

## تلفن همراه، روابط اجتماعی

شراره مهدی زاده<sup>1</sup>، زهرا خیلا<sup>2</sup>

تاریخ دریافت: 91/3/17 تاریخ تایید: 91/7/24

### چکیده

در دو دهه اخیر استفاده گسترده و فراوان و همه جانبه از تلفن همراه، تأثیرات زیاد و متنوعی را بر الگوهای روابط و رفتار اجتماعی انسان‌ها گذاشته است. جوانان به عنوان پیشتازان مصرف این وسیله مورد توجه ویژه‌ای در بررسی‌ها و تحقیقات بوده‌اند. مقاله حاضر می‌کوشد تا کاربرد این وسیله را در برقراری روابط اجتماعی با توجه به نوع کاربری و کارکردهای متنوع آن مطالعه نماید. بدین منظور تعداد 323 پرسش‌نامه در میان دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی توزیع گردید. نتایج پژوهش نشان داد بین الگوی مصرف تلفن همراه و میزان روابط اجتماعی، تفاوت معنادار است.

واژگان کلیدی: تکنولوژی ارتباطی، تلفن همراه، روابط اجتماعی، کارکردهای تلفن همراه، پیامک.

sh.mehdizadeh@yahoo.com

zahra.kheila@gmail.com

1. عضو هیئت علمی دانشگاه الزهرا.

2. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی.

## مقدمه و طرح مسأله

تلفن به عنوان وسیله‌ای ارتباطی از زمان اختراع یعنی اواخر قرن نوزدهم تا کنون در میان جامعه شناسان و عالمان علوم رسانه و ارتباطات چندان مورد توجه نبوده است آنچه چند دهه اخیر توجه دانشمندان را به خود جلب کرد رشد اینترنت و شبکه‌های ارتباط جهانی و تأثیرات آن‌ها در زندگی کاربران بود که برخی تئوری‌ها به سمت درک و تبیین آن سوق یافت. ولی با پیدایش تلفن همراه در سطح گسترده و ارزان و استفاده فراگیر و همه جانبه از آن و تأثیرات گوناگون بر زندگی روزمره، توجه دانشمندان به شدت به آن جلب شد. رشد سریع فن‌آوری‌های تلفن‌های همراه و عمومیت یافتن آن در میان تمام اقشار جامعه فارغ از تفاوت‌های اقتصادی، فرهنگی و ارزشی و اتصال آن به شبکه اینترنت باعث شد که حتی توجه و مطالعه فن‌آوری‌های جدیدی مانند کامپیوترهای شخصی نیز تحت الشعاع قرار گیرد. امروزه در جهان، مجموع کل تلفن‌های همراه بیش از مجموع کل تلویزیون‌ها و کامپیوترهاست. این نوع تلفن توانسته است به مفهوم ارتباطات معنی تازه‌ای بخشد و به یک وسیله مفید تبدیل شده است که اشخاص مختلف با اهداف گوناگون از آن استفاده می‌کنند. فرستادن پیام‌های کوتاه در انواع اطلاع‌رسانی، تفریحی، آموزشی، تبلیغات و ... تا وصل به شبکه‌های جهانی و دریافت و ارسال ایمیل‌های شخصی، با گوش دادن به موسیقی و ... از جمله کارکردهای این وسیله می‌باشد.

استفاده از تلفن همراه، بعد جدیدی از تحرک داوطلبانه را بطور مستمر در روندی ایجاد نموده که منجر به وسیع‌تر شدن جغرافیای محیطی و فردی‌تر شدن تعامل اجتماعی در زندگی روزمره شده است. این وسیله، ارتباط را در هر شرایطی و با کمترین هزینه و بیشترین امکانات برقرار می‌نماید. لذا نظریه‌ها روی نتایج استفاده از آن بر حسب ساختار، فضا، مکان تحرک و زمان متمرکز شده است. در کشور ما بهره‌گیری از این وسیله ارتباطی رشد فزاینده‌ای داشته بطوری که تا پایان سال 1389 تعداد کاربران به 73 میلیون رسیده است.<sup>1</sup> جوانان نسبت به سایر اقشار جامعه بیشترین مصرف‌کنندگان از این فن‌آوری می‌باشند و رتبه نخست سازگاری با این فن‌آوری و امکانات آن از جمله ارسال پیامک را به عنوان نوعی از ارتباط اجتماعی به خود اختصاص داده‌اند (اکسامان و تورتیانین، 2004).

