

تلفن همراه و تأثیر آن در ارتباطات میان‌فردی جوانان دانشجوی (مطالعه دانشجویان دانشگاه‌های تهران)

مسعود کوثری*

محمدرضا جوادی یگانه**، طاهره خیرخواه***

چکیده

مقاله حاضر تأثیر تلفن همراه را در ارتباطات میان‌فردی جوانان (با مطالعه دانشجویان دانشگاه‌های تهران) مورد مطالعه قرار می‌دهد. در واقع این تحقیق قصد دارد تا مشخص کند که آیا عمق و گستره ارتباطات میان‌فردی به وسیله تلفن همراه تغییری یافته است یا خیر؟

در این پژوهش ارتباطات با واسطه تلفن همراه ۳۸۷ دانشجوی دانشگاه‌های سراسری سطح تهران به روش پیمایش بررسی شده است.

بعد از جمع‌آوری داده‌ها و بررسی آن‌ها، مشخص شد ویژگی‌های شخصی دارندگان تلفن همراه تأثیری در گستره و عمق ارتباطات میان‌فردی آنان ندارد. اما میزان آشنایی آنان با فناوری‌های نو (سواد IT) در میزان استفاده آنان از تلفن همراه تأثیر دارد. هم‌چنین نتایج این پیمایش نشان داد که میزان استفاده از تلفن همراه در گستره و عمق ارتباطات میان‌فردی پاسخ‌گویان تأثیرگذار بوده است. البته این تأثیر در گروهی دیده شد که جوانان دانشجو علاوه بر ارتباطات چهره‌به‌چهره با آنان، ارتباطات موبایل واسطه نیز داشته‌اند.

کلیدواژه‌ها: ارتباطات میان‌فردی، فناوری نو ارتباطی، ارتباطات باواسطه، تلفن همراه، پیام کوتاه، گستره و عمق ارتباطات، جوانان.

* دانشیار گروه ارتباطات، دانشگاه تهران mkousari@ut.ac.ir

** دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران myeganeh@ut.ac.ir

*** کارشناس ارشد ارتباطات، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول) t.khairkhah@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۸/۳۰، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۱۱/۲۶

۱. مقدمه

تلفن همراه نزدیکی ارتباطات را با وجود فاصله‌ها بیش از هر کانال دیگری فراهم کرد. این وسیله که در ابتدا به منزله وسیله تعاملات تجاری مورد استفاده قرار می‌گرفت و هنوز نیز در آن حوزه نقش مهمی ایفا می‌کند؛ هم‌اکنون واسطی دائمی در ارتباطات میان فردی محسوب می‌شود.

به تعبیر کیم و میتومو (Kim and Mitommo, 2006: 2)، تلفن همراه به بستر اصلی و اولیه ارتباطات میان نسل جوان تبدیل شده است. استفاده از چنین فناوری‌های جدید و پیشرفته ارتباطی رشد انواع جدید دوستی را تقویت کرده است؛ دوستی‌هایی که از طرق دیگر ارتباطی (ارتباطات چهره‌به‌چهره یا اینترنت) ایجاد شده و قوام یافته است. وسیله‌ای که فقط ابزاری برای انتقال صدا نیست، بلکه به ابزار ارتباطی عمومی‌تر تبدیل شده است که جوانان بیش‌ترین کاربران پیام‌های متنی و سرویس‌های داده آن‌اند.

راکوف و ناوارو (Rakow and Navarro, 1993) بر این نظرند که استفاده جوانان از تلفن همراه ویژگی‌هایی دارد که موجب تمایز آن با شیوه استفاده بزرگسالان از تلفن همراه می‌شود. استفاده زیاد از پیام کوتاه، تماس‌های تلفنی زیاد، و سرگرمی با بازی‌های تلفن همراه از اجزای فرهنگ تلفن همراه جوانان (mobile youth culture) است. شخصی شدن تلفن همراه، از طریق انتخاب صدای زنگ و عوض کردن ظاهر تلفن، نوعاً مختص جوانان است.

به‌هرحال نباید این موضوع را فراموش کرد که جوانان به هیچ‌وجه گروهی متجانس در عادات ارتباطی‌شان نیستند. سبک زندگی‌های متفاوت و شیوه‌های زندگی متفاوت آنان به استفاده از تلفن همراه شکل می‌دهد. مراحل زندگی متفاوت جوانان در نحوه استفاده از تلفن همراه اثر می‌گذارد. همان‌طور که به سن و سال جوانان افزوده می‌شود، الگوهای ارتباطاتی شروع به تغییر می‌کند و فرایند مستقل شدن تغییراتی در ارتباطات ایجاد می‌کند (Oksaman and Routiainen, 2003).

بر این اساس تلفن همراه نه تنها خود فرهنگی را به وجود آورده است، که چنان‌که برخی از نویسندگان (McGuigan, 2004; Kim and Mitommo, 2006; Ito and Okabe, 2003) آن را «فرهنگ تلفن همراه» نامیده‌اند، بلکه در فرهنگ جوانان نیز تأثیر گذاشته است. وجوه فرهنگ جوانان گسترده است و بررسی تأثیر تلفن همراه در کل این وجوه کاری دشوار است، اما یکی از وجوهی که کم‌تر تردیدی درباره آن وجود دارد، تأثیر تلفن همراه در

ارتباطات میان فردی جوانان است. تبادل پیام‌های صوتی (تماسی تلفنی) و متنی (سرویس پیام کوتاه) درک جوانان از ارتباطات میان فردی را دگرگون کرده است. به علاوه چنان‌که کیم و میتومو (Kim and Mitommo, 2002; Kim and Mitommo, 2006) و تاناکا (Tanaka, 2002) مطرح می‌کنند، استفاده از تلفن‌های همراه به طرز ساختاری، مناسبات انسانی و شیوه‌های ارتباط را دگرگون کرده و با پیام‌های متنی، پیام‌های تصویری و سایر فناوری‌های مرتبط سطح و فراوانی تعاملات شخصی‌شده را تغییر داده است. در نتیجه، ادراکات افراد از ارتباطات میان فردی تحت تأثیر استفاده از این امکانات تلفن همراه قرار گرفته که در درازمدت در شیوه توسعه و ساخت یابی ارتباطات در اجتماعات گوناگون تأثیر می‌گذارد.

بنابراین چنان‌که آمد، مطالعات ارتباطی تلفن همراه بر اساس نقش آن به منزله پدیده‌ای نوظهور در تسهیل ارتباطات میان فردی انجام می‌شود. با وجود این، در مجموع هنوز تحقیقات تلفن همراه در ایران با توجه به تغییرات سریع و چشم‌گیر ناشی از آن، در ابتدای راه خود است و با قطعیت نمی‌توان درباره تأثیرات آن داوری کرد. این تحقیقات در ایران انجام نگرفته و هنوز داده‌های قابل مقایسه در مورد استفاده از تلفن همراه وجود ندارد و همین امر، داوری درباره تلفن همراه و تأثیرات آن در میان ایرانیان را با احتیاط همراه می‌سازد. در این مقاله تلفن همراه به منزله تسهیل‌کننده فرایند ارتباطات میان فردی جوانان ایرانی (با مطالعه ۳۸۷ دانشجوی دانشگاه‌های سطح تهران) به منظور مطالعه تغییرات در «گستره» و «عمق» ارتباطات میان فردی بررسی می‌شود. پرسش اساسی این تحقیق این است که آیا تلفن همراه گستره و عمق ارتباطات میان فردی جوانان دانشجو را تغییر می‌دهد یا نه؟ به تعبیر بهتر این که آیا استفاده از تلفن همراه به تعمیق و گسترده‌سازی ارتباطات میان فردی دانشجویان منجر می‌شود یا نه؟

منظور از تعمیق و گسترده‌سازی تأثیر تلفن همراه در توسعه مناسبات اجتماعی و اجتماعات انسانی است. تعمیق به احساس فزونی یافته نزدیکی یا صمیمیت بین افراد اشاره دارد، در حالی که منظور از گسترده‌سازی افزایش تعداد افرادی است که فرد با آنها در ارتباط است. گسترده‌سازی به گسترش دایره ارتباطات میان شخصی فرد و در یک کلام، گسترش دایره دوستی‌های آنان اشاره دارد (Longmate and Baber, 2002; Tanaka, and Mitommo, 2002; Kim 2002; Kim and Mitommo, 2006).

بنابراین ارتباطات میان فردی جوانان دانشجو از نظر گستره (تعداد افراد) و عمق (دفعات

ارتباطات صمیمانه مثل تعداد گردش و خرید رفتن با یک دیگر، بر اساس ویژگی های شخصی و میزان استفاده از تلفن همراه در طول روز (تعداد برقراری تماس یا ارسال پیام)، با یک دیگر مقایسه می شود.

به علاوه برای سنجیدن تأثیر تلفن همراه در گستره و عمق ارتباطات میان فردی، مطالعه در مورد دو گروه دوستی صورت گرفته است؛ یعنی گستره و عمق ارتباطات با گروهی که پاسخ گو تنها با آن ها ارتباطات چهره به چهره دارد و گروهی که پاسخ گو با آن ها ارتباطات از طریق تلفن همراه دارد، مقایسه و تحلیل می شود.

۲. اهمیت و ضرورت بررسی ارتباطات به وسیله تلفن همراه جوانان

سیلورستون و هادون (Silverstone and Haddon, 1996) نظریه ای درباره پذیرش و اهلی سازی فناوری های نو ارتباطی در زندگی روزمره مطرح کرده اند که نشان می دهد چگونه فناوری های جدید پس از مدتی راه خود را به عادات عمومی زندگی روزمره پیدا می کند. مردم پس از جذب اولیه یک فناوری، شروع به یادگیری امکانات گوناگون آن می کنند و فناوری را با نیازهای ویژه و الگوهای رفتاری زندگی روزمره خود سازگار می کنند. بنابراین افراد یک جامعه می کوشند تا معانی و استفاده های متفاوت را به فناوری اخذ شده نسبت دهند؛ معانی و استفاده هایی که ممکن است در ابتدا از سوی طراحان آن فناوری مورد نظر نبوده است. بنابراین هر فناوری ارتباطی ضمن مطالعه کاربردها در سطح اولیه، مطالعه عمیق تری برای بررسی کاربردها و تبعات استفاده از این وسیله در مورد گروه های مختلف اجتماعی می طلبد (Zhao, 2005).

