

## مطالعه نحوه بهره‌گیری دانشجویان از پیامک، گالری عکس و

### کلیپ‌های تلفن همراه

### (مطالعه دانشجویان دانشگاه خوارزمی)

مرتضی منطقی\*

#### چکیده

با گسترش فن‌آوری‌های ارتباطی پیشرفته فرصت‌ها و تهدیدهای آنها بیش از پیش متوجه جوامع بشری شده است. بررسی تلفن همراه و امکانات جانبی آن مبین اثرگذاری درخور تأمل این فن‌آوری در زندگی انسان‌ها و خاصه جوانان است. برای شناخت چگونگی بهره‌گیری جوانان از تلفن همراه و امکانات جانبی آن، پس از شاخص‌سازی‌های لازم در زمینه تحلیل محتوای پیامک‌ها، تصاویر گالری عکس و کلیپ‌های دانشجویان دانشگاه خوارزمی، دوهزار نمونه از موارد مزبور از دانشجویان دختر و پسر در دسترس گردآوری و تحلیل محتوا شد. نتایج تحلیل محتوا حکایت از آن دارد که دو مقوله هرزه‌نگاری و ارضای هیجان‌جویی دانشجویان، در صدر کاربری تلفن همراه قرار دارد که این مسئله اولاً یادآور ضرورت بسترسازی فرهنگی برای کاربری تلفن همراه و ثانیاً مبین ضرورت پاسخ به نیازهای اولیه آنان در جامعه است.

**کلیدواژه‌ها:** تلفن همراه، تحلیل محتوا، پیامک، عکس، کلیپ، دانشجو.

\* دانشیار دانشگاه خوارزمی Mehran\_Manteghi@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۹۱/۹/۲۱ تاریخ پذیرش: ۹۳/۶/۱۸

دوفصلنامه مسائل اجتماعی ایران، سال پنجم، شماره ۱، تابستان ۱۳۹۳، صص ۱۶۷-۱۸۳

**۱. بیان مسئله**

بررسی رشد و گسترش تلفن همراه حاکی از آن است که تاکنون هیچ فن‌آوری در طول تاریخ بشر به‌شدت تلفن همراه فراگیر نشده است. بلینا و میسونی (۲۰۰۹) گزارش می‌دهند: طی یک مقطع ده‌ساله (تا سال ۲۰۰۸) افزایش تلفن همراه، سه‌برابر سریع‌تر از دستگاه‌های مخابراتی دیگر مانند تلفن ثابت و اینترنت بوده است.

تلفن همراه به‌مثابه عصاره فن‌آوری‌های جهان روز امکانات مختلفی را در خود گرد آورده است: سرویس پیامک، سرویس چندرسانه‌ای، دریافت اطلاعات و اخبار، ضبط مکالمات، ضبط و پخش ام‌پی‌تری، استفاده از برنامه‌های آموزشی، ساعت، تقویم، دریافت برنامه‌های تلویزیونی، انواع سرگرمی‌ها و بازی‌ها، پرداخت قبض‌های بانکی، تجارت، اتصال به اینترنت، جست‌وجو در صفحات وب و نظایر آنها، از امکاناتی است که کاربران تلفن همراه می‌توانند از آنها استفاده کنند. بنابراین، می‌توان از تلفن همراه با عنوان‌های خدمات دولت الکترونیکی همراه، خدمات همراه، اخبار همراه، سرگرمی همراه، آموزگار همراه، تجارت همراه، تلویزیون همراه، دفتر همراه، پست همراه و مانند آن یاد کرد.

تلفن همراه از ابعاد مختلفی درخور بررسی است. پلانن (۲۰۰۰) در همین زمینه خاطرنشان می‌کند، تلفن همراه موضوع مطالعه از منظرهای زیست‌شناسی، روان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، مطالعات فرهنگی و فلسفه است. باوجود چندوجهی بودن تلفن همراه و عرصه‌های گسترده حضور تلفن همراه در جامعه، کارکردها، پیامدهای انسانی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و عقیدتی، تلفن همراه، تحت بررسی‌های گسترده علمی قرار نگرفته است.

البته همان‌گونه که انتظار می‌رود، پیامدهای زیستی تلفن همراه به‌دلیل ملموس بودن مسئله، در حد نسبتاً گسترده‌ای کانون توجه برخی سازمان‌های پژوهشی و پژوهشگران قرار گرفته است و در این زمینه بررسی‌هایی انجام گرفته است، اما پیامدهای غیرملموس تر تلفن همراه تاکنون کمتر هدف تبیین علمی قرار گرفته‌اند.

با وجود آنکه مک‌گویگان (۲۰۰۵) خاطرنشان می‌کند، تحول‌هایی که تلفن همراه به دنبال داشته برای جامعه‌شناسی، چه در سطح خرد و چه در سطح کلان، درخور تأمل است، اما جامعه‌شناسان از پرداختن به پدیده تلفن همراه غفلت کرده‌اند (ذکایی و ولی‌زاده، ۱۳۸۸؛ سعیدی، ۱۳۸۴).

اگر از غفلت پژوهشگران حوزه‌های کاری مرتبط با تلفن همراه بگذریم، بررسی‌های مقدماتی حکایت از آن دارند که تلفن همراه در زمینه‌های فرهنگی و تحول هویتی افراد (خاصه جوانان) اثر درخور تأملی داشته است.

برخی پژوهشگران حوزه تلفن همراه به‌صراحت از این یاد می‌کنند که باید از فرهنگ جدیدی به نام فرهنگ تلفن همراه (کوثری و خیرخواه، ۱۳۸۷) یا شکل‌گیری نسل انگشت شست (به معنای اینکه جوانان همه‌جا همواره دستشان روی صفحه کلید تلفن همراهشان است و درحال ارسال یا دریافت پیام جدیدی هستند) (پلانت، ۲۰۰۰) سخن گفت. در فرهنگ اخیر، اولاً باتوجه به نوجویی و نوگرایی جوانان و ثانیاً با عنایت به علائق وافر آنان به فن‌آوری‌ها و ثالثاً با توجه به انعطاف‌پذیری بیشتر آنان، انتظار می‌رود که بیشترین اثرپذیری فرهنگی از فن‌آوری تلفن همراه در سطح جوانان مشاهده شود که البته همین مسئله را برخی پژوهش‌های انجام‌شده (رید و رید، ۲۰۰۴، آودری، ۲۰۰۴) هدف توجه قرار داده‌اند. بعضی پژوهشگران (مانند لورنته، ۲۰۰۲) از فرهنگ اخیر با تعبیر هوشمندانه شمشیر دولبه یاد کرده‌اند.

گزارش پژوهش‌های مختلف حاکی از آن است که کاربران از تلفن همراه برای پیشبرد اعتقادات دینی و مذهبی (مک‌گویگان، ۲۰۰۵) گرفته تا ارضای تمایلات شهوانی خویش (پلانت، ۲۰۰۰، پرتیرا، ۲۰۰۵) سود می‌جویند. این کاربران برای درغفلت‌نگه‌داشتن و دورزدن خانواده‌هایشان، با استفاده از نرم‌افزارهای مختلف، فایل‌ها را روی تلفن همراهشان پنهان می‌کنند (پرتیرا، ۲۰۰۵) یا با استفاده از دو سیم‌کارت اولیایشان را در غفلت نگه می‌دارند (پلانت، ۲۰۰۰).