در این مطالعه انتخاب جوانان و دوران جوانی به عنوان جامعه هدف به این علت است که بسیاری از عادات جدید و شبکه‌های اجتماعی و فعالیت‌های مختلف در این دوران شکل گرفته و قوام می‌یابد. اینگلهارت معتقد است جوانی یک دوره ویژه از نیازها و درخواست‌های مربوط به

1. برسام پایگاه خبری فن‌آوری اطلاعات.

آموزش، فعالیت‌های فراغتی، دوستان و شبکه‌های اجتماعی است که در آن ارزش‌ها، عادات زندگی و تماس‌های اجتماعی استقرار یافته و تمایل دارند تا هنگامی که آن نسل وجود دارد باقی بمانند. (اینگلهارت و ولزل، 2005). جوانان از تلفن همراه برای برقراری تماس‌های کلامی یا متنی به عنوان ابزارهای کلیدی جهت سازماندهی ملاقات‌های روزمره و فعالیت‌هایشان استفاده می‌کنند. تلفن‌های همراه برای مدیریت ایمنی در بروز خطرات احتمالی در بیرون از خانه و در فضاهای عمومی به کار گرفته می‌شوند (پین و دیگران، 2005).

در حوزه فرهنگ برخی از دیدگاه‌ها بر ارزش نمادین تلفن‌های همراه در انعکاس هویت و سبک زندگی جوانان تأکید دارند (لینگ، 2004). فعالیت‌هایی مثل استفاده زیاد از پیام کوتاه، تماس‌های تلفنی زیاد و سرگرم شدن با سایر امکانات آن از اجزای فرهنگ استفاده از تلفن همراه در جوانان هستند. انتخاب صدای زنگ و عوض کردن ظاهر تلفن همراه، نوعاً مختص جوانان بوده و منعکس کننده سبک‌های زندگی متفاوت جوانان است. مالکیت تلفن همراه بایک مارک خوب و به روز، داشتن فهرست کاملی از آدرس‌ها و دریافت مستمر پیام‌های متنی، همه نشان می‌دهند که صاحب آن تا چه حد مهم، خوشبخت و مد روز است (تولین و ویلهلم سان، 2007).

الگوی مصرف تلفن همراه می‌تواند در ابعاد مختلف زندگی اجتماعی اثرات متفاوتی داشته باشد از جمله در برقراری روابط اجتماعی با دوستان، خانواده و همکاران و به قول هامفرز ارتباطات تلفنی فرصت‌های جدیدی را برای ارتباط پر معنی و مفید فراهم می‌کنند که ممکن است منجر به نتایج مهمی برای عضویت در گروه‌های همانند شوند. کاربران به این تکنولوژی به عنوان منبع ضروری برنامه‌ریزی ارتباط با دیگران توجه می‌کنند (هامفرز، 2010: 13).