مانت و پیرز (Mante-Meijer and Pires, 2002: 49) در مطالعه شان درباره سبک های زندگی دوره نوجوانی و جوانی در دهه پایانی قرن بیستم و لزوم مطالعه ابعاد استفاده جوانان از تلفن همراه تصویری ارائه می دهند که در آن افراد باید یک دوره گذار طولانی از کودکی به بزرگ سالی را تجربه کنند. در این دوره گذار، آنان باید مهارت های متعددی یاد بگیرند تا برای وظایف بزرگ سالی آماده شوند. موقعیت برجسته برای جوانان دوره طولانی تحصیل است. جوانان از نظر مالی در طی این دوره (تحصیل) به والدینشان وابسته اند. آن ها هنوز در خانه والدینشان زندگی می کنند، با التزام به اطاعت از قوانینی که والدینشان برای آنان تنظیم کرده اند. در گذار از بچگی به بزرگ سالی، جوانان در موقعیتی بحرانی (خطرناک) قرار می گیرند و از نظر شناختی وارد فضایی بدون ساختار می شوند. در این دوره، مهم برای

جوانان آن است که خودپنداره ای رضایت‌بخش از خود به‌دست آورند، اما این کار با تردید زیاد همراه است؛ زیرا جوانان باید یاد بگیرند تا خارج از فضای خانواده عمل کنند. فضایی که در آن دیگر والدینشان قوی‌ترین نقاط مرجع نیستند. آنان یاد می‌گیرند که والدینشان آن‌طور که زمان بچگی فکر می‌کردند، افراد عالم دهر و کاملاً قابل اتکا نیستند. بنابراین با آغاز دوره جوانی، گروه هم‌سالان به گروه مرجع آنان تبدیل می‌شود. فهم متقابل و حمایت اجتماعی از جمله آثاری است که گروه هم‌سالان برای نوجوانان و جوانان دربردارد. ارتباطات با هم‌سالان به عاملی مهم در زندگی روزمره تبدیل می‌شود. در این‌جا وسایل ارتباطی برای آنان بسیار مهم است، زیرا امکان ارتباط آنان را بدون مزاحمت والدین فراهم می‌سازد و محبوبیت تلفن همراه و پیام کوتاه دقیقاً به همین دلیل است.

مانت و پیرز می‌گویند که در سنین مختلف انواع خاصی از الگوهای ارتباطی مرکز توجه قرار می‌گیرد؛ زیرا جوانان در هر مقطع سنی با مسائلی مواجه‌اند که باید برای آن‌ها راه‌حلی بجویند. این الگوهای متفاوت به معنای رفتار ارتباطی متفاوت، استفاده متفاوت از وسایل ارتباطی و معانی متفاوتی که به وسایل ارتباطی در زندگی روزمره داده می‌شود، است (ibid).

بر این اساس، تأثیرات این وسیله در شکل‌دهی، تثبیت، و تحکیم ارتباطات میان‌فردی جوانان مطالعه می‌شود؛ به‌ویژه، در جامعه‌ای نظیر ایران، که هنوز بخش قابل توجهی از جوانان از الگوهای نسبتاً سنتی‌تر ارتباط استفاده می‌کنند، این مطالعه امری ضروری است. بدیهی است، تلفن همراه و پیام کوتاه الگوهای ارتباطی را تغییر داده است. این که در آینده تب‌وتاب استفاده از تلفن همراه یا پیام‌های کوتاه فرو خواهد نشست یا نه، موضوعی است که باید آن را به آینده واگذار کرد، اما در حال حاضر می‌توان تغییرات در الگوهای ارتباطی جوانان بر اساس استفاده از تلفن همراه را با مطالعه نقش این وسیله دید.

۳. تلفن همراه و ارتباطات میان‌فردی

غیر از ارتباطات چهره‌به‌چهره، که حضوری برقرار می‌شود، نامه مهم‌ترین واسطه ارتباط میان‌فردی از راه دور بود که برای سالیان دراز مهم‌ترین وسیله ارتباطی شناخته می‌شد. پس از آن تلفن وسیله ارتباط و مکالمه در زمان واحد را فراهم کرد. پس از آن اینترنت به‌طور برجسته‌ای زندگی ارتباطی روزمره مردم را با برقراری ارتباطات آنلاین مثل چت و ایمیل تغییر داد و اکنون رسانه و واسطه نوظهور عصر حاضر تلفن همراه است. اما تلفن همراه،

به‌منزله یکی از وسایل ارتباطی میان انسان‌ها، اغلب در پژوهش‌های جامعه‌شناسی نادیده گرفته شده است. جامعه‌شناسان اغلب ارتباطات میان انسان‌ها را به‌صورت چهره‌به‌چهره و از طریق رسانه‌ها (مکتوبات، تلویزیون، رادیو، و ...) مورد مطالعه قرار داده‌اند. با وجود رواج استفاده از تلفن در زندگی روزمره جوامع مدرن، حتی جامعه‌شناسانی هم‌چون گافمن (E. Goffman)، که به زندگی روزمره پرداخته‌اند، نیز تلفن را نادیده گرفته و تنها به ارتباطات چهره‌به‌چهره پرداخته‌اند (Katz and Aakhus, 2002). و یا این‌که اینترنت در حکم یک نوآوری تکنولوژیک مباحث بسیار زیادتری در جامعه‌شناسی نسبت به تلفن و تلفن همراه برانگیخته است. برای مثال مانوئل کاستلز (M. Castells) در کتاب *جامعه شبکه‌ای* (۱۹۹۶) تمرکز بسیاری بر اینترنت به مثابه یک نوآوری دوران‌ساز داشته است. درحالی که می‌توان گفت تلفن همراه را به‌کلی نادیده گرفته است (Gesser, 2004). این پژوهش‌ها این واقعیت را نادیده می‌گیرند که در مقایسه با کامپیوترهای شخصی و شبکه‌ای اینترنت، انسان‌های بیش‌تری در زندگی روزمره خود با تلفن همراه مرتبط‌اند و از آن بهره می‌گیرند؛ به‌طوری که برای مثال در برخی کشورها تعداد خطوط تلفن‌های همراه از جمعیت کشور پیشی گرفته است و یا حتی برای نخستین بار در ۲۰۰۱ تعداد تلفن‌های همراه در دنیا از تعداد تلویزیون‌ها بیش‌تر شد (ibid) و یا هم‌چنین می‌توان مشاهده کرد که هزینه‌ای که افراد ماهانه برای تلفن همراه پرداخت می‌کنند، از هزینه‌ای که برای مثال به‌منظور استفاده از اینترنت پرداخت می‌کنند، بسیار بالاتر است و این امر بی‌شک جایگاه قابل توجه ارتباطات از طریق تلفن همراه را نشان می‌دهد.

درحالی که یک پیمایش انجام‌شده در ۱۹۹۶ نشان داد که فقط ۱۴ درصد مکالمات با تلفن همراه به امور شخصی و دوستانه اختصاص داشت (Fortunati, 2002: 51)، اما در مدت کوتاهی طبقات پایین و زنان و جوانان نیز به کاربران تلفن همراه پیوستند. کاربرد تلفن همراه در مدت کوتاهی از نقش ابزاری در مشاغل صنعتی و نیز تجارت، به کاربردهای متنوع‌تری تبدیل شد (Lasen, 2002: 7).

کوکس و هلن (Cox and Helen, 1990)، دو محقق استرالیایی، در یک پژوهش تجربی نشان دادند که ارتباطات تلفنی باعث بزرگ‌تر شدن شبکه اجتماعی میان افراد از طریق امکان برقراری ارتباطاتی که به طریقه چهره‌به‌چهره مقدور نیست، می‌شوند. در نتیجه تلفن همراه باعث گسترده‌تر شدن سطوح ارتباطی در روابط اجتماعی می‌شود. درضمن تلفن همراه به تقویت روابط نزدیک میان افراد نیز کمک می‌کند. این کار از طریق

برقراری روابط در زمان‌هایی که از نظر مکانی افراد با یکدیگر فاصله دارند، انجام می‌شود (Gergen, 2002: 237).

۴. جوانان و تلفن همراه

چنان‌که پیش‌تر در اهمیت مطالعه استفاده از تلفن همراه در بین جوانان گفته شد، جوانان از این فناوری به منزله ابزاری برای فرار از روابط خاص خانوادگی استفاده می‌کنند و بازتعریفی از معنای فضا و جایگاه غریبه‌ها در فضای خانوادگی عرضه می‌کنند. همه این‌ها نمونه‌هایی از کاربرد جوانان از تلفن همراه در خانه است. در واقع ورود تلفن همراه کسی را از فضای خصوصی جدا نکرد، بلکه دنیای خصوصی را وارد صحنه و حوزه‌های اجتماعی و عمومی کرد.

به علاوه لینگ و یتری (Ling and Yttri, 2002) در مقاله «فراهماهنگی به وسیله تلفن همراه»، یکی از استفاده‌های رایج جوانان از تلفن همراه را استفاده آن‌ها برای برنامه‌ریزی دیدارها و فعالیت‌هایشان می‌دانند. به هر شکل تلفن همراه باعث تعددشدن ملاقات‌های جوانان با یکدیگر و پیوستنشان به هم در مکان‌های واحد شده، و می‌بینیم که این ساختار جدید روابط لحظه به لحظه بیش‌تر شکل گرفته و تقویت می‌شود.

علاوه بر این در این دوره سنی (جوانی) وسایل ارتباطی، که تماس با هم سالان بدون مزاحمت والدین و معلمان را ممکن می‌کند، بسیار درخور توجه است و علت محبوبیت تلفن همراه و پیام کوتاه را روشن می‌کند. به هر حال رفتار ارتباطی و محتوای ارتباطی ممکن است از گروهی به گروه دیگر تفاوت کند. این الگوهای متفاوت به معنای رفتار ارتباطی متفاوت، استفاده متفاوت از وسایل ارتباطی و معانی متفاوت که به وسایل ارتباطی در زندگی روزمره داده می‌شود، است (Kim and Mitommo, 2006).

مانت و پیرز (Mante-Meijer and Pires, 2002) بر این نظرند که تلفن همراه برای جوانان تولید شده تا صرفاً چیزی بیش از تلفن همراه باشد. تلفن همراه رسانه‌ای متمایز با خصوصیات معین است، و رسانه‌ای شخصی که (در مقایسه با تلفن خانگی) برای اهداف ارتباطی فردی در دسترس است. برای برخی از جوانان تلفن همراه وظایف مهمی را برای سازمان‌دهی زندگی روزمره به عهده دارد و آن‌ها را از قید تلفن خانگی خلاص می‌کند. تحقیق این دو نشان می‌دهد که پیام کوتاه بیش‌تر برای اهدافی مانند اطمینان متقابل و در تماس بودن استفاده می‌شود که مشتمل بر دسترسی دائمی است. پیام کوتاه عاملیت‌هایی

را نشان می‌دهد که با فناوری‌های رسانه‌ای اولیه مرتبط است؛ خصوصاً تلفن و پیش از آن نامه. به وسیله پیام کوتاه به منزله یک انتخاب، تلفن زدن یا نوشتن نامه کاملاً تغییر نکرده است. تنها بخش محدودی از کارکردها جانشین شده‌اند. برای مثال، دیگر داشتن مکالمه تلفنی زیاد، فقط برای گذاشتن قرار ملاقات یا دریافت نشانه کوچکی از زندگی، ضروری نیست.