علاوه بر پیامدهای فرهنگی تلفن همراه، پیامدهای هویتی این فن‌آوری از موارد مهمی است که باید به آن توجه کرد.

در سال ۲۰۰۱، مارک پرنسکی اصطلاح بومیان دیجیتال<sup>۱</sup> را برای نسل جدیدی از جوانانی به‌کار گرفت که در جهان دیجیتالی زاده و بزرگ شده‌اند و سطح بالایی از آنان (۱/۹۸ درصد) به تلفن همراه دسترسی دارند (تینیانه، ۲۰۱۰).

ریچارد لینگ مفهوم سودمند آغازگری<sup>۲</sup> را برای تلفن همراه به‌کار برده است. از نظر او نقشی را که مراسم گذر در قبایل بومی برای کودکان اجرا می‌کرد و از آن پس به آنان مجوز حضور در جهان بزرگسالان را می‌داد، درحال حاضر تلفن همراه برعهده گرفته است و کودکان و نوجوانان با داشتن تلفن همراه در عمل به فضای شبکه‌ای خاصی گام می‌نهند که ضمن جداسازی نسبی آنان از خانواده‌هایشان ارزش‌های خاص و جدیدی را برای آنان مطرح می‌سازد (لورنته، ۲۰۰۲).

<sup>1</sup> Digital natives

<sup>2</sup> Initiation

در فضای شبکه‌ای اخیر، اولاً امکان وسعت‌بخشیدن به ابعاد هویتی فرد فراهم آمده و ثانیاً امکان بازتعریف و بازسازی آن فزونی می‌گیرد، به‌همین ترتیب تأثیر تلفن همراه در هویت‌جمعی، عضویت در شبکه‌های اجتماعی جدید و گسترش روابط اجتماعی، از دیگر پیامدهای هویتی است که محققان و نظریه‌پردازان بدان اشاره کرده‌اند.

در فضای اخیر، تعمیق روابط جوان با گروه هم‌سالان ازسویی و کم‌رنگ‌شدن روابط و تأثیرپذیری او از خانواده‌اش، عامل مهمی است که در شکل‌گیری هویتی جدید جوان (منطقی و دین‌پرور، ۱۳۹۱؛ منطقی، ۱۳۹۳) مؤثر واقع می‌شود.

سرانجام برخی الزام‌های کاربری از تلفن همراه که ممکن است در بردارنده تعارض‌هایی در نقش فرد باشند، از عوامل مؤثر در تحول هویتی کاربران تلفن همراه به‌شمار می‌آیند که در ادامه به‌اجمال به آنها اشاره خواهد شد.

استقبال جامعه ایران (خاصه قشر جوان) از تلفن همراه گسترده و فراگیر است. هم‌اکنون بیش از ۳۷ میلیون مشترک همراه اول، ۱۳ میلیون مشترک اپراتور دوم و ۰/۸ تا یک میلیون مشترک تالیا در ایران وجود دارد (ایران/کونومیست، ۱۳۸۹/۱/۵).

با توجه به آنچه گفتیم ملاحظه می‌شود که تلفن همراه اولاً پدیده جدیدی به‌شمار می‌رود و پژوهش‌های لازم درباره آن صورت نگرفته است، ثانیاً تلفن همراه مجموعه گسترده‌ای از فن‌آوری‌ها را در خود گرد آورده و کاربردهای گسترده‌ای را برای کاربران فراهم می‌آورد. ثالثاً با توجه به فضای رسانه‌ای و هم‌گرایی رسانه‌ای در جهان امروز، تلفن همراه در کنار ظرفیت‌های پیش‌گفته، از ظرفیت جدید شبکه‌سازی اجتماعی برخوردار است و ورود این فن‌آوری در زندگی روزمره جوان ایران، با توجه به فقدان بستر فرهنگی لازم برای کاربرد امکانات تلفن همراه حاوی آمیزه‌ای از فرصت‌ها و تهدیدها خواهد بود. بنابراین، سؤال مشخص پژوهش به این شرح است: با توجه به فقدان بستر فرهنگی برای کاربری تلفن همراه در ایران، کاربری آن در سطح دانشجویان چگونه است؟

## ۲. پیشینه پژوهش

در بررسی پیشینه پژوهش، نخست دیدگاه‌های نظری و سپس پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه تلفن همراه به بحث گذاشته خواهد شد.

### دیدگاه‌های نظری

برای بررسی چگونگی استفاده جوانان ایرانی از امکانات پیامک، گالری عکس و کلیپ تلفن همراه، از نظریه‌های روان‌شناختی سلسله‌مراتب نیازها و نظریه‌های جامعه‌شناختی کمیابی و کارکردگرایی در این پژوهش استفاده کرده‌ایم. نظریه‌های اخیر برای تبیین داده‌های حاصل از تحلیل محتوا به کار خواهند رفت.

آبراهام مازلو، در تلاش برای طبقه‌بندی کردن انگیزه‌های آدمی، به ارائه سلسله‌مراتبی از نیازهای او دست زده است. سلسله‌مراتب اخیر، از نیازهای اساسی زیستی (یا نیاز برای بقا) آغاز می‌شود. پس از ارضای میزان مقبولی از نیازهای اخیر، نیاز ایمنی (احساس امنیت و دوربودن از خطر) برای فرد مطرح می‌شود. با ارضای حد مقبولی از این نیاز، نیاز به عشق و تعلق (دوست‌داشتن، دوست‌داشته‌شدن و احساس تعلق) قرار گرفته است که با ارضای نسبی آن، فرد می‌تواند به سمت ارضای نیاز رده بالاتر حرکت کند که نیاز به عزت‌نفس (نشان‌دادن کفایت و کارآیی خویش و تأییدشدن) است.

نیازهای شناختی (جست‌وجوگری و فهمیدن) و نیازهای ذوقی (نیاز به زیبایی و هنر) نیازهای مراتب بالاتر هستند و درنهایت، با ارضای حد مقبولی از نیازهایی که از آنها یاد شد، فرد به خودشکوفایی و تحقق تمام استعدادهای بالقوه‌اش خواهد رسید.

از نظر مازلو، نیازهای اولیه باید تا حدود قابل قبولی ارضا شوند (۸۵٪ نیازهای زیستی، ۷۵٪ نیاز ایمنی، ۶۰٪ نیاز به عشق و تعلق و مانند آن) تا فرد به نیازهای رده بالاتر بپردازد. در صورتی که نیازهای اولیه ارضا نشود و مثلاً فرد گرسنه باشد، دیگر در اندیشه ارضای نیازهای سطوح بالاتر نخواهد بود (ایزنک، ۱۹۹۸).