نوع و مالکیت هر کالایی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر الگوی مصرف آن است. مختصاتی از قبیل میزان و علت مصرف کالا، چگونگی و نحوه استفاده از آن، طبقه اجتماعی و ... در تعیین مصرف کالاهای مختلف دخالت دارند. معمولاً جوانان از تلفن همراه در ایجاد و استمرار روابط اجتماعی استفاده می‌کنند. مصرف این کالا در بین جوانان، رشد انواع جدید دوستی‌ها را تقویت نموده است. دوستی‌هایی که از طریق دیگر انواع ارتباط (ارتباطات چهره به چهره یا اینترنت) ایجاد شده و قوام یافته است. شبکه‌های اجتماعی ایجاد شده به عنوان کانال‌هایی که جوانان را به هم پیوند می‌زند، تحت تأثیر نوع و میزان استفاده از تلفن همراه قرار دارد. ارتباط متنی (اس ام اس) به عنوان بعد دیگری از ارتباط، باعث می‌شود که جوانان بسیاری از اطلاعات و اخبار را به راحتی بایکدیگر مبادله کنند و عباراتی را بسازند که نشان دهنده احساساتشان باشد، در حالی که دیگر وسایل ارتباطی در آن مکان یا زمان قابلیت چنین استفاده‌ای را ندارند مثلاً در ساعت آخر شب، در کلاس و مدرسه و غیره به وسیله تلفن همراه به راحتی ارتباط برقرار

می‌شود (تولین، 2007).

علاوه بر کارکردهای فوق، استفاده از پیامک جهت ارسال تبلیغات بازرگانی و سیاسی، ارسال اخبار از طریق روزنامه‌ها، نظرسنجی‌ها و مسابقات رادیویی و تلویزیونی، امکان دریافت صفحات روزنامه، فایل‌های صوتی و تصویری، عکاسی و فیلمبرداری به امکانات این وسیله افزوده است. به جرأت می‌توان گفت که تلفن همراه در شکل‌گیری هویت و استقلال جوانان نقش اساسی داشته و ویژگی‌های آن از جمله نوع گوشی، نوع تصاویر و پیام‌های ذخیره شده و نوع اطلاعات فردی و میزان و نحوه استفاده از آن نشان دهنده‌ی شخصیت و خصوصیات اخلاقی افراد است. تمایل روز افزون جوانان به استفاده از این وسیله ارتباطی باعث شده است که تولیدکنندگان تلفن همراه در تولید انواع و اشکال این وسیله ارتباطی، علایق، سلیق و خواسته‌های این قشر عظیم از جامعه را به عنوان جامعه هدف، لحاظ کنند و بخش بزرگی از تحقیقات در حوزه ارتباطات نیز به آن اختصاص یابد.

هدف اصلی تحقیق حاضر این است که چگونه الگوهای اصلی برقراری ارتباطات اجتماعی و گذران اوقات فراغت جوانان از استفاده فزاینده از تلفن همراه تأثیر پذیرفته است و لذا سؤالات زیر شکل می‌گیرد:

- 1- دانشجویان در مصرف تلفن همراه از چه الگویی پیروی می‌کنند.
- 2- محتوا، دلایل و کارکردهای استفاده از این وسیله نزد دانشجویان چه جایگاه و تعریفی دارد.
- 3- روابط اجتماعی دانشجویان از چه میزان، حجم و تنوعی برخوردار است.
- 4- دانشجویان در برقراری روابط اجتماعی با استفاده از تلفن همراه از چه الگویی پیروی می‌کنند؟
- 5- چه ارتباطی میان متغیرهای زمینه‌ای مانند سن و جنس با برقراری روابط اجتماعی از طریق تلفن همراه وجود دارد؟

### رویکرد نظری

پرسش اصلی هم از نظر تئوری و هم در عمل آن است که تلفن همراه چه تأثیراتی بر روی زندگی روزمره خواهد داشت. زندگی روزمره به یک الگوی ثابت از فعالیت‌های روزانه اشاره دارد. سه اثر بنیادین که تلفن همراه روی فعالیت‌های روزانه داشته عبارتند از: الف- اثرات اجتماعی در رابطه با الگوهای ارتباط، شبکه‌ها و ارتباطات چهره به چهره. ب- نتایج حاصل از گسترش میزان فضای قابل جابجایی که شامل فاصله فیزیکی و یا ارتباط مجازی از طریق اینترنت می‌شود. ج- اموری مانند برنامه‌ریزی شخصی، زمانبندی و استفاده از زمان و اخیراً پر کردن اوقات فراغت و تفریح و سرگرمی.

