالی یا خطرات واقعی است. اضطراب فزاینده به تدریج آگاهی از هویت شخصی را مورد تهدید قرار می‌دهد، زیرا آگاهی «خود» از ویژگی‌های ساختاری دنیای عینی رفته رفته کدر و ابهام‌آلود می‌شود. هر چه نفوذ سنت کمتر می‌شود و هر چه زندگی روزمره بیشتر بر حسب تمایل به اعتماد تأثیرات متقابل عوامل محلی و جهانی بازسازی می‌شود، افراد بیشتر ناچار می‌شوند که شیوه زندگی خود را از میان گزینه‌های مختلف انتخاب کنند (گیدنز، ترجمه موفقیان، ۱۳۷۸، ص ۷۰).

۵. تجربه آزادی و استقلال فردی: آزادی و اختیار از ویژگی‌های ذاتی فرد انسانی نیست، بلکه معلول اکتساب نوعی ادراک هستی‌شناسانه از واقعیت خارجی و هویت شخصی است. خودمختاری مشخصی که آدمیان به دست می‌آورند، ناشی از توانایی آنان در گسترش دامنه تجربیات غیرمستقیم است، یعنی آشنا شدن با خواص اشیا و رویدادهایی که در خارج از محدوده دریافت‌های حسی مستقیم قرار دارد (همان منبع، ص ۶۷).

ب) پرسشنامه میزان استفاده از تلفن همراه. در این پژوهش، استفاده از تلفن همراه با سه شاخص زیر در سه سطح کم، متوسط و زیاد اندازه‌گیری شد:

سابقه تجربه: مدت زمانی که شخص تلفن همراه دارد.

تعداد تجربه: تعداد تماس‌هایی که فرد در شبانه‌روز می‌گیرد یا دریافت می‌کند.

مدت هر تجربه: متوسط مدت زمان مکالمه فرد

تأثیر استفاده از تلفن همراه بر شکل‌گیری هویت شخصی مدرن در میان جوانان شهر تهران ❖ ۱۳۹

ج) پرسشنامه میزان استفاده از قابلیت‌های تلفن همراه. این پرسشنامه میزان استفاده از قابلیت‌های تلفن همراه را شامل پیام کوتاه، پیام تصویری، بلوتوث، بازی، فیلمبرداری، عکاسی و مدیا پلیر^۱، در سطوح کم، متوسط و زیاد می‌سنجد.

یافته‌های تحقیق

همان‌گونه که جدول ۱ نشان می‌دهد، در مجموع ۳۰۰ نفر از نوجوانان و جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله به عنوان نمونه انتخاب شدند که نیمی از آنان دختر و نیمی دیگر پسر و همچنین ۲۴ درصد در گروه سنی ۱۵-۱۸ سال، ۲۷ درصد ۱۹-۲۲ سال و ۴۸ درصد ۲۳-۲۹ سال بوده‌اند.

جدول ۱- توزیع افراد نمونه بر حسب جنس و سن (درصد)

جمع	سن			جنس	
	۲۳-۲۹	۱۹-۲۲	۱۵-۱۸	پسر	دختر
۱۰۰	۴۸	۲۷	۲۴	۵۰	۵۰

میزان استفاده از تلفن همراه در سه سطح کم، متوسط و زیاد سنجیده شد. چنان‌که در جدول ۲ آمده است، ۵۱ درصد کاربران در حد متوسط، ۲۳ درصد در حد زیاد و ۲۶ درصد در حد کم از تلفن همراه خود استفاده می‌کنند.

جدول ۲- توزیع افراد نمونه بر حسب میزان استفاده از تلفن همراه

درصد	فراوانی	میزان استفاده از تلفن همراه
۲۳	۷۰	زیاد
۵۱	۱۵۲	متوسط
۲۶	۷۸	کم
۱۰۰	۳۰۰	جمع

1. media player

بر اساس جدول ۳، ۴۷ درصد پاسخگویان در حد متوسط، ۳۶ درصد در حد زیاد و ۱۷ درصد در حد کم از قابلیت‌های مختلف تلفن همراه استفاده می‌کنند.