رویکرد "کاربردها و خشنودسازی" یا "استفاده و رضامندی"، یکی از مشهورترین نظریه‌های ارتباط جمعی است. این رویکرد که به مخاطبان رسانه‌ها می‌پردازد تأکید می‌کند که انگیزه مخاطبان از مصرف محصولات رسانه‌ای، رضامندی و ارضای برخی نیازهای تجربه‌شده آنان است، از این رو مصرف آنان نیز به سوی این رضامندی جهت گرفته است (اسولیوان و همکاران، ۱۳۸۵).

درباب نظریه خشنودی و رضامندی برداشت‌های گوناگونی وجود دارد؛ نخستین آنها، که برداشت حاکم نیز هست، برداشت کارکردگرایانه است. مک کوایل (۱۳۸۵) در کتاب *نظریه ارتباطات جمعی* در این زمینه بیان می‌کند: «خاستگاه‌های اجتماعی و روان‌شناختی نیازهای آدمی، به‌وجودآورنده توقعات او از رسانه‌ها هستند. این نیز باعث ارضای نیازها و پیامدهای دیگری می‌شود که عمدتاً ناخواسته هستند». مک کوایل در ادامه خاطر نشان می‌کند، علت استفاده از رسانه تجربه کردن مسائلی است که از موقعیت اجتماعی و روانی ناشی می‌شود؛ مسائلی از قبیل جست‌وجوی اطلاعات، تماس اجتماعی، انحراف توجه، فراگیری اجتماعی و رشد سبب می‌شود که کاربر برای برآوردن نیازهایش به رسانه‌ها مراجعه کند.

در این نظریه مخاطب فعال قلمداد می‌شود که این با اقتضات عصر جدید هم‌خوانی زیادی دارد. به این معنا که فرد در عصر اطلاعات، برخلاف عصر رسانه‌های سنتی چندسال

پیش، با انتخاب‌های خیلی بیشتری در زمینه کاربری رسانه‌ها روبه‌رو است که این امکان را به او می‌دهد تا در بایگانی و تماشای انواع برنامه‌های دلخواه اعمال نظر کند. از منظر نظریه‌های اخیر، پاسخ یا فقدان پاسخ به نیازهای افراد جامعه، نقشی بارز و تعیین‌کننده در رفتار آنان دارد. از این‌رو، با توجه به برخی مشکلات و محدودیت‌های موجود در محیط ایران (مانند افزایش سن ازدواج جوانان، فقدان پاسخ مقتضی به هیجان‌جویی جوانان و نظایر آنها - منطقی، ۱۳۸۳)، انعکاس احتمالی موارد پیش‌گفته در چگونگی استفاده کاربران جوان از تلفن همراه هدف توجه قرار خواهد گرفت و به نظر می‌رسد مجموعه نظریه‌های اخیر می‌توانند چارچوب تحلیلی مناسبی در باب چگونگی کاربرد فن‌آوری تلفن همراه به دست دهند.

### دیدگاه‌های پژوهشی

بررسی ادبیات پژوهش حکایت از آن دارد که پژوهشگران در بررسی آسیب‌های احتمالی تلفن همراه، در درجه اول اهمیت، متوجه ابعاد ملموس زیستی و جسمانی تلفن همراه شده‌اند (وان‌دی‌کامرو و بووز، ۲۰۰۲، مک‌گویگان، ۲۰۰۵) و در درجه بعد، به پیامدهای روانی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و عقیدتی تلفن همراه توجه نشان داده‌اند.

اکرامی در کتاب *جامعه‌شناسی ارتباطات خودمانی*، در جمع‌بندی کلی که در باب پیامک‌های ردوبدل‌شده جوانان تحت بررسی‌اش می‌نویسد:

سامانه تلفن همراه با ترویج فضاها و ارسال جوک‌های مبتذل و تصاویر مستهجن، در عمل سبب می‌شود که دایره "تابوها" و "امور مقدس" روزبه‌روز تغییر کند. به عبارت دیگر، "دایره ممنوعه‌ها" روزبه‌روز کوچک و دایره "مشروع‌ها" روزبه‌روز بزرگ‌تر می‌شود. این امر در درازمدت اخلاق جامعه را به چالش می‌کشد و بسیاری از امور شهوانی و ممنوعه که نسل گذشته آنها را "بی‌معنی" و "مزخرف" می‌نامیدند و در زمره "تگفتنی‌ها" بودند، به راحتی از طریق پیام کوتاه مبادله می‌شوند و اخلاق و شرم و حیای اجتماعی روزبه‌روز به سستی می‌گراید (اکرامی، ۱۳۸۶).

کوثری و خیرخواه (۱۳۸۷) در پژوهشی که به تحلیل محتوای پیامک‌های دانشجویان دانشگاه‌های تهران پرداخته است، گزارش می‌کنند، دست‌کم ۷۳ درصد پیامک‌های جوانان در سطح دوستان و گروه همسالانشان ردوبدل شده است که این مسئله حاکی از اثرگذاری گسترده تلفن همراه در سطح جوانان است.

کوثری، یگانه و خیرخواه (۱۳۸۵)، معیدفر و گنجی (۱۳۸۷) و زندی و ربانی (۱۳۸۸)، در پژوهش‌هایی جداگانه، در گزارش فراوانی افرادی که کاربران جوان تلفن همراه به آنان پیامک ارسال می‌کنند، بیشترین فراوانی را متعلق به پیامک‌هایی معرفی کرده‌اند که بین

فرد و دوستان غیرهم‌جنس او ردوبدل می‌شود. مسئله اخیر ازسویی ممکن است موانع گذشته در راه تعامل و ارتباط صحیح بین دختران و پسران را از میان بردارد، اما ازدیگرسو، ممکن است ارزش‌ها و هنجارهای مرسوم در جامعه را نزد جوانان بی‌اعتبار کند و به نوعی آنومی اجتماعی دامن بزند.

منطقی (۱۳۸۶) گزارش می‌دهد که کاربران جوان تلفن همراه، گاه با این بهانه که پیامک آنان اشتباه ارسال شده است دست به ارسال پیامک به شماره‌های ناشناس می‌زنند تا در صورت دریافت پاسخ مناسب ازسوی فرد مدنظر (که غالباً جنس مخالف است) روابط دوستی و بعداً عاشقانه آنان سامان یابد.

کوثری و خیرخواه (۱۳۸۷) در ادامه گزارش خود، ارسال جوک‌های جنسی یکسان بین زنان و مردان کاربر تلفن همراه را مورد تأکید قرار داده‌اند که این مسئله هشدار جدی در تحولات هنجاری جوانان (و خاصه دختر و زن ایرانی) است که در عرصه تلفن همراه رقم می‌خورد.

اعتیاد به تلفن همراه و اعتیاد به محصولات برهنه (پورنو) که از طریق سرویس‌های جانبی تلفن همراه در اختیار کاربران قرار می‌گیرد، ازجمله این تهدیدها هستند. وابستگی به محصولات هرزه‌نگارانه درمجموع موجب شکل‌گیری و پدیدآیی خرده‌فرهنگی جدید و ابعاد هویتی متفاوتی در سطح جامعه و شهروندان آن است (سایت انجمن روان‌شناسان بریتانیا، ۲۰۰۶؛ منطقی، ۱۳۸۶).