در تحقیقات اولیه از تلفن همراه، کاربران به سه گروه تقسیم شدند، کسانی که مشتاق و شیفته این تکنولوژی هستند، افرادی که صرفاً فراوان از این وسیله استفاده می‌کنند و کسانی که مخالف آن می‌باشند تحقیقات بعدی طبقه‌بندی ذکر شده را به دلیل عدم تفکیک قاطع میان سه گروه رد نموده و بر اینکه چگونه تلفن همراه در زندگی معمول و روزمره مردم جای خود ریافته است تاکید می‌کند (کراپتری، ناتان و ریوز، 2002).

بیشتر تحقیقات به استفاده عملی از تلفن همراه بویژه در گروه‌هایی از کاربران مثل جوانان مربوط می‌شود که روی موقعیت‌ها، مکان‌ها و تعاملات تاکید دارد (کوپوما، 2000:237). وی پیش بینی می‌کند که استفاده فزاینده از این نوع ارتباط باعث می‌شود که جوانان زمان بیشتری را در فضای عمومی مثل رستوران‌ها یا کافه‌ها بگذرانند و نیز فعالیت‌های خارج از خانه و مسافرت را وسعت بخشند (همان 348).

#### نقش تلفن همراه در برقراری روابط اجتماعی

تلفن همراه به عنوان ابزار مهم در برقراری ارتباط و ایجاد و استمرار روابط اجتماعی موضوع بسیاری از مطالعات بوده است. تلفن همراه در بین جوانان به عنوان یک وسیله همیشه در دسترس به ویژه برای ارتباط با دوستان مورد استفاده قرار می‌گیرد. از طریق این شبکه خصوصی جوانان به راحتی می‌توانند در هر کجا و در هر زمان و به هر دلیل ارتباط برقرار کنند. سهولت استفاده از این وسیله سبب افزایش برقراری تماس گردیده است که بسیاری از این تماس‌ها کوتاه، بدون برنامه‌ریزی قبلی و به صورت پراکنده و بدون در نظر گرفتن محدودیت زمان و مکان صورت می‌گیرند و همین امر سبب شده هیچ وسیله‌ی دیگری نتواند جای آن را بگیرد. لذا اثرات قابل ملاحظه‌ای را بر روابط و کنش‌های میان انسان‌ها در سطوح خرد، متوسط و کلان بر جای گذارده است. به عنوان نمونه تقویت شبکه روابط فرعی و ضعیف اجتماعی یکی از این موارد است. تلفن همراه می‌تواند حجم روابط اجتماعی ضعیف و پیوندهای ارتباطی سست را در جامعه افزایش دهد. همانطور که جامعه‌شناسانی مانند گرانووتر و لینگ مطرح کرده‌اند، پیوندهای ضعیف ارتباطی آن دسته از ارتباطات که تنها در اوضاع و شرایط خاصی مثل پیدا کردن شغل، منزل اجاره‌ای و غیره می‌توانند فعال شوند و تلفن همراه می‌تواند این گونه پیوندهای ناپایدار و سست را در جامعه، هم تسهیل و هم تقویت کند (موسوی 1389:94). در عین حال این وسیله به تقویت روابط نزدیک میان افراد نیز کمک می‌کند. این کار از طریق برقراری روابط در مواقعی که افراد از نظر مکانی بایکدیگر فاصله دارند صورت می‌پذیرد (گرگن، 2002:237).

بدین ترتیب عمومی‌ترین استفاده‌ای که از تلفن همراه می‌شود برقراری ارتباط با افراد در

مکان‌ها و زمان‌های دلخواه و گوناگون است. از نگاه کاربران، تلفن‌های همراه دارای خصوصیتی چون وسعت بخشیدن به ارتباط‌های بالقوه در هر مکان و زمان هستند و به عنوان یک لایه ارتباطی میان بخش‌های اجتماعی ایفای نقش می‌کنند. این دستگاه باعث به وجود آمدن ارتباط نزدیک میان خانواده‌ها و فرزندان‌شان شده است و کنترل آن‌ها را برای والدین ساده‌تر نموده است. (مک‌گویی گان، 2005).