جدول ۳- توزیع افراد نمونه بر حسب میزان استفاده از قابلیت‌های تلفن همراه

درصد	فراوانی	میزان استفاده از قابلیت‌ها
۳۶	۱۰۸	زیاد
۴۷	۱۴۲	متوسط
۱۷	۵۰	کم
۱۰۰	۳۰۰	جمع

همان طور که جدول ۴ نشان می‌دهد میانگین رتبه‌ای کل هویت شخصی مدرن ۲/۶۸ است. در میان شاخص‌ها، «تجربه اضطراب و اعتماد» بالاترین میانگین (۲/۹۰) و «بازتابندگی خود و خودبیانگری» پایین‌ترین میانگین (۲/۴۶) را دارد.

جدول ۴- میانگین رتبه‌ای شاخص‌های هویت شخصی مدرن در بین کاربران تلفن همراه

میانگین	شاخص‌های هویت شخصی
۲/۴۶	بازتابندگی خود و خودبیانگری
۲/۷۴	تعاملات و ارتباطات گسترده
۲/۶۳	تجربه ازجاکنندگی زمان و مکان
۲/۹۰	تجربه اضطراب و اعتماد
۲/۶۹	تجربه آزادی، استقلال فردی و قدرتمندی
۲/۶۸	کل

برای مقایسه میانگین نمره‌های هویت شخصی مدرن و هر یک از شاخص‌های آن در سه گروه از کاربران در سطوح استفاده زیاد، کم و متوسط از تلفن همراه، از آزمون تحلیل واریانس یک راهه (ANOVA) استفاده شد. همان گونه که جدول ۵ نشان می‌دهد بین میانگین‌های نمره‌های هویت شخصی مدرن و هر یک از شاخص‌های آن در سه سطح از استفاده‌کنندگان تلفن همراه تفاوت معنادار وجود ندارد. بنابراین فرضیه نخست مبنی بر «وجود رابطه بین میزان استفاده از تلفن همراه و نمره‌های هویت شخصی مدرن» تأیید نمی‌شود.

جدول ۵- خلاصه نتایج تحلیل واریانس یک راهه مستقل به منظور مقایسه میانگین‌های نمره‌های هر یک از شاخص‌های هویت شخصی مدرن به تفکیک میزان استفاده از تلفن همراه

سطح معنی‌داری (sig)	F	میانگین مجذورات	مجموع مجذورات	واریانس ابعاد هویت شخصی مدرن	
۰/۹۱	۰/۰۹۲	۰/۰۱	۰/۰۲۰	بین گروهی	بازتابندگی خود و خودبیانگری
		۰/۱۰	۳۱/۸۸	درون گروهی	
			۳۱/۹۰	جمع	
۰/۶۷	۰/۳۹۲	۰/۰۷	۰/۱۴	بین گروهی	تعاملات و ارتباطات گسترده
		۰/۱۸	۵۴/۳۰	درون گروهی	
			۵۴/۴۴	جمع	
۰/۵۰	۰/۶۸۸	۰/۱۳	۰/۲۶	بین گروهی	تجربه ازجاکنندگی زمان و مکان
		۰/۱۸	۵۶/۰۷	درون گروهی	
			۵۶/۳۳	جمع	
۰/۷۵	۰/۲۸۳	۰/۰۳	۰/۰۶	بین گروهی	تجربه اضطراب و اعتماد
		۰/۱۰	۳۱/۵۳	درون گروهی	
			۳۱/۵۹	جمع	
۰/۸۱	۰/۲۰۳	۰/۰۳	۰/۰۷	بین گروهی	تجربه آزادی، استقلال فردی و قدرتمندی
		۰/۱۶	۴۹/۶۸	درون گروهی	
			۴۹/۷۵	جمع	

d.f: کل = ۲۹۹ = ۲۹۷ درون گروهی = ۲ بین گروهی

همان گونه که جدول ۶ نشان می‌دهد، میانگین نمره‌های هویت شخصی مدرن در افرادی که به میزان زیادی از قابلیت‌های تلفن همراه استفاده می‌کنند (۲/۷۳) بیشتر و در افرادی که به میزان کمی از قابلیت‌های تلفن همراه استفاده می‌کنند (۲/۵۸) کمتر از سایر افراد است. میانگین نمره‌های شاخص‌های بازتابندگی خود و خودبیانگری، تجربه ازجاکنندگی زمان و مکان، تجربه اضطراب و اعتماد و تجربه آزادی و استقلال فردی در افرادی که به میزان زیاد از قابلیت‌های تلفن همراه استفاده می‌کنند، بیشتر از افرادی است که در حد کم و متوسط از آنها بهره می‌برند.