سوق‌یافتن کاربران تلفن همراه به سمت ادبیات، تصاویر و فیلم‌های هرزه‌نگارانه، مسئله مهمی است که پس از رواج تلفن همراه رخ داده است و کاربرانی که به استفاده از موارد مزبور ادامه دهند، در خطر اعتیاد به محصولات هرزه‌نگار قرار می‌گیرند.

لورنته (۲۰۰۲) می‌گوید برخی مطالعات مبین آن‌اند که ۷۰ درصد از پیامک‌ها شامل مطالب هیجانی<sup>۱</sup> و مضامین عشقی و شهوانی<sup>۲</sup> هستند.

پرتیرا (۲۰۰۵) در گزارش خود خاطر نشان می‌سازد که ارسال جوک‌های جنسی در سطح جوانان فیلیپینی به صورت شایع درآمده است و کوثری و خیرخواه (۱۳۸۷) یادآور می‌شوند معاشقه از طریق پیامک به کار رایجی تبدیل شده است که فرصت مناسبی برای توسعه "زمینه تجارت اروتیک" فراهم می‌آورد.

<sup>۱</sup> Emotional

<sup>۲</sup> Erotic

تهیه تصاویر نیمه‌برهنه و برهنه و تهیه فیلم‌های کوتاه (کلیپ) که غالباً از طریق سایت‌های هرزه‌نگار اینترنتی تأمین می‌شوند، و ردوبدل کردن آنها از طریق بلوتوث در میان کاربران تلفن همراه، فصل بارز و مشخص دیگری است که چهره‌ای تخدیرکننده به کاربری تلفن همراه بخشیده است (پلانز، ۲۰۰۰؛ فریزر، ۲۰۰۹).

بروز برخی مشکلات روانی، سطحی شدن روابط اجتماعی و کاهش امنیت اجتماعی از دیگر پیامدهایی است که در زمینه کاربری تلفن همراه در ادبیات پژوهش مطرح شده است (انجمن روان‌شناسان بریتانیا، ۲۰۰۶).

تلفن همراه با خود امکان پدیدآیی و شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی نوظهوری را فراهم آورده است. این شبکه‌های اجتماعی که اغلب فاقد رابطه‌های رودررو هستند، در عمل روابطی را پدید می‌آورند که در سطحی نازل‌تر از روابط چهره‌به‌چهره عمل می‌کنند و روابطی سطحی به‌شمار می‌آیند (لارو و جارولا، ۲۰۰۸).

ناایمنی اجتماعی پدیدآمده با کاربری تلفن همراه از سطوح مختلفی برخوردار است: ساده‌ترین حالت، فزونی گرفتن تقلب در نظام آموزشی با استفاده از تلفن همراه (منطقی، ۱۳۸۶) است. در سطحی پیشرفته‌تر، مخدوش شدن حوزه خصوصی افراد و هک کردن یا سرقت تلفن همراه و باج‌خواهی بر مبنای آن با پخش اطلاعات محرمانه افراد در جامعه (پرتیرا، ۲۰۰۵) اسباب ناایمنی کاربران تلفن همراه را فراهم می‌آورد. راسکائوس کاس (۲۰۱۰) از شکل‌گیری زورگیری<sup>۱</sup> الکترونیکی و آودری (۲۰۰۴) از تهدید به مرگ افراد از طریق تلفن همراه یاد می‌کنند. سرانجام پخش شایعه‌ها (غالباً سیاسی) از طریق تلفن همراه و جاسوسی از افراد بر مبنای کسب اطلاعات محرمانه از طریق تلفن همراه آنان از کاربردهای نامناسبی است که در ارتباط با تلفن همراه شکل گرفته‌اند (پرتیرا، ۲۰۰۵).

بررسی پژوهش‌های انجام‌شده در داخل حکایت از آن دارد که این پژوهش‌ها در زمینه تلفن همراه در ایران، به تبع پژوهش‌های جهانی، غالباً آثار ملموس و فیزیکی تلفن همراه را مدنظر قرار داده‌اند و بررسی آثار روان‌شناختی و جامعه‌شناختی تلفن همراه در حد بسیار کمی هدف توجه پژوهشگران و خاصه نهادهای پژوهشی ایران قرار گرفته است.

در مطالعه‌هایی که پژوهشگران داخلی در جریان آن، ابعاد روانی-اجتماعی تلفن همراه را بررسی کرده‌اند، چگونگی استفاده کاربران ایرانی از تلفن همراه مرکز توجه قرار گرفته است. کوثری، یگانه و خیرخواه (۱۳۸۵) در توصیف استفاده جوانان از امکانات مختلف تلفن همراه به معرفی این موارد پرداخته‌اند: اولویت اول: پیامک، مکالمه داخل شهری، ذخیره

<sup>۱</sup> Bullying



موسیقی و گوش‌دادن به آن؛ اولویت دوم: ساعت هشدار، عکس‌گرفتن، استفاده از بلوتوث؛ و اولویت سوم: بازی کردن، فیلم‌برداری و ذخیره و تماشای فیلم و کلیپ.

منطقی (۱۳۸۶) در توصیف اولویت‌های استفاده‌ی جوانان از امکانات تلفن همراه به این موارد اشاره می‌کند: اولویت اول: پیامک؛ اولویت دوم: مقاصد ارتباطی؛ و اولویت سوم: دیدن کلیپ، پخش آهنگ، بازی، زنگ اخبار، ضبط کردن، استفاده از دوربین.

از آنجاکه مهم‌ترین کاربری جوانان پیامک است، برخی پژوهشگران درصدد بررسی سنخ پیامک‌های ردوبدل شده در سطح جوانان برآمده‌اند (معیدفر و گنجی، ۱۳۸۵؛ کوثری، یگانه و خیرخواه، ۱۳۸۵؛ اکرامی، ۱۳۸۶؛ کوثری و خیرخواه، ۱۳۸۷؛ زندی و ربانی، ۱۳۸۸).

در جمع‌بندی اجمالی از تلفن همراه و استفاده‌ی جوانان از آن می‌توان گفت تلفن همراه، نظیر هر فن‌آوری دیگری، حاوی آمیزه‌ای از فرصت‌ها و تهدیدهاست. اگر فرصت‌ها و تهدیدهایی که به‌اجمال از آنها یاد شد، در پرتو نظریه‌های روان‌شناختی هرم نیازهای آدمی و نظریه‌ی خشنودی و رضامندی نگریسته شوند، می‌توان دو نتیجه‌ی شاخص گرفت:

اول آنکه در پرتو بسترسازی‌های فرهنگی، تهدیدهای تلفن همراه می‌توانند تعدیل شوند تا درمقابل، فرصت‌های آن گسترش یابند (منطقی، ۱۳۸۶) و دوم اینکه با توجه به چارچوب‌های نظری اخیر، کاربردهای تلفن همراه در هر جامعه‌ای تحت تأثیر نیازهای ارضاننده‌ی فردی و جمعی مردم جامعه قرار می‌گیرد؛ مردم از آن استفاده می‌کنند و همین سبب افزایش یا کاهش فرصت‌ها و تهدیدهای تلفن همراه در جوامع مختلف می‌شود.