چنان‌که هوفلیچ و راسل (Hoflich and Rossler, 2002: 96) نیز متذکر شده‌اند چهارچوب مرجع برای تفسیر استفاده از تلفن همراه می‌تواند به وسیله نظریه طاقچه‌های لذت (خشنودی) (gratification niches) به دست بیاید. با بررسی کارکردهای ایمیل و تلفن، دیمیک و همکارانش نیز بر این نظرند که: یک رسانه جدید به واسطه فراهم کردن فایده یا خشنودی برای کاربران باقی می‌ماند و پیشرفت می‌کند (Dimmick et al., 1994: 240). با چنین برداشتی، این موضوع ممکن است آثاری درباره رسانه‌های موجود به واسطه فراهم کردن راه‌حل‌های جدید برای نیازهای قدیمی یا برای نیازهای جدیدتر، داشته باشد. یک روش تعریف طاقچه رسانه‌ای، آن منطقه‌ای از فضای منبع است که خارج از رقابت‌های رسانه‌ای مشابه است. در نهایت تماس مکتوب غیر صریح، هیجان خاصی ایجاد می‌کند. برای مثال هوفلیچ و راسل از باک (Baacke) نقل می‌کنند که: لاس‌زدن از راه پیام کوتاه کاملاً رایج است، چون فرصتی برای توسعه «زمینه تجارب اروتیک» فراتر از گروه هم‌سالان فرد را فراهم می‌کند (Hoflich and Rossler, 2002: 97).

از میان موضوعات و تأثیرات این وسیله در جوانان (مثل تغییر الگوهای ارتباطی و مصرف رسانه‌ای و سرگرمی) مهم‌ترین موضوع در ارتباطات تلفن همراه برای جوانان، ایجاد و حفظ شبکه‌های اجتماعی‌شان است. جوانان برای دستیابی به این هدف، از طیف گسترده‌ای از ارتباطات مؤثر (از جمله تلفن همراه و پیام کوتاه) استفاده می‌کنند. کیم و میتومو (Kim and Mitommo, 2006) بر این نظرند که جوانان، به‌ویژه هنگام شکل‌گیری اولین روابطشان با جنس مخالف، پیام کوتاه را به منزله رسانایی عالی برای ارتباطات می‌دانند. بنابراین تلفن همراه هم در برقراری و هم تثبیت ارتباطات میان فردی جوانان نقش مهمی ایفا می‌کند که باید ابعاد آن مورد مطالعه قرار گیرد؛ یعنی هم در گستره ارتباطی و هم عمق ارتباطات شکل گرفته. لازم به ذکر است که این مطالعه در مورد گروه دوستی جوانان انجام گرفته است و بقیه شبکه ارتباطی اعم از خانواده، اقوام، همکاران، و ... در این مطالعه بررسی نشده‌اند.

۵. نظریه‌های مربوط به ارتباطات موبایل واسط

بیش تر مدل‌ها برای مطالعه ارتباطات میان‌فردی مبتنی بر ارتباطات چهره به چهره‌اند و با مفروض دانستن چهره به چهره بودن ارتباطات برای مثال تجلی معنی، پارازیت، کدگذاری و کدگشایی، فرستنده، و گیرنده را بررسی کرده‌اند و ارتباطات باواسطه بیش از همه در ارتباطات کامپیوتر واسط و سپس در ارتباطات موبایل واسط بررسی شده است (Zhao, 2005). نظریه‌هایی که تاکنون برای مطالعه ارتباطات با واسطه تلفن همراه (موبایل واسط) استفاده شده‌اند، مثل نظریه بومی سازی فناوری (domestication of technology)، آپارات‌گایست (apparategeist) (روح فناوری)، نظریه فعالیت (activated theory)، و نظریه استفاده و خشنودی‌اند که بیش تر به مصرف فناوری و اقتضانات و کاربردها و کارکردهای آن می‌پردازند، نه تأثیر آن در ارتباطات میان‌فردی.

نگارندگان پیش از این در مقاله‌ای مفصلاً کاربردهای تلفن همراه برای کاربران ایرانی را از منظر تئوری استفاده و خشنودی، بررسی کرده‌اند که مختصراً اشاره‌ای به آن می‌شود. اصل و منشأ رویکرد استفاده و خشنودی مربوط به حوزه تحقیقات رسانه‌های ارتباط جمعی است که عموماً زیرمجموعه‌ای از پژوهش‌های تأثیرات رسانه‌ای است (Ruggiero, 2000: 3). بنابراین منشأ نظریه استفاده و خشنودی به حوزه پژوهش‌های رسانه‌های ارتباط جمعی برمی‌گردد که مطابق با نظر روجیرو همیشه یک رویکرد نظری پیش‌رو را در مراحل اولیه به وجود آمدن هر وسیله جدید ارتباطی فراهم کرده است؛ روزنامه‌ها، رادیو، تلویزیون، و اینترنت. این رویکرد هم‌چنین یک چهارچوب تحقیقاتی اصلی برای مطالعه درباره تلفن همراه بوده است (Peters and Allouch, 2005).

از نظر کاتز و گورویچ و هاوس (به نقل از سورین و تانکاره، ۱۳۸۱: ۴۲۰)، افراد از وسایل برای برقراری رابطه و یا در مواقعی قطع رابطه استفاده می‌کنند و به این وسیله می‌خواهند هدف‌مند یا غیر هدف‌مند، ارتباطات خود را با دیگران، خود و خانواده و دوستان و ...، مرتب سازند. در این دیدگاه همه صور رضامندی فرد از نیاز به «در ارتباط بودن» او ریشه می‌گیرد. آن‌ها ۳۵ نیاز را (عمدتاً نظری) درباره کارکردهای اجتماعی و روان‌شناختی در نظر گرفته و آن‌ها را در چهار دسته قرار می‌دهند: نیازهای شناختی (کسب اطلاعات و آگاهی شناخت)، نیازهای عاطفی (تجارب عاطفی، لذت یا زیبایی‌شناسانه)، نیازهای انسجام‌بخش شخصی (تقویت اعتبار، اعتماد، ثبات، و پایگاه)، و نیازهای گریز از تنش (فراغت و آسایش).

در رویکرد استفاده و خشنودی، فعال بودن کاربر، هدف مند بودن، و داشتن ابتکار او به همراه رضامندی ناشی از استفاده از وسیله در شرایط اجتماعی خاص را باید مد نظر قرار داد. بنابراین می توانیم استفاده از تلفن همراه را در نظریه استفاده و خشنودی بر پایه تحلیل های سستی رسانه ای و تأثیر وسیله در فناوری های نو در خدمت ارتباطات با واسطه میان فردی مورد مطالعه قرار دهیم. حجم عظیمی از تحقیقات انجام گرفته به این امر پرداخته اند که چگونه افراد فواید محسوس فناوری های ارتباطی را درک می کنند (Katz, 1999; Katz and Sugiyama, 2006: 2) فناوری هایی نظیر تلفن ثابت و تلفن همراه (Dimmick et al., 1994) و تلفن همراه (Leung and Wei, 2000).

در مجموعه پژوهش های مربوط به رویکرد استفاده و خشنودی، افراد مطالعات گوناگونی را برای شرح چرایی کاربرد فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی تلفن همراه و رضایت مندی که آن ها در استفاده از این فناوری ها جست و جو می کنند، انجام داده اند. پژوهش ها در مورد کاربرد مرسوم تلفن، نشان دهنده تمایزی بین کاربرد ذاتی (اجتماعی) و کاربرد ابزاری آن است (Keller, 1977; Noble, 1987). کاربرد ذاتی تلفن به کاربرد تلفن برای اهداف اجتماعی (مانند جست و جوی اطلاعات یا گذاشتن قرار ملاقات) اشاره دارد. در کنار کاربرد ذاتی و ابزاری تلفن، ویلیام و دیگران (Williams et al., 1985) دریافتند که خشنودی های لذت و سرگرمی نیز به کاربرد تلفن افزوده می شود (Peters and Allouch, 2005). علاوه بر این خشنودی های دیگر حاصل شده از استفاده تلفن به نقل از تحقیقات دیگر عبارت اند از:

دیمیک و سیکاند (Dimmick et al., 1994) سه خشنودی ای را که از تلفن های خانگی حاصل می شود گزارش کردند؛ جامعه پذیری (معاشرت پذیری) و کارکرد ابزاری و اطمینان آفرینی.

اوکیف و سولانفسکی (O'Keefe and Sulanowski, 1995) خشنودی هایی را که در کاربرد تلفن جست و جو می شود مورد سنجش قرار دادند و جامعه پذیری، سرگرمی، اکتساب، و مدیریت زمان را به منزله ابعادی از کاربرد تلفن شناسایی کردند. مطالعه ای که به وسیله لانگ و وی (Leung and Wei, 2000) صورت گرفت نشان داد که خشنودی های ناشی از کاربرد تلفن همراه تا میزان زیادی مشابه یافته هایی اند که در ادبیات مربوط به تلفن عادی (مرسوم) ذکر شده است. انگیزه های ابزاری و ذاتی مشابه قابل کاربرد در مورد ارتباطات بی سیم جدید است.

علاوه بر این باید گفت چنان‌که منطقی (۱۳۸۹: ۱۰۲) نیز در پژوهشی اشاره می‌کند، اکثراً پژوهش‌گران در بررسی آسیب‌های احتمالی تلفن همراه، در درجه اول اهمیت، متوجه ابعاد ملموس زیستی و جسمانی تلفن همراه شده‌اند (McGuigan, 2004) و در درجه بعد اهمیت، به تبعات روانی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، و عقیدتی تلفن همراه توجه نشان داده‌اند. تلفن همراه حاوی برخی از تهدیدهای روانی و اجتماعی نیز هست. اعتیاد به تلفن همراه و اعتیاد به محصولات برهنه (پورنو) که از طریق سرویس‌های جانبی تلفن همراه در اختیار کاربران قرار می‌گیرد، از جمله این تهدیدهاست. وابستگی به محصولات هرزه‌نگارانه در مجموع موجب شکل‌گیری و پدیدآیی خرده‌فرهنگی جدید و ابعاد هویتی متفاوتی در سطح جامعه و شهروندان آن است. سوق‌یافتن کاربران تلفن همراه به سمت ادبیات و تصاویر و فیلم‌های هرزه‌نگارانه مسئله مهمی است که در ارتباط با تلفن همراه رخ داده است و کاربرانی که به کاربری از موارد مزبور ادامه دهند، در خطر اعتیاد به محصولات هرزه‌نگارانه قرار می‌گیرند. برخی از مطالعات بیان‌کننده آن‌اند که ۷۰ درصد از پیامک‌ها شامل مطالب هیجانی و مضامین عشقی و شهوانی‌اند. پرتیرا در گزارش خویش خاطر نشان می‌سازد که ارسال جوک‌های جنسی در سطح جوانان فیلیپینی، به صورت امری شایع درآمده است و باک (به نقل از کوثری و خیرخواه، ۱۳۸۷) یادآور می‌شود که برقراری روابط عاشقانه از طریق پیامک، امر رایجی شده است که فرصت مناسبی برای توسعه «زمینه تجارت اروتیک» فراهم می‌آورد. تهیه تصاویر نیمه‌برهنه و برهنه و تهیه فیلم‌های کوتاه (کلیپ)، که غالباً از طریق سایت‌های هرزه‌نگار اینترنتی تأمین می‌شود، و ردوبدل کردن آن‌ها از طریق بلوتوث در میان کاربران تلفن همراه، فصل بارز و مشخص دیگری است که چهره‌ای تخیل‌کننده به این نوع از کاربری تلفن همراه بخشیده است.