جدول ۶- میانگین هویت شخصی مدرن و شاخص‌های آن در کاربران تلفن همراه بر حسب میزان استفاده از قابلیت‌های تلفن همراه

شاخص‌های هویت شخصی مدرن	میزان استفاده	میانگین	انحراف معیار
بازتابندگی خود و خود بیانگری	کم	۲/۳۵	۰/۳۴
	متوسط	۲/۴۶	۰/۳۳
	زیاد	۲/۴۹	۰/۲۹
	جمع	۲/۴۵	۰/۳۲
تعاملات و ارتباطات گسترده	کم	۲/۵۹	۰/۴۸
	متوسط	۲/۷۴	۰/۴۱
	زیاد	۰/۸۰	۰/۳۹
	جمع	۲/۷۴	۰/۴۲
تجربه ازجاکندگی زمان و مکان	کم	۲/۵۹	۰/۴۹
	متوسط	۲/۶۰	۰/۴۱
	زیاد	۲/۶۶	۰/۴۲
	جمع	۲/۶۲	۰/۴۳
تجربه اضطراب و اعتماد	کم	۲/۸۸	۰/۳۵
	متوسط	۲/۸۷	۰/۳۰
	زیاد	۲/۹۴	۰/۳۳
	جمع	۲/۹۰	۰/۳۲
تجربه آزادی و استقلال فردی	کم	۲/۴۷	۰/۳۹
	متوسط	۲/۷۰	۰/۴۱
	زیاد	۲/۷۸	۰/۳۷
	جمع	۲/۶۹	۰/۴۰
کل	کم	۲/۵۸	۰/۳۴
	متوسط	۲/۶۷	۰/۲۹
	زیاد	۲/۷۳	۰/۲۷
	جمع	۲/۶۸	۰/۳۰

همان گونه که جدول ۷ نشان می‌دهد بر اساس نتایج به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس، بین میانگین نمره‌های هویت شخصی مدرن در سه گروه از افرادی که به میزان کم، متوسط و زیاد از قابلیت‌های تلفن همراه استفاده می‌کنند، تفاوت معنادار وجود دارد. بنابراین فرضیه دوم مبنی بر وجود رابطه بین میزان استفاده از قابلیت‌های تلفن همراه و نمره‌های هویت شخصی مدرن، تأیید می‌شود. آزمون تعقیبی LSD^۱ نیز نشان می‌دهد که تفاوت در میانگین نمره‌های هویت شخصی مدرن در افرادی که به میزان زیاد و کم از قابلیت‌های تلفن همراه استفاده می‌کنند، معنادار است.

جهت بررسی بیشتر این فرضیه، میانگین نمره‌های هر یک از شاخص‌های هویت شخصی مدرن در افرادی که به میزان کم، متوسط و زیاد از قابلیت‌های تلفن همراه استفاده می‌کنند، مقایسه شد. نتایج آزمون‌های تحلیل واریانس و همچنین آزمون‌های تعقیبی نشان داد که میانگین نمره‌های شاخص‌های بازتابندگی خود و خودبیانگری، تعاملات و ارتباطات گسترده، تجربه آزادی، استقلال فردی و قدرتمندی در افرادی که در سطح زیاد از قابلیت‌های تلفن همراه استفاده می‌کنند بیشتر از افرادی است که به میزان کم و متوسط از این قابلیت‌ها بهره می‌برند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Least Significant Difference

جدول ۷- خلاصه نتایج تحلیل واریانس یک راهه مستقل به منظور مقایسه میانگین‌های نمره‌های هویت شخصی مدرن و هر یک از شاخص‌های آن به تفکیک میزان استفاده از قابلیت‌های تلفن همراه