### ۳. روش پژوهش

نوع طرح به‌کارگرفته‌شده در این پژوهش توصیفی (غیرآزمایشی) و از نوع تحلیل محتواست (سرمد، بازرگان و حجازی، ۱۳۷۶). روش تحلیل محتوا با شیوه‌ای نظام‌دار، عینی و کمی به اندازه‌گیری متغیرها می‌پردازد و درصدد مطالعه و تجزیه و تحلیل ارتباط‌ها برمی‌آید (کرلینجر، ۱۳۷۶). جهت تهیه‌ی مقوله‌های ضروری ۵۰۰ پیامک، ۵۰۰ عکس و ۲۰۰ کلیپ که به شکل تصادفی از تلفن همراه کاربران جوان دریافت شده بود بررسی شد و مقوله‌های موردنظر در زمینه‌ی پیامک‌ها (۳۳ مقوله)، عکس‌ها (۲۵ مقوله) و کلیپ‌ها (۲۳ مقوله) جهت تحلیل محتوا مشخص شدند.

پس از مشخص شدن مصادیق مقولات مدنظر، دستورالعمل لازم تهیه شد و پژوهشگران برمبنای این دستورالعمل به تحلیل محتوای واحدهای موضوعی (در زمینه‌ی پیامک‌ها، عکس‌های گالری عکس تلفن همراه و کلیپ‌های موجود در تلفن همراه کاربران جوان) پرداختند. جمعیت تحت مطالعه، دانشجویان دختر و پسر کاربر تلفن همراه در مقاطع

کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه خوارزمی بودند که به صورت تصادفی انتخاب شدند. محدوده سنی این دانشجویان ۱۸-۲۳ سال بود.

از آنجاکه بررسی داده‌ها در نمونه‌های بزرگ از قابلیت تعمیم بیشتری برخوردار است، برای تحقق هدف پژوهش گردآوری ۲۰۰۰ پیامک، ۲۰۰۰ عکس از گالری عکس و ۲۰۰۰ کلیپ کاربران دانشجو در دستور کار قرار گرفت. از سوی دیگر، برای پرهیز از هرنوع سوگیری خاص، مقرر شد نسبت دختران و پسران برابر باشد؛ و از هر یک از آنان دریافت ۱۰ پیامک (آخر) یا ۱۰ تصویر گالری عکس یا ۱۰ کلیپ (آخر) موجود در گوشی آنان تقاضا شود. به این ترتیب حجم ۲۰۰ نفر (۱۰۰ دختر و ۱۰۰ پسر) برای دریافت پیامک‌ها، و به همین نسبت، حجم ۲۰۰ نفر برای دریافت تصاویر موجود در گالری عکس و سرانجام ۲۰۰ نفر برای اخذ کلیپ‌های موجود در گوشی کاربران دانشجو در نظر گرفته شد که در مجموع حجم افراد تحت بررسی در این پژوهش، ۳۰۰ پسر و ۳۰۰ دختر شد که از آنان ۲۰۰۰ پیامک، ۲۰۰۰ تصویر و ۲۰۰۰ کلیپ دریافت شد. از هر یک از مشارکت‌کنندگان در پژوهش درخواست شد در صورت تمایل ۱۰ پیامک یا ۱۰ تصویر یا ۱۰ کلیپ آخر گوشی همراه خودشان را به پژوهشگر دهند یا آن را برایش بلوتوث کنند. گفتنی است آمار مورد استفاده در این پژوهش توصیفی خواهد بود.

#### ۴. داده‌های تحقیق

برای گردآوری داده‌های پژوهش، از دختران و پسران دانشجوی کاربر تلفن همراه درخواست شد، در صورت تمایل، ۱۰ پیامک، ۱۰ عکس و ۱۰ کلیپ آخر گوشی خود را به پژوهشگران بدهند. پس از گردآوری پیامک‌ها، عکس‌ها و کلیپ‌های لازم، این اطلاعات با توجه به مقوله‌های مشخص شده برای تحلیل محتوای پیامک‌ها، عکس‌ها و کلیپ‌های دریافت‌شده از دانشجویان، تحلیل شدند. بالاترین اولویت‌های به دست آمده در موارد مزبور به شرح جدول ۱ بود:

جدول ۱. ده اولویت برتر کاربری دانشجویان دختر و پسر از پیامک، عکس (گالری عکس) و کلیپ

اولویت‌ها	پیامک		عکس (گالری عکس)		کلیپ	
	مقوله‌های مشخص شده	درصد	مقوله‌های مشخص شده	درصد	مقوله‌های مشخص شده	درصد
اول	پیامک‌های خبری	۲۲/۹٪	تصاویر نیمه‌برهنه و برهنه	۲۲/۳٪	کلیپ‌های هیجانی	۲۶/۷٪
دوم	پیامک‌های طنزآمیز	۱۲/۱٪	هنرمندان (خوانندگان، هنرپیشه‌ها)	۱۸/۷٪	کلیپ‌های نیمه‌برهنه و برهنه	۱۶/۱٪
سوم	پیامک‌های عاشقانه	۱۰/۸٪	طبیعت	۹/۲٪	هنرمندان (خواننده‌ها، هنرپیشه‌ها)	۱۳/۵٪
چهارم	ابراز عواطف دوستانه	۷/۳٪	تصاویر حاوی جملات ادبی	۶/۱٪	آسیب‌های اجتماعی	۴/۳٪
پنجم	پیامک‌های قومیتی	۵/۳٪	تصاویر دینی	۵/۷٪	کلیپ‌های ورزشی	۴/۲٪
ششم	پیامک‌های سرکاری	۴/۸٪	چهره‌های سیاسی	۵/۱٪	کلیپ‌های سیاسی	۴/۲٪

۳/۷٪	کلیپ‌های دینی	۴/۵٪	تصاویر مبهم (عاشقانه، شاعرانه)	۴/۷٪	پیامک‌های ادبی	هفتم
۳/۲٪	کلیپ‌های عاشقانه	۴/۲٪	تصویر افراد	۴/۴٪	پیامک‌های هرزه‌نگار	هشتم
۳/۱٪	کارتونی و عروسکی	۴/۱٪	تصاویر مربوط به مد	۳/۲٪	پیامک‌های حزن‌آمیز	نهم
۲/۴٪	کارهای خارق‌العاده	۳/۸٪	تصاویر طنزآمیز	۳/۱٪	پیامک‌های خلاق	دهم

از آنجاکه روایی تحلیل محتوا مشخص می‌کند داده‌ها مستقل از اندازه‌گیری فرد به‌دست آمده‌اند (کرپیندروف، ۱۳۷۸)، پس از اجرای اولین مرحله تحلیل محتوا برای محاسبه روایی<sup>۱</sup> پس از گذشت سه ماه، تحلیل محتوای مجددی روی ۱۰ درصد از موارد پیشین انجام شد تا ضریب پی‌اسکات<sup>۲</sup> برای بررسی میزان روایی تحلیل مشخص شود. ضریب به‌دست‌آمده برای مقوله‌بندی پیامک‌ها، عکس‌ها و کلیپ‌ها بین ۰/۶۵ تا ۰/۷۱ بود که مبین روایی تحلیل محتواست.