اما در میان پژوهش‌های انجام‌گرفته، پژوهش کیم و میتومو (Kim and Mitommo, 2006; Kim and Mitommo, 2002) درباره تأثیر تلفن همراه در عمق و گستره ارتباطات میان فردی، که بر مبنای مدل تاناکا در ۲۰۰۲ انجام گرفته، قابل توجه است. این مطالعه مفاهیم اصلی، یعنی ارتباطات میان فردی و تلفن همراه، را مفروض دانسته است و فارغ از عناصر تشکیل‌دهنده (فرستنده و گیرنده و ...) و یا نظریاتی که درباره ارتباطات میان فردی در ادبیات آن وجود دارد، این مدل را عرضه می‌کند و مستقیماً سراغ بررسی تأثیرات تلفن همراه می‌رود. از مجموعه نظریه‌های مطرح‌شده و مدل‌های قابل استفاده، مدل مورد

استفاده در پژوهش کیم و میتومو (ibid) در این جا استفاده شده است. تاناکا در مدل ارتباطی خود برای مطالعه مصرف تلفن همراه در بین جوانان بر آن است که وقتی رفتار بهره‌بردار از تلفن همراه را بررسی می‌کنیم، باید سه عامل گسترده را در نظر بگیریم:

۱. رسانه، که در این مورد تلفن همراه است و محدودیت‌های تکنولوژیکی دارد؛

۲. میزان هزینه؛

۳. ویژگی‌های شخصی.

مطالعه دالی (Dally, 1987) نیز بیان‌کننده این مطلب است که عوامل اجتماعی و کارکردی و شخصی می‌توانند در مقایسه با ویژگی‌های این رسانه تأثیر بیش‌تری در رفتار کاربر داشته باشند. به عبارت دیگر، شناخت هنجارهای اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی مانند تمایل به ارتباط، در رفتار کاربر تأثیر می‌گذارد. هزینه نیز عاملی کلیدی در انتخاب و استفاده از یک فناوری است. برای مثال، پیام متنی می‌تواند از تماس‌های صوتی ارزان‌تر باشد.

در این مدل (Tanaka, 2002) اظهار می‌شود که مردم اطراف کاربر در شناخت کاربر از رسانه، برای مثال، مفید بودن آن، تأثیر می‌گذارند. مهارت و تجربه کاربر در فناوری ارتباطات، استفاده از این رسانه را آسان می‌کند. برای مثال، اگر شخصی پی‌درپی از پیام متنی استفاده کند، فرد دیگر ممکن است از این طریق بفهمد که این رسانه وسیله‌ای مفید است. بنابراین، استفاده فرد از پیام متنی مستقیماً در استفاده از پیام متنی و شناخت فواید آن توسط شخص دیگر تأثیر می‌گذارد.

در نهایت این مدل به عمق و گستره دوستی‌ها توجه دارد. این لغات بر مبنای مطالعات مربوطه است که تحت تأثیر استفاده از تلفن همراه در گسترش ارتباطات اجتماعی است (Longmate and Baber, 2002). منظور از تعمیق و گسترده‌سازی اثر استفاده از تلفن

همراه در توسعه مناسبات اجتماعی و اجتماعات انسانی است.

کیم و میتومو (Kim and Mitommo, 2006; Kim and Mitommo, 2002) مدل فرضی

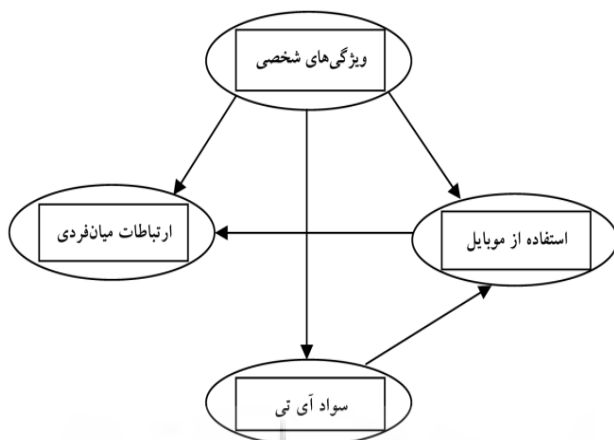
خود را با چهار دسته از متغیرها ارائه می‌دهند:

۱. ویژگی‌های شخصی؛

۲. مناسبات فرد؛

۳. استفاده از تلفن همراه؛

۴. سواد ای‌سی‌تی.

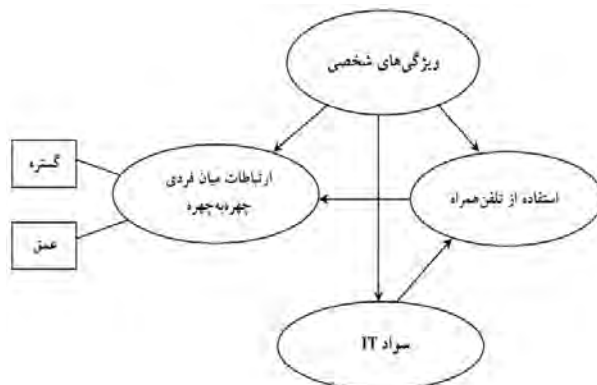


شکل ۱. مدل دسته‌های چهارگانه متغیرها

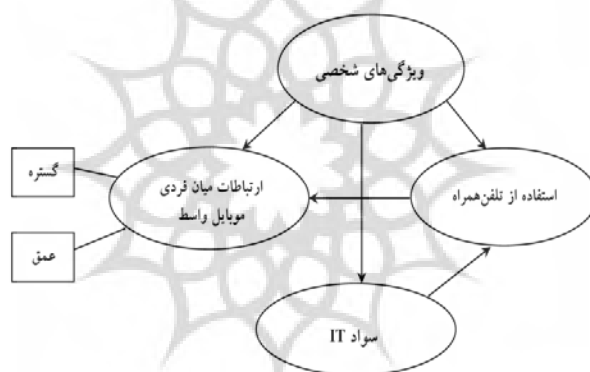
نکته پایانی این که در نهایت از مدل زیر در حکم مدل نهایی برای مطالعه تأثیرات تلفن همراه در عمق و گستره می‌توان استفاده کرد؛ چراکه ویژگی‌های شخصی دارندگان تلفن همراه و همین‌طور میزان استفاده آن‌ها از دیگر مظاهر فناوری (سواد آی‌تی) و همین‌طور میزان استفاده از تلفن همراه در دو گروه ارتباطات چهره به چهره و ارتباطات موبایل واسط، همگی لحاظ شده‌اند و مدل برای مطالعه تأثیرات به نظر کامل می‌رسد.

۶. مدل تحلیلی

مدل نظری طرح در میان دانشجویان به پیش‌آزمون گذاشته شد تا موارد خلأ شناسایی و اصلاح شود که در نهایت دو مدل زیر با حسب همه ویژگی‌های شخصی جوانان دانشجوی ایرانی و مصادیق گستره و عمق ارتباطات آنان برای دو گروه دوستی (ارتباطات چهره به چهره و ارتباطات موبایل واسط) طراحی شد. این مدل برای مطالعه تأثیرات استفاده از تلفن همراه، دو گروه دوستی را با یکدیگر مقایسه می‌کند. ناگفته نماند از آن‌جاکه برای مطالعه تأثیر در چند متغیر وابسته انجام گرفته تأثیر تک‌تک متغیرها در همه متغیرهای وابسته سنجیده شده است و نهایتاً نتایج در چهار مدل نشان داده خواهد شد.



شکل ۲. مدل تجربی (آزمونی) تحقیق (ارتباطات چهره به چهره)



شکل ۳. مدل تجربی (آزمونی) تحقیق (ارتباطات موبایل واسط)

۷. روش تحقیق

روش تحقیق در این مطالعه کمی و مقطعی بوده است. در تحقیقات مقطعی به منظور توصیف جامعه‌ای که نمونه از آن انتخاب شده است، اطلاعات در مقطع زمانی معینی از نمونه جمع‌آوری می‌شود (دلاور، ۱۳۸۱: ۱۴۸). پرسش‌نامه طرح حاضر در چهار بخش طراحی شده است؛ ابتدا سؤالات زمینه‌ای در مورد پاسخ‌گویان، از جمله سن، جنسیت، وضعیت تأهل، و میزان تحصیلات پرسیده شده است. دسته بعدی سؤالات به میزان استفاده از تلفن همراه اختصاص داشته است؛ از قبیل هزینه مکالمات، پرداخت‌کننده قبض، و

مدت زمان استفاده از تلفن همراه. پس از آن دلایل و موضوعات استفاده از پیام کوتاه برای ارتباط با دیگران پرسیده شده است. در سؤالات دسته سوم، نقش تلفن همراه در شکل‌گیری ارتباطات تازه مورد توجه قرار گرفته است. در دسته چهارم، سؤالات مربوط به ارتباطات میان‌فردی و تأثیر تلفن همراه در حفظ آن: تعداد دوستانی که به‌ندرت در طول سال دیده می‌شوند و فقط ارتباطات موبایلی دارند؛ تعداد دوستانی که فقط با آن‌ها ارتباطات چهره‌به‌چهره دارند؛ تعداد دوستانی که هم ارتباطات چهره‌به‌چهره داشته‌اند و هم ارتباطات موبایلی؛ و تعداد دوستانی که هم ارتباطات تلفن همراهی دارند و هم ارتباطات ایمیلی. و سرانجام از سواد آی‌تی پاسخ‌گویان و میزان حضور آنان در دانشگاه سؤال شده است و از آن‌جایی که عمق و گستره دو بعد از ارتباطات میان‌فردی محسوب می‌شوند، در ادامه دو مدل برای اندازه‌گیری مقولات در نظر گرفته می‌شوند.