سطح معنی‌داری (sig)	F	میانگین مجذورات	مجموع مجذورات	واریانس ابعاد هویت شخصی مدرن	
۰/۰۴	۳/۲۷*	۰/۳۴	۰/۶۸	بین گروهی	بازتابندگی
		۰/۱۰	۳۱/۲۱	درون گروهی	خود و
			۳۱/۹۰	جمع	خودبیانگری
۰/۰۱	۴/۵۴*	۰/۸۰	۱/۶۱	بین گروهی	تعاملات و
		۰/۱۷	۵۲/۸۲	درون گروهی	ارتباطات
			۵۴/۴۴	جمع	گسترده
۰/۵۴	۰/۶۱	۰/۱۱	۰/۲۳	بین گروهی	تجربه
		۰/۱۸	۵۶/۱۰	درون گروهی	ازجاکندگی
			۵۶/۳۳	جمع	زمان و مکان
۰/۱۵	۱/۸۵	۰/۱۹	۰/۳۹	بین گروهی	تجربه
		۰/۱۰	۳۱/۲۰	درون گروهی	اضطراب و
			۳۱/۵۹	جمع	اعتماد
۰/۰۰۰	۱۰/۱۸**	۱/۵۹	۳/۱۹	بین گروهی	تجربه آزادی،
		۰/۱۵	۴۶/۵۶	درون گروهی	استقلال
			۴۹/۷۵	جمع	فردی و قدرتمندی
۰/۰۰۰	۴/۸۶**	۰/۴۲	۰/۸۵	بین گروهی	کل
		۰/۰۸	۲۶/۱۵	درون گروهی	
			۲۷/۰۱	جمع	

d.f: ۲۹۹ = کل = ۲۹۷ = درون گروهی = ۲ = بین گروهی

* P < ۰/۰۵

** P < ۰/۰۱

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

مقاله حاضر، به مطالعه ابعاد هویت شخصی مدرن و بررسی ارتباط آن با میزان استفاده از تلفن همراه و کارکردها و قابلیت‌های این ابزار ارتباطی پرداخته است. طبق مطالعات نظری، هویت شخصی، از ۵ شاخص «بازتابندگی خود و خودبیانگری»، «تعاملات و ارتباطات گسترده»، «تجربه از جاکنندگی زمان و مکان»، «تجربه اضطراب و اعتماد» و «تجربه آزادی، استقلال فردی و قدرتمندی» تشکیل شده است. میزان استفاده از تلفن همراه، با سه شاخص سابقه تجربه، تعداد تجربه و مدت هر تجربه و همچنین استفاده از قابلیت‌ها و کارکردهای آن در سه سطح (کم، متوسط و زیاد) سنجیده شده است. در این پژوهش در حدود نیمی از پاسخگویان در حد متوسط از تلفن همراه استفاده می‌کنند و از قابلیت‌های آن بهره می‌برند.

هر چند که نتایج مطالعه حاضر، ارتباط بین هویت شخصی مدرن و میزان استفاده از تلفن همراه را تأیید نمی‌کند اما بیانگر رابطه معنادار بین هویت شخصی مدرن و میزان استفاده از قابلیت‌های تلفن همراه است. چنان که، استفاده‌های چند منظوره رسانه‌ای که ویژگی مهم تلفن همراه است، مانند گوش دادن به رادیو و موسیقی، تماشای تلویزیون و ورود به جهان مجازی اینترنت از عواملی است که کانونی بودن فرد و خواسته‌های او را معنا می‌بخشد. بنابراین ظهور و گسترش این رسانه نوین ارتباطی، هویت افراد را تحت تأثیر قرار داده است. به عبارتی، افراد با بهره‌گیری از آن به نوعی به بیان خود می‌پردازند. تلفن همراه، به عنوان ابزاری که همواره با فرد همراه است، سبب شده است درک افراد از خویشتن و نوع نمایش و خودبیانگری آنان، متأثر از ویژگی‌های نمایشی این وسیله ارتباطی قرارگیرد. به نظر می‌رسد فرهنگ خاصی در استفاده از تلفن همراه شکل گرفته است که بر اساس آن، به گوشی تلفن همراه به عنوان یک ابزار کلیدی اجتماعی نگاه می‌شود. در این فرهنگ، افراد به گوشی‌هایشان به عنوان وسیله‌ای برای مدیریت امور روزمره می‌نگرند. اکنون می‌توان گوشی‌هایی را خریداری کرد که دارای امکاناتی مانند رادیو، دفتر یادداشت روزانه، تقویم، دوربین، دوربین ویدئویی، ماشین حساب، کاوشگر اینترنتی، فرستنده پیام‌های الکترونیک، ابزار متن‌نویسی، بازی‌های رایانه‌ای، دماسنج و دفترچه شماره تماس‌ها باشند. همچنین این ابزار ارتباطی، طیفی از کارکردها و استفاده‌های متنوع را دربر می‌گیرد که افراد متناسب با علایق و سلیقه خود