درباب یافته‌های اخیر، گفتنی است که بین نتایج استفاده دختران و پسران دانشجویان از پیامک، گالری عکس و کلیپ تفاوت‌هایی ملاحظه می‌شود که با ادبیات پژوهش هم‌خوان است. پترسون و هاید (۲۰۱۰) گزارش می‌دهند بررسی نگرش و رفتار جنسی دو جنس از تفاوت میزان کاربرد محصولات هرزه‌نگار در مردان و زنان حکایت کرده است. استفاده مردان در این جهت بیشتر است. اما اگر برای محدودکردن بحث، نگاه خود را به‌نتایج کلی به‌دست‌آمده معطوف کنیم، ملاحظه می‌شود با احصای ۱۰ اولویت اول به‌دست‌آمده از کاربران پیامک، گالری عکس و کلیپ تلفن همراه، در یک جدول مشترک، اگر برحسب اولویت‌های به‌دست‌آمده در هر سه مقوله پیامک، گالری عکس و کلیپ وزن‌دهی لازم انجام گیرد (به‌این ترتیب که به اولویت اول جدول نمره ده، اولویت دوم جدول نمره نه تا اولویت دهم جدول نمره یک داده شود)، و سپس بیشترین امتیازهای حاصل محاسبه شوند، پنج اولویت برتر بین سه سرویس پیامک، گالری عکس و کلیپ تلفن همراه به این شرح خواهند شد:

۱. محصولات نیمه‌برهنه و برهنه (شامل پیامک، عکس و کلیپ) ۲۲ امتیاز
۲. طنز و شوخی (شامل پیامک‌ها، عکس‌ها و کلیپ‌های طنزآمیز) ۲۰ امتیاز
۳. هنری (شامل تصاویر و کلیپ‌های خوانندگان و هنرپیشه‌های داخلی و خارجی) ۱۷ امتیاز
۴. عاشقانه‌ها (شامل پیامک‌ها، عکس‌ها و کلیپ‌های عاشقانه) ۱۲ امتیاز
۵. محصولات ادبی (شامل پیامک‌ها و تصاویر حاوی متن منشور یا منظوم) ۱۱ امتیاز

<sup>1</sup> Reliability

<sup>2</sup> Scott's Pi

**۵. بحث و نتیجه‌گیری**

بررسی تاریخی پدیده‌ی تلفن همراه حکایت از آن دارد که تلفن همراه در ابتدا با اهداف امنیتی و اقتصادی طراحی و وارد بازار شد، اما به تدریج استفاده از آن از وجه‌های اجتماعی برخوردار شد و در حال حاضر، بیشترین کاربری آن در زمینه‌های اجتماعی و تفریحی است. بررسی ادبیات پژوهش در زمینه تلفن همراه مبین آن است که محققان پیش از آنکه به ابعاد انسانی- اجتماعی تلفن همراه بپردازند متوجه ابعاد عینی و ملموس تلفن همراه شده‌اند و به بررسی پیامدهای زیستی کاربر تلفن همراه پرداخته‌اند. حال آنکه تلفن همراه نه تنها موجب فرهنگ جدیدی به نام فرهنگ تلفن همراه است (کوثری و خیرخواه، ۱۳۸۵)، به دلیل نوجویی و علایق وافر جوانان به فن‌آوری‌های ارتباطی پیشرفته، از نفوذ وسیعی در سطح جوانان برخوردار است و اثرات هویتی درخور توجهی در سطح کاربران جوان خود دارد (هولمه، ۲۰۰۱). شاید از همین رو هم هست که برخی پژوهشگران از تلفن همراه با عنوان شمشیری دولبه و دودمه (لورنته، ۲۰۰۲) یاد می‌کنند، زیرا این فن‌آوری در زمینه‌های مختلفی از تبلیغات دینی تا ارضای تمایلات شهوانی و تبلیغ روابط انحرافی، کاربرد و کارایی دارد. از این رو، چگونگی کاربری دانشجویان دختر و پسر دانشجو از پیامک، گالری عکس و کلیپ تلفن همراهشان در دستور کار پژوهش قرار گرفت.

با توجه به ۱۰ اولویت برتر پیامک‌ها، عکس‌ها و کلیپ‌ها، پس از وزن‌دهی مناسب، با جمع امتیاز مقوله‌های موجود، به ترتیب محصولات نیمه‌برهنه و برهنه، طنز و شوخی، هنری (هنرپیشه‌ها، خوانندگان)، عاشقانه و محصولات ادبی، دارای بالاترین اولویت‌ها شدند (البته اگر به این مسئله توجه شود که کاربرد برخی دانشجویان دختر از تصاویر نیمه‌برهنه برای الگوگیری از مد لباس، آرایش یا جذابیت فرد حاضر در تصویر است، می‌توان تصور کرد که امکان جابجایی کاربرد محصولات نیمه‌برهنه و برهنه با محصولات مبتنی بر ارضای هیجان‌جویی کاربران وجود دارد).

اگر محصولات نیمه‌برهنه و برهنه را در مقوله کلی "نیازهای جنسی" و طنز و شوخی را در مقوله کلی "نیاز به هیجان‌جویی و هیجان‌طلبی" قرار دهیم، می‌توان گفت رتبه‌های بالای موارد مزبور در عمل مبین سوق یافتن کاربری تلفن همراه به سمت ارضای نیازهای زیستی و هیجانی کاربران است. از سوی دیگر، می‌توان گفت، از مجموع فرصت‌ها و تهدیدهای تلفن همراه، فرصت‌های این فن‌آوری کمتر کانون توجه جوانان تحت بررسی قرار گرفته است.

پژوهش‌های پلاننت (۲۰۰۰)، پرتیرا (۲۰۰۵)، منطقی (۱۳۸۶) و کوثری و خیرخواه (۱۳۸۷) از ردوبدل شدن مضامین عاشقانه و هرزه‌نگار از طریق سرویس‌های جانبی تلفن همراه یاد کرده‌اند که یافته‌های پژوهش حاضر نیز با آنها هم‌سوئی نشان می‌دهد.

به‌همین ترتیب، پژوهش‌های عاملی و همکاران (۱۳۸۷) و پرتیرا (۲۰۰۵) نیز بر ارضای هیجان‌جویی از طریق سرویس‌های جانبی تلفن همراه تأکید کرده‌اند که موارد اخیر نیز با نتایج پژوهش هم‌سویی نشان می‌دهد. اما به‌دلیل آنکه در ایران، برخلاف غرب، بستر فرهنگی مناسبی برای فن‌آوری‌های ارتباطی جدید ایجاد نشده است (منطقی، ۱۳۸۶؛ ضیایی‌پرور، ۱۳۸۸)، استفاده دانشجویان از تلفن همراه و امکانات جانبی آن اغلب نامناسب است.