۸. جامعه آماری و نمونه‌گیری

از آن‌جایی که تأکید اصلی این طرح بر تأثیر استفاده از تلفن همراه در ارتباطات میان‌فردی جوانان دانشجوی بوده است، جامعه آماری دانشجویان دانشگاه‌های سطح تهران انتخاب شد. با توجه به این که دانشگاه‌های آزاد تهران اجازه انجام کارهای پیمایشی (نظرسنجی و از این قبیل) را به غیر نمی‌دهند، نگارنده با استفاده از آخرین آمار وزارت علوم از دانشجویان شاغل به تحصیل در دانشگاه‌های سراسری سطح تهران، آنان را به منزله جامعه آماری تحقیق برگزیده است. ۱۱۸۲۳۶ دانشجو در دانشگاه‌های سراسری تهران مشغول به تحصیل‌اند که بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران، ۳۸۴ نفر از اینان باید در حکم نمونه آماری مورد پیمایش قرار گیرند. واحد نمونه‌ای تحقیق حاضر هر یک از دانشجویان شاغل به تحصیل در نیم‌سال دوم سال تحصیلی دانشگاه‌های دولتی سطح تهران بوده است.

در این تحقیق با توجه به ماهیت تحقیق، پیمایش به منزله روش تحقیق برگزیده شده است. در این تحقیق از شیوه نمونه‌گیری احتمالی از نوع طبقه‌بندی استفاده شد. این شیوه هنگامی به کار می‌رود که واریانس بین طبقات زیاد بوده، ولی واریانس درون طبقات کم باشد (منصوهر، ۱۳۷۴). به‌علت آن که جامعه آماری تحقیق حاضر دانشجویان دانشگاه‌های سراسری تهران بوده‌اند و اختلاف واریانس دانشگاه‌ها با یک‌دیگر (عدم تجانس دانشگاه‌های مورد مطالعه به لحاظ رشته تحصیلی) قابل توجه بوده است، از نمونه‌گیری طبقه‌بندی استفاده شد؛ برای مثال دانشگاه‌های شریف و علم و صنعت و امیرکبیر صرفاً

رشته‌های فنی و مهندسی دارند و دانشگاه‌های علامه و امام صادق رشته‌های علوم انسانی. این عدم تجانس و به عبارت دیگر، زیادبودن واریانس بین طبقات و کاهش واریانس درون طبقات انجام‌دادن سایر نمونه‌گیری‌ها را با مشکل مواجه می‌کند و باید از نمونه‌گیری طبقه‌بندی استفاده کرد. بر اساس اطلاعات موجود، حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران مورد نیاز ۳۸۴ نفر بوده است، اما برای حصول درست جمعیت زن و مرد در هر دانشگاه ۳۸۷ نفر مورد پرسش قرار گرفته‌اند.

۹. پایایی

یکی از عناصر مهم در تصمیم‌گیری در ارتباط با شایستگی یک مقیاس، پایایی درونی آن است. بدین منظور از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. این ضریب نشان می‌دهد که آیا برداشت پاسخ‌گویان از گویه‌ها یکسان بوده است و یا آن‌که هرکس برداشت خاصی از آن داشته است. حال اگر ابزاری دارای پایایی باشد، بدین معناست که اگر خصیصه مورد سنجش با همان وسیله و تحت شرایط مشابه و به مرور زمان اندازه‌گیری شود، نتایج یکسان خواهد بود. آلفای کرونباخ بین صفر و یک نوسان دارد. هر چه این رقم به سمت یک میل کند نشان از پایایی بالاتر متغیرهای پرسش‌نامه است و برعکس هر چه به صفر نزدیک‌تر باشد نشان از عدم پایایی در پرسش‌نامه است.

در این پژوهش ضمن استفاده از پرسش‌نامه به کار گرفته شده در همتای آن، که در سه کشور دو بار انجام گرفته است، سؤالات از نظر داوران نیز گذشته است و علاوه بر این اندازه آلفا در پیش‌آزمون انجام گرفته که ۰/۷۰ به دست آمده که میزان مناسبی است و پایایی ابزار را نشان می‌دهد.

۱۰. توصیف داده‌ها

در این بخش به عرضه داده‌های جمع‌آوری شده، روش‌های آماری تحلیل آن‌ها، و نتایج آن‌ها پرداخته شده است. داده‌های حاصل از پرسش‌نامه پس از کدگذاری و استخراج، به رایانه داده شده و با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

از مجموع پاسخ‌گویان، ۱۸۷ نفر (۵۱/۷٪) مرد و ۲۰۰ نفر (۴۳/۳٪) زن اند که ۳۴۹ نفر (۹۰/۲٪) مجرد و ۳۸ نفر (۹/۸٪) نیز متأهل اند. ۷۰٪ پاسخ‌گویان دانشجوی دوره لیسانس، ۲۷/۱٪ دانشجوی فوق لیسانس، و ۲/۸٪ نیز دانشجوی دکتری‌اند.

۸۸/۱ دانشجویان شغل پاره‌وقت ندارند و از ۱۰/۹٪ باقی‌مانده، ۶/۷٪ یک تا پنج ساعت سر کار می‌روند، ۳/۱٪ شش تا ده ساعت، ۱/۳٪ یازده تا پانزده ساعت، و تنها ۰/۸٪ بیش از پانزده ساعت در هفته کار می‌کنند.

از مجموع ۳۸۷ پاسخ‌گو، ۳۴/۶٪ پاسخ‌گویان مدت سه سال است که تلفن همراه دارند، ۲۴/۸٪ بین یک تا شش ماه، ۲۱/۷٪ پاسخ‌گویان کم‌تر از شش ماه، و ۱۸/۹٪ هم دو سال است که از تلفن همراه استفاده می‌کنند.

۱۱. موضوعات استفاده از پیام کوتاه

۶۱٪ پاسخ‌گویان برای خبردادن و خبرگرفتن از اتفاقات روزمره (اطلاع‌رسانی) از پیام کوتاه استفاده می‌کنند. بعد از آن، به ترتیب ۵۱/۲٪ افراد برای پیام‌های مناسبی یا جوک و شعر و ...، ۴۴/۲٪ برای قرار ملاقات، ۴۱/۹٪ برای کسب خبر از دانشگاه، ۲۹/۵٪ برای احوال‌پرسی ساده، ۲۴/۳٪ برای برقراری ارتباط با کسانی که کم‌تر می‌بینند، و ۱۵٪ برای درد دل کردن با دیگران از پیام کوتاه استفاده می‌کنند. ۱۴/۷٪ پاسخ‌گویان برای ارتباط با دوستی که قصد ازدواج با او را دارند از پیام کوتاه استفاده می‌کنند. نکته این‌که پاسخ‌گویان می‌توانستند به چند گزینه پاسخ گویند؛ بنابراین جمع درصد بیش از ۱۰۰ است.

۱۲. دلایل ترجیح پیام کوتاه بر تماس تلفنی

۵۹/۷٪ پاسخ‌گویان هزینه کم‌تر را علت استفاده از پیام کوتاه ذکر کرده‌اند. بر این اساس به ترتیب ۳۲/۶٪ بیان کرده‌اند که پیام کوتاه باعث می‌شود با کسانی که نمی‌توانند همیشه تماس بگیرند یا ببینندشان با هر محتوایی (جوک و تفریح مناسب‌ها و ...) در ارتباط باشند، ۲۶/۹٪ پاسخ‌گویان بیان‌شدن اصل مطلب بدون حواشی، ۲۱/۲٪ بیان آنچه را نمی‌توانند رودر رو بیان کنند (محدودیت‌های ارتباطات چهره به چهره)، ۱۸/۶٪ نقص در آنتن‌دهی و ۱۴/۷٪ ترجیح دادن نوشتن بر حرف زدن را از جمله علل استفاده از پیام کوتاه بیان کرده‌اند. ۱۰/۶٪ پاسخ‌گویان نیز پنهان‌ماندن محتوای ارتباطشان را علت استفاده از پیام کوتاه ذکر کرده‌اند.

۱۳. عمق ارتباطات با گروه‌های دوستی

عمق ارتباطات میان فردی از طریق مقولاتی چون تعداد گردش و پیاده‌روی شام یا ناهار و نیز خریدرفتن با دو گروه دوستی سنجیده شد که دو جدول زیر به تفکیک آن‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۱. توزیع فراوانی عمق ارتباط با دوستانی که علاوه بر ارتباط چهره به چهره، ارتباط موبایلی هم داشتند

تعداد دیدار با دوستانی که در ماه گذشته علاوه بر ارتباط چهره به چهره، ارتباط موبایلی هم داشتند								
هیچ	گردش		پیاده روی		شام یا ناهار		خرید	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
هیچ	۱۶۹	۴۳/۷	۱۳۳	۳۴/۴	۱۷۶	۴۵/۵	۲۲۵	۵۸/۱
۱-۵	۵۴	۱۴/۰	۴۴	۱۱/۴	۴۱	۱۰/۶	۴۲	۱۰/۹
۶-۱۰	۷۵	۱۹/۴	۹۱	۲۳/۵	۹۸	۲۵/۳	۶۰	۱۵/۵
۱۱-۱۵	۴۷	۱۲/۱	۴۰	۱۰/۳	۳۹	۱۰/۱	۳۴	۸/۸
۱۶-۲۰	۱۲	۳/۱	۲۱	۵/۴	۸	۲/۱	۷	۱/۸
بیش از ۲۰	۳۰	۷/۸	۵۸	۱۵/۰	۲۵	۶/۵	۱۹	۴/۹
مجموع	۳۸۷	۱۰۰/۰	۳۸۷	۱۰۰/۰	۳۸۷	۱۰۰/۰	۳۸۷	۱۰۰/۰
میانگین	۰/۵۶۳۳		۰/۶۵۶۳		۰/۵۴۵۲		۰/۴۱۸۶	

چنان که گفته شد عمق دوستی‌ها با هر دو گروه دوستی از طریق تعداد گردش و خرید و شام با یک‌دیگر، سنجیده شد. جدول بالا نشان می‌دهد ۱۹/۴٪ پاسخ‌گویان شش تا ده بار به گردش می‌روند، ۲۳/۵٪ آنان شش تا ده بار در ماه به پیاده‌روی با دوستانشان می‌روند، همین‌طور ۲۵/۳٪ آنان به شام یا ناهار، و ۱۵/۵٪ نیز به خرید می‌روند. علاوه بر این، میانگین پیاده‌روی دانشجویان از باقی مصادیق عمق ارتباطاتشان بیش‌تر است و از همه کم‌تر با دوستانشان به خرید می‌روند؛ شاید بتوان علت آن را مجموعاً در بی‌هزینه‌بودن پیاده‌روی در مقابل خرید جست‌وجو کرد.