از آنها برخوردار می‌شوند. به این ترتیب، ما هر روز در معرض آگاهی‌ها و شناخت‌های تازه‌ای در زمینه‌های مختلف مرتبط با تلفن همراه هستیم؛ از تماس‌های ساده و ارسال پیام کوتاه تا انجام امور بانکی و خرید از فروشگاه‌ها، که این فرایند، به تدریج زمینه‌ساز تحول عادات و روحیات و در نتیجه «سبک زندگی» ما می‌شود. طبق الگوی جدید روابط، با واسطه تلفن همراه، فرد با هر کس که بخواهد، از طرق متعدد مانند تماس تلفنی یا مبادله پیام، مراوده برقرار می‌کند. در نتیجه حجم ارتباطات افراد به شدت گسترش یافته و قابلیت همه جایی بودن تلفن همراه و دسترسی فوری به افراد، امکان مبادله فراگیر اطلاعات را فراهم ساخته است. از طرف دیگر، فرد می‌تواند با آزادی و سلیقه بیشتری عمل کند و بسیاری از امور جاری زندگی خود را به شیوه دیگری مدیریت کند و در مجموع، روایت دلخواهانه‌تری از خویشتن را شکل دهد.

بر این اساس، شخصی‌سازی گوشی تلفن همراه به واسطه انتخاب رنگ، زنگ، شکل ظاهری، نشان تجاری و حتی نوع استفاده از آن، بیانگر سبک زندگی کاربران این وسیله است. مدل‌های مختلف گوشی تلفن همراه که هر روز به بازار عرضه می‌شوند، توجه و ذائقه کاربران را تغییر داده‌اند چنان‌که افراد با تغییر گوشی تلفن همراه خود، رفتارهای ارتباطی خود را نیز تغییر می‌دهند و هویتی جدید، متناسب با فناوری پیشرفته‌تر گوشی خود کسب می‌کنند. ارتباط مستقیم با شخص از طریق تلفن همراه که یکی از ظرفیت‌های مهم آن است روابط شخصی کاربران را تحت تأثیر قرار می‌دهد و ارتباطات شخصی شده را تسهیل می‌کند؛ چنان‌که شخص، هدف ارتباط می‌شود و به این ترتیب، ما با شخص تماس می‌گیریم، نه با مکان.

دسترسی پیوسته و آنی افراد به همدیگر و فراهم بودن امکان مبادله فراگیر اطلاعات، از عناصر مهم ساختار ارتباطی تلفن همراه است که به شکل‌گیری، تداوم و تقویت تعاملات کمک می‌کند.

با ظهور فناوری‌های جدید مرتبط با رسانه و توسعه فزاینده کارکردهای تلفن همراه، ظرفیت‌های بیشتری در فرایند مبادله پیام برای کاربران تلفن همراه فراهم می‌شود. افزایش امکانات و حدود اختیارات کاربران در به کارگیری تلفن همراه، تنوع چشمگیری را در الگوهای استفاده از این رسانه ایجاد کرده است که حاوی تلویحات شایان توجهی هستند. مفاهیم ضمنی در طراحی محتوا و خدمات تلفن همراه یادآور

این نکته هستند که ارتباطات سیار، عناصر مهمی از بیان خود را در بردارند، چنان که بستر مناسبی را فراهم آورده است تا کاربران با استفاده از دسترسی فراگیر به یکدیگر جنبه‌های هویتی خود را توسعه دهند. تلفن همراه همچنین به عنوان فناوری ارتباطی همه جا حاضر که فرد را در تمامی ساعات روز و شب و در همه مکان‌ها، در ارتباط متصل با دیگران قرار می‌دهد، ابزاری برای توسعه قدرت فرد نیز محسوب می‌شود. در مجموع می‌توان نتیجه گرفت، با پیدایش جامعه مصرفی و تولید انبوه کالاها، از جمله مدل‌های مختلف تلفن همراه، ذائقه و نوع مصرف افراد پیوسته تغییر می‌یابد. افراد همواره با استفاده از تلفن‌های همراه هویت‌های جدید می‌یابند و بر اساس آن می‌توانند رفتار خود را تغییر دهند. در واقع مصرف افراد، وسیله‌ای برای ایجاد هویت است.