نظریه‌های روان‌شناختی هرم نیاز و خشنودی و رضایت‌مندی تبیین مناسبی در جهت یافته‌های پژوهش فراهم می‌کنند. به‌این‌معنا که اولاً در جامعه ایران، درحالی‌که تحریک‌های محیطی افزایش یافته است، سن ازدواج پایین نیامده است و این مسئله در عمل سبب شده است که ارضای نیاز جنسی جوانان در جامعه با مانع روبه‌رو شود. علاوه‌براین، ارضای هیجان‌جویی جوانان در جامعه ایران نیز موانع متعددی بر سر راه دارد (منطقی، ۱۳۸۳). از سوی دیگر، با عنایت به اینکه هیجان‌طلبی از پایه‌های زیستی برخوردار است (مارشال ریو، ۱۳۸۱)، می‌توان نتیجه گرفت، طبق نظریه مازلو، افرادی که در پله نخست ارضای نیازهای زیستی خویش متوقف مانده‌اند، عمدتاً به موضوع همان مرتبه اکتفا می‌کنند و به موضوع‌های مراتب بالاتر توجه چندانی نشان نخواهند داد.

بنابراین، در پاسخ به سؤال پژوهش که به بررسی چگونگی استفاده دانشجویان از پیامک، گالری عکس و کلیپ دانشجویان معطوف بود، می‌توان گفت فن‌آوری تلفن همراه با توجه به کاربردهایی که در اختیار جوانان قرار داده است، در عمل برای رفع خلأها و کاستی‌هایی که جوانان با آن مواجهند به‌کار گرفته می‌شود. به تعبیر دیگر، تلفن همراه اولاً تاحدودی درصدد پاسخ به نیاز جنسی جوانان (که در جامعه تاحدودی مسکوت نهاده شده) برآمده است و ثانیاً به‌صورت ابزاری برای ارضای هیجان‌جویی جوانان به‌کار می‌رود.

مسئله مهمی که توجه به آن ضرورت دارد، استقبال نه‌چندان مناسب کاربران از جامعه اطلاعاتی<sup>۱</sup> است. به‌این‌معنا که مقوله فن‌آوری‌ها و نقش آنها در جوامع معاصر در ادبیات علمی باعنوان‌های مختلفی هدف بحث قرار گرفته است. ایده‌های دانش یا اقتصاد اطلاعات، جامعه پسا صنعتی، جامعه پست‌مدرن، جامعه شبکه‌ای، انقلاب اطلاعات، سرمایه‌داری اطلاعاتی، سرمایه‌داری شبکه‌ای و مواردی این‌چنینی، طی دهه‌های اخیر به تفصیل بررسی شده است. با پیشرفت فن‌آوری اطلاعات از دهه ۱۹۷۰ به بعد، جامعه اطلاعاتی به‌مثابه مرحله بعد از جامعه صنعتی مطرح شد. جامعه اطلاعاتی جامعه‌ای است که تولید، توزیع،

<sup>۱</sup> Information society

مصرف، تجمیع و مدیریت اطلاعات موضوع مهم اقتصادی، سیاسی و فرهنگی آن تلقی می‌شود. جامعه اطلاعاتی جامعه‌ای است که در آن کیفیت زندگی، گستره دگرگونی اجتماعی و توسعه اقتصادی به‌گونه‌ای روزافزون به اطلاعات و بهره‌وری از آن متکی است. در این جامعه، استانداردهای زندگی و الگوهای کار و فراغت، نظام آموزشی، و فعالیت‌های اقتصادی و بازرگانی از پیشرفت اطلاعات و دانش فنی تأثیر می‌پذیرد. نشانه این موضوع، تولید روبه‌گسترش کالاها و خدمات مرتبط با اطلاعات و اشاعه آنها از طریق حلقه گسترده‌ای از رسانه‌ها، به‌ویژه فن‌آوری‌های چندرسانه‌ای الکترونیکی، و به‌طور کلی غلبه فن‌آوری اطلاعات در ذخیره، پردازش، و انتقال اطلاعات است (دانشنامه ویکی‌پدیا، ۲۰۱۴).

از نخستین ویژگی‌های جوامع اطلاعاتی ایجاد تحول در ارزش‌های فرهنگی، اخلاق و آداب و رسوم است. آنچه هم‌زمان با پیدایش و توسعه جوامع اطلاعاتی در دنیا مطرح شده تحمل و مدارای فرهنگی است که ناشی از شناخت بیشتر است. با فزونی شناخت در حوزه آگاهی‌های فرهنگی، ساختار ارزشی و در نتیجه اخلاق و آداب و رسوم به‌گونه‌ای متحول می‌شود. تلفن همراه نمونه روشنی از فن‌آوری جدید اطلاعاتی است که می‌تواند حجم زیادی از اطلاعات گوناگون را به‌صورت متن، تصویر، صوت، عدد و رقم با هر درجه از محتوای فرهنگی در زمانی بسیار کوتاه انتقال دهد؛ و این انتقال را در عرصه‌ای بدون عنایت به فضا و محتوای فرهنگی و در ساختارهای متفاوت سیاسی و اقتصادی و پیشینه‌های تاریخی صورت دهد و از جهات گوناگون و برای گروه‌ها، خانواده‌ها، و افراد، فرصت‌ها و تنگناهایی ایجاد کند. از این‌رو ضرورت دارد کشورهای مختلف برای هدایت بهینه کاربری فن‌آوری‌های اطلاعاتی دست به مداخله فعالی در جهت افزایش سواد رسانه‌ای کاربران و تولید ادبیات فاخر بزنند.

وهلوند (۲۰۰۹) در مقاله‌ای که درباره سواد کودکان پیش از دبستان نوشته است خاطرنشان می‌سازد کودکان ۵، ۶ و ۷ ساله‌ای که در مهدکودک‌ها هستند، غالباً در گذشته با وسائلی مانند کاغذ و مداد مشغول و سرگرم می‌شدند و آموزش‌هایی هم که می‌دیدند غالباً از طریق به‌کارگیری همین وسایل بود. اما با پیشرفت فن‌آوری‌های ارتباطی جدید، کودکان مهدکودک و پیش از دبستان در عمل با بازی‌های ویدئویی، رایانه‌ای و تلفن همراه آشنا می‌شوند و با توجه به استفاده آنان از این فن‌آوری‌ها، ضرورت دارد به دانش جدیدی توجه کنیم که از رهگذر آن می‌توان مهارت‌های کودکان پیش از دبستان را افزایش داد.

از سوی دیگر، در کشورهایی همچون سوئد و کانادا، برنامه‌هایی برای تولید محتواهای دیجیتال در فضای مجازی و اینترنت ایجاد شده است. در کانادا صندوق‌هایی برای پشتیبانی مالی از برنامه‌های تولید محتواهای فرهنگی تشکیل شده است. دیجیتال کردن

محتواهای فرهنگی نیز به‌ویژه در کشور کانادا و در کنار برنامه‌های تولید محتوای فرهنگی دیجیتال پشتیبانی شده و برنامه‌ها، طرح‌ها و پروژه‌های فراوانی را در جهت دیجیتال‌سازی محتواهای فرهنگی کشور همچون آثار هنری و فرهنگی و آثار فرهنگی فاخر و دسترس‌پذیر ساختن آنها تأسیس و راه‌اندازی کرده است (عاملی و حسنی، ۱۳۹۱).