جدول ۲. توزیع فراوانی عمق ارتباط با دوستانی که فقط ارتباط چهره به چهره با هم داشتند

تعداد دیدار با دوستانی که در ماه گذشته فقط ارتباط چهره به چهره با هم داشتند								
هیچ	گردش		پیاده روی		شام یا ناهار		خرید	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
هیچ	۲۴۷	۶۳/۸	۲۱۱	۵۴/۵	۲۴۶	۶۳/۶	۲۹۸	۷۷/۰
۱-۵	۴۷	۱۲/۱	۴۵	۱۱/۶	۴۶	۱۱/۹	۳۲	۸/۳
۶-۱۰	۴۱	۱۰/۶	۶۷	۱۷/۳	۴۵	۱۱/۶	۲۶	۶/۷
۱۱-۱۵	۲۰	۵/۲	۲۴	۶/۲	۲۸	۷/۲	۱۳	۳/۴

۱/۶	۶	۲/۳	۹	۳/۴	۱۳	۲/۸	۱۱	۱۶-۲۰
۳/۱	۱۲	۳/۴	۱۳	۷/۰	۲۷	۵/۴	۲۱	بیش از ۲۰
۱۰۰/۰	۳۸۷	۱۰۰/۰	۳۸۷	۱۰۰/۰	۳۸۷	۱۰۰/۰	۳۸۷	مجموع
۰/۲۳۰۰		۰/۳۶۴۳		۰/۴۵۴۸		۰/۳۶۱۸		میانگین

۱۲/۱٪ پاسخ‌گویان یک تا پنج بار در ماه گذشته به اتفاق این دسته از دوستانشان به گردش رفته‌اند، ۱۷/۳٪ شش تا ده بار به پیاده‌روی رفته‌اند، ۱۱/۹٪ یک تا پنج بار با دوستانشان شام یا ناهار بیرون رفته‌اند، و ۸/۳٪ یک تا پنج بار با دوستانشان به خرید رفته‌اند. میانگین مصادیق عمق ارتباطات با این گروه دوستی کم‌تر از گروه قبل است؛ با این همه در این گروه نیز دانشجویان کم‌تر به خرید و بیش‌تر به پیاده‌روی می‌روند.

جدول ۳. مقایسه میانگین عمق و گستره ارتباطات در دو گروه دوستی

تعداد	میانگین	
۳۸۷	۵/۵۸	عمق در ارتباطات موبایل واسط
۳۸۷	۳/۳۷	عمق در ارتباطات چهره به چهره
۲۶۳	۹/۷۸	گستره در ارتباطات موبایل واسط
۲۶۳	۱۱/۲۴۶۰	گستره در ارتباطات چهره به چهره

مقایسه میانگین‌های عمق ارتباطات در هر دو گروه دوستی عدد ۵/۵۸ را برای گروهی که هم ارتباطات چهره به چهره و هم ارتباطات موبایلی دارند در مقابل ۳/۳۷ نشان می‌دهد. بدین معنی که تعداد گردش و خرید و پیاده‌روی رفتن‌ها، که مصادیق عمق ارتباطات دوستی در نظر گرفته شد، در مورد گروه اول بیش‌تر اتفاق می‌افتد تا گروه دوم؛ یعنی گروهی که با آن‌ها ارتباطات موبایلی دارند بیش‌تر مصادیق عمق ارتباط واقع می‌شوند. در مورد مقایسه گستره ارتباطات اما نتایج متفاوت است؛ گستره ارتباطات چهره به چهره عدد ۱۱/۳۴ را در مقابل ۹/۷۸ نشان می‌دهد؛ یعنی تعداد افرادی که در مجموعه ارتباطات دوستی چهره به چهره قرار می‌گیرند، بیش‌تر از دوستانی‌اند که با آن‌ها ارتباطات موبایلی دارند.

۱۴. سواد IT

مجموعاً سواد IT از مقولاتی چون ساعت‌های حضور در دانشگاه، کار با کامپیوتر و استفاده از اینترنت، و استفاده از زمان اینترنت برای چت با دوستان یا ایمیل زدن به آن‌ها استخراج

۲۰ تلفن همراه و تأثیر آن در ارتباطات میان فردی جوانان دانشجو ...

شد که از مجموع پاسخ‌گویان، ۵۰/۹٪ بیش از ۲۰ ساعت در هفته به دانشگاه می‌روند، ۱۶/۵٪ پاسخ‌گویان ۱۶ تا ۲۰ ساعت، ۱۳/۲٪ یازده تا پانزده ساعت، ۱۲/۷٪ شش تا ده ساعت، و ۴/۹٪ هم یک تا پنج ساعت در هفته به دانشگاه می‌روند. تعداد کمی از پاسخ‌گویان نیز (۱/۸٪) به دانشگاه نمی‌روند.

۴۸/۱٪ بیش از یک تا پنج ساعت در هفته با کامپیوتر (غیر از ساعات اتصال به اینترنت) کار می‌کنند، ۱۵/۵٪ پاسخ‌گویان شش تا ده ساعت، ۱۴/۷٪ بیش از ۲۰ ساعت، و ۸/۳٪ یازده تا پانزده ساعت در هفته با کامپیوتر (غیر از ساعات اتصال به اینترنت) کار می‌کنند، ۸٪ هم در طی هفته با کامپیوتر کار نمی‌کنند. ۵/۴٪ از پاسخ‌گویان نیز به‌طور تقریبی شانزده تا ۲۰ ساعت در هفته با کامپیوتر کار می‌کنند.

و از مجموع پاسخ‌گویان، ۴۹/۱٪ یک تا پنج ساعت در هفته از اینترنت استفاده می‌کنند، ۱۸/۳٪ پاسخ‌گویان شش تا ده ساعت، ۱۰/۶٪ بیش از ۲۰ ساعت، و ۷/۸٪ هم یازده تا پانزده ساعت در هفته از اینترنت استفاده می‌کنند. ۷/۸٪ پاسخ‌گویان نیز در طی هفته از اینترنت استفاده نمی‌کنند. تعداد کمی از پاسخ‌گویان نیز (۶/۵٪) در هفته شانزده تا ۲۰ ساعت از اینترنت استفاده می‌کنند.

از مجموع ۹۲/۵٪ پاسخ‌گویان، اکثر آن‌ها یعنی ۵۱/۲٪ یک تا پنج ساعت در هفته از زمان اینترنت را به چت و یا ایمیل مشغول‌اند، ۳۰/۷٪ پاسخ‌گویان هیچ زمانی را به چت و یا ایمیل زدن اختصاص نمی‌دهند، ۶/۷٪ شش تا ده ساعت، ۱/۸٪ یازده تا پانزده ساعت، و ۱/۳٪ هم بیش از ۲۰ ساعت در هفته از زمان اینترنت را به چت و یا ایمیل زدن اختصاص می‌دهند. تعداد کمی از پاسخ‌گویان نیز (۰/۸٪) در هفته ۱۶ تا ۲۰ ساعت مشغول این کارند. ۷/۵٪ پاسخ‌گویان هم به این سؤال پاسخی نداده‌اند.

۱۵. تحلیل‌های چندمتغیره

در حوزه مطالعات اجتماعی و اقتصادی روش‌های تحلیل چندمتغیره زیادی وجود دارد که به بررسی آثار و روابط بین متغیرهای مورد مطالعه می‌پردازند. این روش‌ها عمدتاً آثار مستقیم یک متغیر در متغیر دیگر را بررسی می‌کنند. اما در این میان تحلیل مسیر از جمله روش‌هایی است که علاوه بر بررسی آثار مستقیم متغیرهای مستقل در متغیر وابسته، آثار غیر مستقیم این متغیرها را نیز مد نظر قرار می‌دهد و روابط بین متغیرها را مطابق با واقعیت‌های موجود، در تحلیل وارد می‌کند (کلانتری، ۱۳۸۵: ۲۲۵).

بنابراین بر اساس مدل تحقیق، تأثیر تک تک متغیرهای مستقل بر وابسته سنجیده می شود که برای سهولت تطابق اعداد و مدل، برشی از دیاگرام تحلیل مسیر در ابتدا آورده می شود.

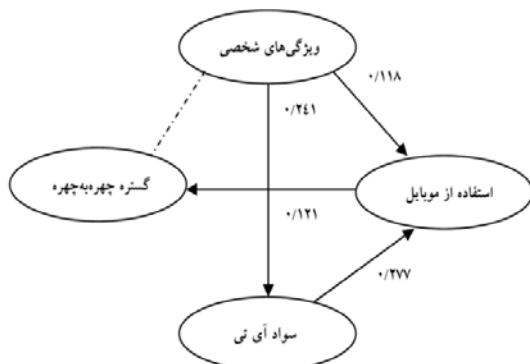
جدول ۴. رابطه بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته

وابسته								مستقل
عمق				گستره				
موبایل واسط		چهره به چهره		موبایل واسط		چهره به چهره		
معنی داری	آماره	معنی داری	آماره	معنی داری	آماره	معنی داری	آماره	
۰/۰۵	۰/۳۷	۰/۱۳۱	-۰/۷۷	۰/۰۱۸	۰/۱۴۰	۰/۷۱۲	۰/۰۲۲	تعداد تماس
۰/۰۱۱	۰/۱۳۰	۰/۰۹۴	۰/۰۸۵	۰/۰۰۰	۰/۲۰۵	۰/۰۶۷	۰/۰۹۹	زمان تماس
۰/۰۱۲	۰/۱۲۸	۰/۱۷۵	۰/۰۶۹	۰/۰۰۰	۰/۲۱۵	۰/۳۴۹	۰/۰۵۰	تعداد پیام کوتاه
۰/۳۶۵	۰/۰۴۶	۰/۳۲۴	-۰/۰۵	۰/۵۳۸	۰/۰۳۷	۰/۰۹۹	۰/۰۸۹	حضور در دانشگاه
۰/۰۰۰	۰/۲۲۸	۰/۱۶۶	۰/۰۷۱	۰/۷۲۳	۰/۰۲۱	۰/۴۸۱	۰/۰۳۸	هزینه ها
۰/۹۲۸	-۰/۰۰۵	۰/۲۲۳	۰/۰۶۲	۰/۹۸۰	-۰/۰۰۲	۰/۰۰۷	۰/۱۴۴	ساعات اشتغال به کار

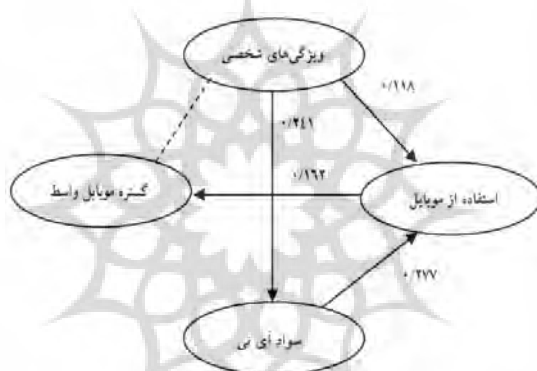
بنابر جدول تعداد تماس، زمان تماس، و تعداد پیام کوتاه با گستره و عمق ارتباطات میان فردی موبایل واسط رابطه دارد. جدول های بعدی مربوط به تأثیر دو متغیر استفاده از تلفن همراه و ویژگی های شخصی در چهار متغیر وابسته است.