الگوها و سبک‌های زندگی افراد که بر مبنای ذائقه و انتخاب آنان شکل می‌گیرند، متضمن نوعی رفتار منزلت‌جویانه هستند. در واقع، این سبک‌ها و شیوه‌های زندگی پذیرفته شده در جامعه جدید هستند که هویت‌های شخصی و گروهی افراد را منعکس می‌کنند. امروزه به دلیل باز بودن زندگی اجتماعی و کثرت یافتن زمینه‌های کنش و تعدد مراجع، نقش سبک زندگی و الگوهای فعالیت‌های روزانه در ساختن هویت شخصی، به طور فزاینده‌ای اهمیت می‌یابد.

شکل‌گیری هویت بیش از پیش با آنچه می‌خریم یا می‌خواهیم بخیریم، ارتباط یافته است. امروزه هویت خود را با استفاده از کالاهایی شکل می‌دهیم که نشانه ویژگی‌های فردی و گروهی ما یعنی تفاوت با برخی اشخاص و گروه‌های اجتماعی و همبستگی و احساس تعلق به دیگر اشخاص و گروه‌های اجتماعی، هستند.

پیشنهادها

۱. با توجه به تأثیر استفاده از تلفن همراه بر زندگی افراد و روابط بین فردی آنان، انجام پژوهش‌هایی درباره تأثیر استفاده از این وسیله بر روابط دوستانه، گذران اوقات فراغت، روابط بین نسلی فرزندان و والدین و روابط زناشویی می‌تواند درخور توجه باشد و در قالب ارائه برنامه‌های آموزشی جنبه کاربردی یابد.
۲. بررسی پیامدهای گسترش تلفن همراه در عرصه‌های خانه و خانواده و مؤسسات

آموزشی و اداری جامعه و بررسی رابطه گسترش تلفن همراه با ساختار و مؤلفه‌های هویت ایرانی یعنی سنت و فرهنگ و ارزش‌های تاریخی تثبیت شده ایرانی و اسلامی از موضوعات درخور تأملی است.

۳. استفاده از برخی امکانات و قابلیت‌های تلفن همراه مانند پیام کوتاه، عکسبرداری و فیلمبرداری آنی و بدون محدودیت، مجادلات و مناقشاتی را برانگیخته است. بنابراین بررسی چالش‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ناشی از به کارگیری این قابلیت‌های تلفن همراه در جامعه ایران می‌تواند به روشن شدن مسایل این حوزه و برون‌رفت از مشکلات کمک شایانی کند.

۴. تأثیر بهره‌گیری از تلفن همراه بر جنبه‌های روان‌شناختی (ادراکی، عاطفی و زیبایی‌شناختی) استفاده از موسیقی، عکس‌ها و فیلم‌ها می‌تواند بررسی شود.

۵. با توجه به اینکه تلفن همراه ابزار کلیدی جوانان در مدیریت کارهایشان به‌شمار می‌رود، بر این اساس، کارشناسان و برنامه‌ریزان می‌توانند با توجه به قابلیت‌های آن، اقدامات آموزشی را در جهت شکل‌دهی به اوقات فراغت جوانان طراحی و اجرا کنند.

۶. از آنجا که پیام کوتاه به یکی از مهم‌ترین ابزارهای مبادله اجتماعی تبدیل شده است و بر مبنای آن نوعی فرهنگ متن‌نویسی ویژه شکل گرفته است، پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزان نرم‌افزارهایی را طراحی کنند که کاربران به شیوه‌ای ساده، اصولی و صحیح، متن‌نویسی به زبان فارسی و دیگر زبان‌ها را فراگیرند.