با عنایت به نتایج حاصل می‌توان نتیجه گرفت، اولاً مسکوت‌نهادن نیازهای معمول شهروندان سیاست مخاطره‌آمیزی به‌شمار می‌رود و ثانیاً برای استقبال از جامعه اطلاعاتی، ضرورت دارد با بسترسازی فرهنگی لازم، فضای اولیه مناسبی را جهت تحقق این امر فراهم آوریم و بالطبع تحقق این معنا نیز به اقدام‌های کلان‌نگر در ابعاد فرهنگی-اجتماعی و اقتصادی کلان جامعه، خاصه در سطح جوانان، منوط است.

## منابع

اسولیوان، تام و همکاران (۱۳۸۵) مفاهیم کلیدی ارتباطات، ترجمه میرحسن ریش‌زاده، تهران: فصل‌نو.

اکرامی، محمود (۱۳۸۶) مردم‌شناسی ارتباطات خودمانی، مشهد: ایوار.

ذکایی، محمدسعید و وحید ولی‌زاده (۱۳۸۸) «فرهنگ جوانان و تلفن همراه»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، شماره ۷: ۱۱۹-۱۵۲.

زندى، بهمن و فاطمه ربانى (۱۳۸۸) «بررسی میزان هم‌خوانی زبان پیام کوتاه با زبان فارسی معیار»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، شماره ۱: ۴۷-۷۵.

سرمد، زهره، عباس بازرگان و الهه حجازی (۱۳۷۶) روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران: آگاه. سعیدی، علی اصغر (۱۳۸۴) «بازاندیشی مصرف‌کننده یا مصرف تظاهری در ارتباطات سیار»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره اول، شماره ۴: ۷۹-۹۵.

ضیایی‌پرور، حمید (۱۳۸۸) بررسی وضعیت استفاده وزارتخانه‌های ایران از تکنولوژی‌های کاربردی روابط عمومی الکترونیک، رساله دکتری دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.

عاملی، سعیدرضا، شاهو صبار و مهدی رنجبر رضانی (۱۳۸۷) مطالعات تلفن همراه، تهران: سمت. عاملی، سعیدرضا و حسین حسنی (۱۳۹۱) «دوفضایی شدن آسیب‌ها و ناهنجاری‌های فضای مجازی: مطالعه تطبیقی سیاست‌گذاری‌های بین‌المللی»، تحقیقات فرهنگی ایران، دوره اول، شماره ۵، (پیاپی ۱۷): ۱-۳۰.

کرلینجر، فرد، ان. (۱۳۷۶) مبانی پژوهش در علوم فناوری، ترجمه حسن پاشا شریفی و جعفر نجفی زند، جلد دوم، تهران: آوای نور.

کریندروف، کلوس (۱۳۷۸) تحلیل محتوا، ترجمه هوشنگ ناییبی، تهران: روشن.

- کوثری، مسعود و طاهره خیرخواه (۱۳۸۷) «تحلیل محتوای پیام‌های کوتاه دانشجویان دانشگاه‌های تهران»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، سال اول، شماره ۲: ۵۷-۷۸.
- کوثری، مسعود، محمدرضا یگانه و طاهره خیرخواه (۱۳۸۵) «کاربرد تلفن همراه برای کاربران ایرانی (با تأکید بر نظریه استفاده و خشنودی)»، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال دوم، شماره ۷: ۲۰۵-۲۲۶.
- مارشال ریو، جان (۱۳۸۱) *انگیزش و هیجان*، ترجمه یحیی سیدمحمدی، چاپ چهارم، تهران: ویرایش.
- مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۵) *نظریه ارتباطات جمعی*، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- معیدفر، سعید و احمد گنجی (۱۳۸۷) کاربرد تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی در بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه شهر تهران (گزارش پژوهش)، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۳) *رفتارشناسی جوان در دهه‌های سوم و چهارم انقلاب*، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۶) *راهنمای اولیا در استفاده فرزندان از فن‌آوری‌های ارتباطی جدید*: تلفن همراه، تهران: عابد.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۳) شکل‌گیری هویت شبکه‌ای در دانشجویان، هفتمین همایش بهداشت روان دانشجویان، دانشگاه صنعتی اصفهان.
- منطقی، مرتضی و احسان دین‌پرور (۱۳۹۱) «شکل‌گیری هویت پنهان در کاربران فن‌آوری‌های ارتباطی پیشرفته»، *فصلنامه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی*، سال سوم، شماره ۲: ۲۶-۵.
- Audrey, N. S. (2004) Mobile Phone and Youth: A look at The U.S Student Market. *The International Telecommunication Union (ITU)*. <http://www.itu.int/futuremobile>.
- Bellina, L., Missoni, E. (2009) "Mobile Cell-Phones (M-phones) in Telemicroscopy: Increasing Connectivity of Isolated Laboratories", *Diagnostic Pathology*, 4: 19-31.
- Eysenck, M. (1998) *Psychology, an Integrated Approach*, Essex: Longman.
- Frieser, M. (2009) *Sector profile: Porn in the USA*. WWW. Mobile Entertainment News.
- Hulme, M. (2001) *Me, My Phone And I: The Role of The Mobile Phone*, [www.michaelhulme.co.uk](http://www.michaelhulme.co.uk)
- Laru, J. and Jarvela, S. (2008) "Social Patterns in Mobile Technology Mediated Collaboration Among Members of The Professional Distance Education Community", *Educational Media International*, 45: 17-32.



- Lorente, S. (2002) "Youth And Mobile Telephones: More than a Fashion". in Villar, E. A. (EDS.) *Revista de Studios de Juventud* (pp. 9-24), Youth and Mobile. Madrid: A. G. LUIS PEREZ.
- McGuigan, J. (2005). Toward a Sociology of the Mobile Phone: An Interdisciplinary Journal on Humans in ICT Environments, 1 (1): 45-57.
- Pertierra, R. (2005) "Mobile Phones, Identity and Discursive Intimacy", *An Interdisciplinary Journal on Humans in ICT Environments*, 1 (1): 23-44.
- Peterson, J. & Hyde, J. (2010) "A Meta-Analytic Review of Research on Gender Differences in Sexuality", *Psychological Bulletin*, 136 (1): 21-38.
- Plant, S. (2000) On the Mobile: "The Effects of Mobile Telephones on Social and Individual Life", *Online Publications Sociology of the Mobile Phone*, Soziologisches Institut der Universität Zürich.
- Raskauskas, J. (2010) "Text-Bullying: Associations with Traditional Bullying and Depression Among New Zealand Adolescents", *Journal of School Violence*, 9 (1): 74-97.
- Reid, D. & Reid, F. (2004) "Insights into The Social and Psychological Effects of SMS Text Messaging", *The Social and Psychological Effects of Text*, February 2004.
- The British Psychological Society (2006) *Playground Bullies Move into Cyberspace*. www.bps.org.uk/media-centre.
- Thinyane, M. (2010) "Are Digital Natives a World-Wide Phenomenon? An Investigation into South African First Year Students' Use And Experience with Technology", *Computers & Education*, 55 (1): 406-414.
- Van de Kamer, J. & Bows, A. (2002) Measuring the Effects of Mobile Phones on Ear, Eye", *Physics in Medicine And Biology*, 47 (10).