۱۶. تحلیل یافته ها

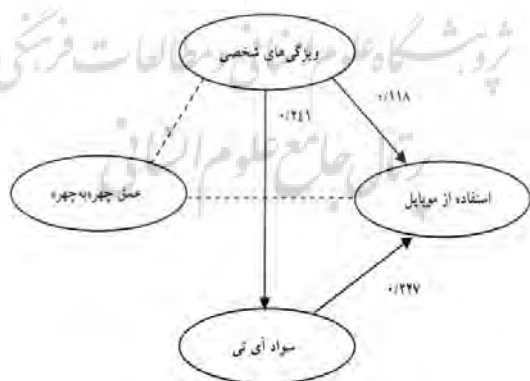
ساختار کلی نتایج مطالعه بر اساس این مدل، نشان می دهد که برای دانشجویان جوان عمق و گستره ارتباطات متأثر از ویژگی های شخصی نیست. میزان استفاده از تلفن همراه نیز مستقل از ویژگی های شخصی است. سواد IT، اما در میزان استفاده از موبایل تأثیر دارد. از همه مهم تر این که میزان استفاده از تلفن همراه در گستره و عمق ارتباطات میان فردی پاسخ گویان تأثیر داشت که تأثیر در گستره بیش از تأثیر در عمق بود. از مجموعه ویژگی های شخصی که با گستره ارتباطات میان فردی رابطه گرفته شده است، تنها بین میزان هزینه های افراد با گستره ارتباطات میان فردی شان ارتباط مثبت وجود دارد.



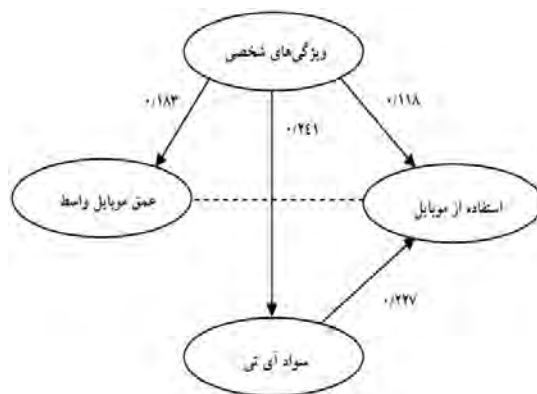
شکل ۴. دیاگرام مسیر تأثیرات در گستره ارتباطات چهره به چهره



شکل ۵. دیاگرام مسیر تأثیرات در گستره ارتباطات موبایل واسط



شکل ۶. دیاگرام مسیر تأثیرات در عمق ارتباطات موبایل واسط



شکل ۷. دیاگرام مسیر تأثیرات در عمق ارتباطات موبایل واسط

بر اساس دیاگرام‌های فوق از مجموعه مفروضات، چنین استنباط می‌شود که بین ویژگی‌های شخصی کاربران و میزان استفاده آنان از تلفن همراه رابطه وجود دارد؛ بین ویژگی‌های شخصی کاربران و سواد IT آنان رابطه وجود دارد؛ بین سواد IT کاربران و میزان استفاده آنان از تلفن همراه رابطه وجود دارد؛ بین میزان استفاده از تلفن همراه و گستره ارتباطی گروهی که با آن‌ها ارتباطات چهره به چهره دارند رابطه وجود دارد؛ بین میزان استفاده از تلفن همراه و گستره ارتباطی گروهی که با آن‌ها ارتباطات موبایل واسط دارند رابطه وجود دارد. یعنی بین میزان استفاده از تلفن همراه و گستره ارتباطی موبایل واسط دارندگان رابطه مثبت وجود دارد؛ بین میزان استفاده از تلفن همراه و عمق ارتباطی گروهی که با آن‌ها ارتباطات چهره به چهره دارند رابطه وجود ندارد. این فرضیه رد می‌شود؛ یعنی رابطه معنی‌داری بین استفاده از تلفن همراه و عمق ارتباطات جوانان دانشجوی با کسانی که با آن‌ها ارتباطات چهره به چهره دارند رابطه‌ای وجود ندارد؛ بین میزان استفاده از تلفن همراه و عمق ارتباطی گروهی که با آن‌ها ارتباطات موبایل واسط دارند رابطه وجود دارد؛ بین ویژگی‌های شخصی و گستره ارتباطی گروهی که با آن‌ها ارتباطات چهره به چهره دارند رابطه وجود دارد؛ بین ویژگی‌های شخصی و گستره ارتباطی گروهی که با آن‌ها ارتباطات موبایل واسط دارند رابطه‌ای وجود ندارد؛ بین ویژگی‌های شخصی و عمق ارتباطی گروهی که با آن‌ها ارتباطات چهره به چهره دارند رابطه وجود ندارد. این فرضیه تأیید نشده است؛ بین ویژگی‌های شخصی و عمق ارتباطی گروهی که با آن‌ها ارتباطات موبایل واسط دارند رابطه وجود دارد. این فرضیه تأیید می‌شود.

۱۷. نتیجه گیری

در این مقاله تلاش شد تأثیر تلفن همراه در ارتباطات دوستی جوانان دانشجو سنجیده شود. نتایج این پژوهش، که به صورت کمی و بر پایه مدل کیم و میتومو و تاناکا انجام گرفت، نشان داد که به صورت کلی از مقایسه میانگین گستره و عمق گستره ارتباطات چهره به چهره بیش از ارتباطات موبایل واسط بود و عمق ارتباطات پاسخ گویان با گروه ارتباطات موبایل واسط بیش از گروه دوستی، که با آنها ارتباطات چهره به چهره دارند، بود. اما با ورود متغیر مستقل استفاده از تلفن همراه برای مقایسه گستره و عمق ارتباطات نتایج کامل تری در راستای مدل به دست آمد؛ بر اساس مدل، استفاده از تلفن همراه تأثیر چشم گیری در گستره و عمق ارتباطات میان فردی پاسخ گویان ندارد و این تأثیر بسیار اندک است و متغیرهای مستقل درصد کمی از متغیر وابسته را تبیین می کنند که البته ورود هم زمان و استفاده از نمونه استاندارد متغیرها نیز بی تأثیر نبوده است. با این همه با توجه به اطمینانی که از پایایی و روایی ابزار اندازه گیری به دست دادند، می توان نتیجه گرفت که نتایج در مورد جامعه آماری صحیح است و بر این اساس هفت فرضیه تأیید شده است. این امر را می توان ناشی از ویژگی های خاص جامعه ایرانی در استفاده از تلفن همراه یا جامع نبودن متغیرهای مدل برای بررسی تأثیر در گستره و عمق ارتباطات دانست. بدین معنی که استفاده از تلفن همراه در گستره ارتباطات در هر دو گروه دوستی (با تأثیر اندک) مؤثر بود و تأثیری در عمق ارتباطات هیچ یک از گروه های دوستی نداشته است و علاوه بر این میزان استفاده از تلفن همراه خود متأثر از سواد IT پاسخ گویان و ویژگی های شخصی (حضور در دانشگاه، ساعات اشتغال به کار، و هزینه های آنان) بوده است.

بنابراین هم چنان که مطالعه کیم و میتومو (Kim and Mitommo, 2002; Kim and Mitommo, 2006) نیز نشان می دهد، اگرچه استفاده از تلفن همراه به تنهایی تأثیر قابل توجهی در ارتباطات ندارد، به افزایش ارتباطات با دوستان و آشنایان کمک می کند. ابتدا فرض کردیم که استفاده از موبایل، برای تماس های صوتی و پیام های کوتاه، ارتباطات با دوستان و آشنایان را عمیق می کند و افزایش می دهد. در این تحقیق، واضح است که این فرضیات در مورد نمونه اشتباه است. در نتیجه، ارتباطات از طریق موبایل می تواند نمونه ای سطحی در نظر گرفته شود که قدرت ارتباطات را از طریق دیگر رسانه های ارتباطی ایجاد می کند؛ بنابراین گستره و عمق ارتباطات میان فردی را باید فارغ از استفاده از تلفن همراه بررسی کرد؛ چنان که بدون ورود متغیر استفاده از تلفن همراه گستره دوستان چهره به چهره

بیش از گروه دیگر بود و عمق در مورد ارتباطات موبایل واسط بیش از گروه اول، اما با ورود این متغیر تأثیر چشم‌گیری دیده نشد. البته نتایج این تحقیق، باید در زمینه ارتباطی و بر مبنای الگوهای ارتباطی ایرانیان مطالعه شود و علاوه بر این در کنار نتایج مطالعه سایر ابعاد ارتباطات میان‌فردی و سایر انواع ارتباطات مثل چهره‌به‌چهره و در سایر اشکال ارتباط مثل ارتباطات کاری و خانوادگی و ... مطالعه شود؛ چراکه گستره حوزه‌های مرتبط با مسئله حاضر بسیار وسیع است و در مورد استفاده از تلفن همراه در میان جوانان چه با کاربرد ارتباطات میان‌فردی و چه با کاربردهای دیگر تحلیل‌های متعددی می‌توان عرضه کرد.

اوکسامان و روتینن (Oksman and Rautiainen, 2003) نیز بنابر تحقیقی که با عنوان «من تمام زندگی‌ام را در دست‌انم گرفته‌ام» (I've Got My Whole Life in My Hand) انجام داده‌اند بر این نظرند که برای بسیاری از کاربران، تلفن همراه به بخشی ثابت و دائمی از زندگی روزمره، مدیریت زندگی، و حفظ ارتباطات اجتماعی آن‌ها تبدیل شده است. در طی چند سال گذشته، سواد عمومی کاربرد تلفن همراه در میان جوانان گسترش پیدا کرده است. از نظر جوانان، کسب مهارت در استفاده از تلفن همراه برای شهروندانی که در جامعه اطلاعاتی زندگی می‌کنند، به امری ضروری تبدیل شده است. بنابراین چنان‌که تنوع پژوهش‌های با موضوع تلفن همراه و جوانان در دنیا نشان می‌دهد، ابعاد گوناگون استفاده جوانان از تلفن همراه بسیار متنوع و قابل بررسی است که این مقاله فقط بخشی از ارتباطات میان‌فردی را مطالعه کرده است و ابعاد دیگری از این ارتباطات و وجوه دیگر استفاده از تلفن همراه باقی مانده است که در صورت انجام‌دادن آن‌ها شاید بتوان الگویی از ارتباطات ایرانی موبایل واسط عرضه کرد.