۷. گسترش استفاده از تلفن همراه در بین نوجوانان نگرانی‌های زیادی را برای والدین و کارشناسان اجتماعی و روان‌شناسی به‌وجود آورده است، از این رو ارائه اطلاعات دقیق و مفید به والدین در زمینه ویژگی‌ها و کاربردهای تلفن همراه و آموزش شیوه‌های نظارت بر فرزندان از طریق رسانه‌های مختلف بخصوص رسانه ملی ضرورت می‌یابد؛ همچنین طراحی و گنجانیدن درسی در زمینه استفاده از رسانه‌های مختلف از جمله تلفن همراه در برنامه‌های درسی آموزش و پرورش، راهکار مناسب دیگری است که می‌تواند تا حدودی از این مشکلات بکاهد.

۸. تبلیغات گسترده خدمات ارتباطات سیار و گوشی‌های تلفن همراه ممکن است به مصرف‌گرایی و مصرف‌زدگی در جامعه دامن بزند و در نهایت، تلفن همراه از یک وسیله ارتباطی به یک وسیله تجملی تغییر کارکرد دهد. از این رو، در کنار تلاش‌های بازاریابی،

تأثیر استفاده از تلفن همراه بر شکل‌گیری هویت شخصی مدرن در میان جوانان شهر تهران ❖ ۱۴۹

بهرتر است ماهیت ارتباطی این وسیله و پیامدهای مختلف آن به گونه‌ای جدی مورد توجه سیاستگذاران و تصمیم‌گیران مسائل فرهنگی و اجتماعی جامعه قرار گیرد. برای مثال شکل‌دهی و ترویج فرهنگ بهینه استفاده از تلفن همراه در جامعه، به منظور استفاده از کارکردهای مفید این وسیله ارتباطی، باید مد نظر برنامه‌ریزان قرار گیرد. از آنجا که به نظر می‌رسد، یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در شکل‌گیری مشکلات مرتبط به استفاده از تلفن همراه، آشنا نبودن کاربران با فرهنگ صحیح استفاده از آن باشد، از این رو، اطلاع‌رسانی دقیق و ارائه آموزش‌های مستقیم و غیر مستقیم در زمینه فرهنگ بهره‌گیری از تلفن همراه، می‌تواند در کاهش و حل بسیاری از مسائل راهگشا باشد.

منابع

- تامپسون، جان بروکشایر. (۱۳۷۹). رسانه‌ها و نوگرایی (ترجمه علی ایشاری کسمایی). تهران: مؤسسه انتشاراتی روزنامه ایران.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۱). هویت اجتماعی (ترجمه تورج یاراحمدی). تهران: شیرازه.
- جی‌دان، رابرت. (۱۳۸۴). نقد اجتماعی پست مدرنیته (ترجمه صالح نجفی). تهران: شیرازه.
- شالچی، سمیه. (۱۳۸۴). هویت بازاندیشانه و رسانه‌ها (بررسی شکل‌گیری هویت بازاندیشانه و ارتباط آن با سایر رسانه‌ها). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه تهران.
- عاملی، سعید رضا. (۱۳۸۳). دو جهانی شدن‌ها و آینده هویت‌های همزمان. بازیابی از <http://ameli-saied.com>
- عاملی، سعید رضا. (۱۳۸۵). فردگرایی جدید و تلفن همراه: تکنولوژی فردگرایی و هویت. مجله رسانه‌های جهانی، دانشگاه تهران، شماره ۱.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸). تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید (ترجمه ناصر موفقیان). تهران: نی.
- مهدی‌زاده، سید محمد. (۱۳۸۱). انقلاب ارتباطات، جامعه شبکه‌ای و ذهنیت و هویت ناپایدار. سمینار ایران و جامعه اطلاعاتی در سال ۱۴۰۰، آذر ماه ۱۳۸۱، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.

ویمر، راجر دی. و دومینیک، جوزف آر. (۱۳۸۴). تحقیق در رسانه‌های جمعی (ترجمه کاوس سیدامامی). تهران: انتشارات سروش و مرکز تحقیقات صداوسیما.

Fortunati, L. (2001). **The Mobile Phone: An Identity on the Move.** University of Trieste, Pordenon, Italy, Springer –Verlag, London. 5, 85-98.

Garcia-montez, J.M. (2006). Changing in the Self Resulting from the Use of Mobile Phones. **Media Culture Society Journal**, 28, 67-82.

Geser, H. (2002). **Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone.** [online] Retrieved from [http://www.real cim/realone/index.html](http://www.realcim/realone/index.html)