ناگفته نماند نتایج این پژوهش فقط ابزاری است در دست محققان دیگری که می‌خواهند درباره استفاده از تلفن همراه در ایران مطالعه کنند تا با استفاده از نتایج تأثیرات استفاده از تلفن همراه در دو بعد گستره و عمق ارتباطات میان‌فردی، دیگر ابعاد ارتباطات میان‌فردی را بررسی کنند. علاوه بر این، با به‌کارگیری سایر روش‌های تحقیق (اعم از کیفی و یا حتی کمی) ابعاد دیگر تغییرات ارتباطات میان‌فردی را در جامعه ایرانی مطالعه می‌کنند. برای مثال انواع دیگر ارتباطات اعم از ارتباطات کاری، خانوادگی، و ... و تغییرات آن با استفاده از تلفن همراه می‌تواند بررسی شود و بر اساس نتایج مبتنی بر دلایل استفاده از پیام کوتاه، مسئله حذف محدودیت‌های ارتباطات چهره‌به‌چهره در این فضای ارتباطی موضوع جالبی برای بررسی‌های بعدی در انواع ارتباطات خواهد بود. باید دانست که تلفن همراه

توانسته است در انواع ارتباطات از نوع کلامی و غیر کلامی، در سطوح گوناگون ارتباطات، در زمان و مکان ارتباطات و ... تأثیرات عمیقی بگذارد که با توجه به این که معمولاً در ایران رسانه‌هایی این چنین با تغییرات شگرف فرهنگی، به علت همان تأخر فرهنگی ورود فناوری، همراه می‌شود باید با توجه به کاربردها و کارکردهای دیگر این وسیله ارتباطی را، فارغ از تأثیرات آن در ارتباطات میان فردی، کاربردهای آن به منزله رسانه یا ابزار نظرسنجی یا انجام دادن خدمات و یا کارکردهایی نظیر امنیت، امتداد خود، فراهم‌آهنگی، و ... مورد مطالعه قرار دهند.

این تأثیرات تلفن همراه که گاهی اساساً زندگی افراد را با مشکلاتی نظیر اخاذی‌های بلوتوثی، توهمات خیانت همسر ناشی از ارسال یا دریافت پیامک اشتباهی و ازسویی، تسهیل ارتباطات خارج از عرف ایرانیان (← کوثری و خیرخواه، ۱۳۸۷؛ کوثری و همکاران، ۱۳۸۵) مواجه کرده است، می‌تواند دست‌مایه تولید محتوایی عظیم قرار گیرد و هم‌چنین در دستور کار مراکز یا مرکز اختصاصی مطالعات تلفن همراه قرار گیرد تا ضمن شناخت محسنات و بهره‌گیری از کاربردهای آن در تسهیل ارتباطات، تبلیغات، تجارت، و ... از تهدیدات آن چنان‌که در بالا اشاره شد کاست.

منابع

- دلاور، علی (۱۳۸۱). *احتمالات و کاربرد روش‌های آماری در روانشناسی و علوم تربیتی*، تهران: رشد.
- سورین، ورنر و جیمز تانکارد (۱۳۸۱). *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: دانشگاه تهران.
- کلانتری، خلیل (۱۳۸۵). *پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی - اقتصادی*، تهران: شریف.
- کوثری، مسعود و طاهره خیرخواه (۱۳۸۷). «تحلیل محتوای پیام‌های کوتاه دانشجویان دانشگاه‌های تهران»، فصل‌نامه تحقیقات فرهنگی، ش ۲.
- کوثری، مسعود، محمدرضا یگانه، و طاهره خیرخواه (۱۳۸۵). «کاربرد تلفن همراه برای کاربران ایرانی با تأکید بر نظریه استفاده و خشنودی»، فصل‌نامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ش ۷.
- منصورفر، کریم (۱۳۷۴). *آمار در علوم اجتماعی*، تهران: دانشگاه پیام نور.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۹). «بررسی چگونگی کاربری دختران و پسران دانشجویان از امکانات جانبی تلفن همراه»، فصل‌نامه فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، س ۱، ش ۲.

Cox, Eva and Leonard Helen (1990). 'Weaving Community Links. the Cost Benefits of Telephones in Maintaining the Social Fabric Through the Unpaid Work of Women', *The Distaff Papers*, Australia. <http://216.92.140.78/hostedpages/Distaff/Telstra/3%20results.htm>

- Dally, J. A. (1987). 'Personality and Interpersonal Communication: Issues and Directions', in *Personality and Interpersonal Communication*, J. C. McCroskey and J. A. Daly (eds.), Beverly Hills, CA: SAGE. <http://sagepublication.com>
- Dimmick, J. W., J. Sikand, and S. J. Patterson (1994). 'The Gratifications of The Household Telephone', *Sociability, Instrumentality, and Reassurance*, *Communication Research*, Vol. 21, No. 5.
- Fortunati, L. (2002). 'Italy: Stereotypes, True and False', in *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, J. E. Katz and M. Aakhus (eds.), Cambridge: Cambridge University Press.
- Gergen, Kenneth J. (2002). 'The Challenge of Absent Presence', in *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, J. E. Katz and M. Aakhus (eds.), Cambridge: Cambridge University Press.
- Geser, Hans (2004). 'Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone', *Sociology of the Mobile Phone*, Online Publication, Zuerich. http://socio.ch/mobile/t_geser1.htm
- Hoflich, Joachim and Patrick Rossler (2002). 'More than JUST a Telephone: The Mobile Phone and Use of the Short Message Service (SMS) by German Adolescents: Results of a Pilot Study', in *Revista de Estudios de Juventud: Juventud y Telefonos Moviles*, S. Lorente (ed.), Madrid: Instituto de la Juventud dy.
- Ito, M. and D. Okabe (2003). 'Front Stage-Back Stage: Mobile Communication and the Renegotiation of the Social Sphere', Paper Presented at the Conference, June 22-24, Grimstad, Norway.
- Katz, J. E. (1999). *Connections: Social and Cultural Studies of the Telephone in American Life*, Transaction Publishers, New Brunswick, NJ.
- Katz, J. E. and M. Aakhus (2002). 'Conclusion: Making Meanings of Mobile-A Theory of Apparageist', in *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk*, J. E. Katz and M. Aakhus (eds.), Public Performance, Cambridge: Cambridge University Press.
- Katz, J. E. and S. Sugiyama (2006). 'Mobile Phones as Fashion Statements: Evidence from Student Surveys in the US and JAPAN', *New Media and Society*, 8 (2).
- Keller, S. (1977). 'The Telephone in new (and old) Communities', in *The Social Impact of the Telephone*, I. de Sola Pool (ed.), MIT Press, Cambridge, Mass.
- Kim, Ae-Ree and Hitoshi Mitommo (2002). 'Impact of Mobile Usage on the Interpersonal Relations', available at: <http://mpru.unimuenchen.de/2603/>
- Kim, Ae-Ree and Hitoshi Mitommo (2006). 'Influences of Mobile Phone Text Messaging, on Communications among the Young Generation in Japan, Korea and Taiwan: A Comparative Analysis. Global Information and Telecommunication Studies Waseda University', 1-3-10, Nishi Waseda, Tokyo: Shinjuku-ku.
- Lasen, Amparo (2002). 'A comparative Study of Mobile phone Use in London, Madrid and Paris'. www.receiver.vodafone.com
- Leung, L. and R. Wei (2000). 'More than Just Talk on the Move: Uses and Gratifications of the Cellular Phone', *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77 (2).

- Ling R. and B. Yttri (2002). 'Hyper-Coordination via Mobile Phones in Norway', in *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, J. E. Katz and M. A. Aakhus (eds.), Cambridge: Cambridge University Press.
- Longmate, E. and A. Baber (2002). 'Comparison of Text Messaging and Email Support for Digital Communities: A Case Study', in *People and Computers Volume XXVI*. Proceedings of British HCI Group Annual Conference, X. Faulkner, J. Finlay, and F. Detienne (eds.), London, Sept 2-6, Springer Verlag.
- Mante-Meijer, E. and d. Pires (2002). 'SMS Use by Young People in the Netherlands', in *Revista de Estudios de Juventud: Juventud y Telefonos Moviles*, S. Lorente (ed.), Madrid: Instituto de la Juventud.
- McGuigan, Jim (2004). 'Towards A Sociology of the Mobile Phone', Department of Social Sciences, Loughborough University.
<http://www.humantechnology.jyu.fi/articles/volume1/2005/mcguigan.pdf>.
- Noble, G. (1987). 'Discriminating Between the Intrinsic and Instrumental Domestic Telephone User', *Australia Journal of Communication*, 11.
- O'Keefe, G. J. and B. K. Sulanowski (1995). 'More than Just Talk: Uses, Gratifications, and the Telephone', *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 72 (4).
- Okman, Virpi and Pirjo Rautiainen (2003). 'I've Got My Whole Life in My Hand', *Mobile Communication in the Everyday Life of Children and Teenagers in Finland, Institute for Information Society Tampere University*, Finland, Vol. 4, No. 3, Art. 2-September.
- Peters, O. and S. Allouch (2005). 'Always Connected: a Longitudinal Field Study of Mobile Communication', *Telematics and Informatics*, 22 (3) at:
http://www.allacademic.com/meta/p112853_index.html?type=info
- Rakow, L. F. and V. Navarro (1993). 'Remote Mothering and the Parallel Shift: Women Meet the Cellular Telephone', *Critical Studies in Mass Communication*, 10.
- Ruggiero, T. E. (2000). 'Uses and Gratifications Theory in the 21st Century', *Mass Communication and Society*, 3 (1).
- Silverstone, R. and L. Haddon (1996). 'Design and the domestication of information and communication technologies: Technical change and everyday life', in Silverstone, R. and R. Mansell, (eds.) *Communication by Design. The Politics of Information and Communication Technologies*, Oxford: Oxford University Press.
- Tanaka, K. (2002). *Small Talk with Friends and Family: Dose Text Messaging on the Mobile Phone Help Users Enhance Relationships*, University of Washington.
- Williams, F., H. Dordick and N. Jesuale (1985). 'Focus Group and Questionnaire Development for Exploring Attitudes Towards Telephone Service', in *Social Research and the Telephone*, F. Williams (ed.), Los Angeles, CA: Herbert Dordick and Associates.
- Zhao, Shenwei (2005). *Theoretical Review on Technology Mediated Communication: Influences on Social Structure*, Center for Mobile Communication Studies (CMCS), Rutgers, the State University of New Jersey, CMCS.