دو ظرفیت مهم تلفن همراه یعنی تماس تلفنی و ارسال و دریافت پیامک و همچنین پیام صوتی و تصویری استفاده غالب و شایع آن به شمار می‌رود. این دو قابلیت، باعث افزایش ظرفیت‌های فردی و توسعه حوزه خصوصی می‌شود (تولین، 2007). در تحقیقی که در مورد تغییرات اجتماعی ناشی از استفاده از تلفن همراه روی الگوهای ارتباط فردی شبکه‌های اجتماعی و ملاقات‌های چهره به چهره صورت گرفت، نتایج نشان داد که تلفن همراه سبب تغییرات شدید در ارتباطات اجتماعی شده است. از طریق این شبکه خصوصی، جوانان به راحتی می‌توانند در هر کجا و در هر زمان و به هر دلیلی ارتباط برقرار کنند (تولین 2007).

جالب‌ترین گزارش از کاربرد تلفن همراه اینست که اگر اینترنت مربوط به جهانی شدن می‌شود، تلفن همراه محلی‌گرایی را نشان می‌دهد. تلفن همراه متمایل به حفظ مرزهای اجتماع محلی است و به عنوان یک ابزار محلی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این ظرفیتی است که تلفن همراه دارد و دیگر تکنولوژی‌ها ندارند (مک‌گویی گان، 2005: 53).

از سوی دیگر تلفن همراه تبدیل به ابزاری برای تعاملات جمعی هم زمان شده است، به طوری که فرد را با افراد و مؤسسات مرتبط کرده و همچنین با علائق مختلف اعم از امور تفریحی و سرگرمی و همچنین مسائل جدی کاری و حتی پیوندهای جماعتی و دینی مرتبط می‌سازد. بیشترین موارد استفاده جوانان از تلفن همراه به عنوان یک وسیله برای مکالمات تلفنی و پیامک جهت سازماندهی فعالیت‌ها و قرارهای روزانه است. تلفن همراه یک وسیله حمایتی و پیوستگی برای فامیل و دوستان به ویژه برای جوانان است، زیرا که بر کمرویی غلبه کرده و اشکال خرده فرهنگ‌ها را از طریق پیامک تسهیل می‌کند (هارکین، 2003: 26).

#### نقش متغیرهای زمینه‌ای در کاربری تلفن همراه

بسیاری از تحقیقات نشان داده اند که زنان جوان پیام‌های متنی را بیشتر از مردان جوان مورد استفاده قرار می‌دهند. زنان پیام‌های متنی بلندتر و پیچیده‌تر همراه با ابراز عواطف بیشتری ارسال می‌کنند (لینگ، 2002).

از جمله کارکردهای مهم دیگر این وسیله ایجاد احساس امنیت به معنی احساس رها شدن از در خطر بودن و آسیب دیدن است. این موضوع در حوادث و تصادفات که نیازمند اطلاع رسانی

به نهادها و سازمان‌های اورژانسی و پلیس است، صدق می‌کند. همچنین از نظر گافمن زن‌ها در مکان‌های عمومی معمولاً دوست ندارند که خودشان را تنها نشان دهند، زیرا باعث تقویت احساس قرار گرفتن در موقعیت ناامن می‌شود و در این گونه موارد تلفن همراه بسیار مفید واقع می‌شود. داده‌های کمی و کیفی نشان داده است که تلفن همراه همان‌قدر احساس امنیت برای کسانی که بیماری‌های مزمن دارند ایجاد می‌کند که برای افرادی که در موقعیت‌های نا معلوم و نامشخص قرار می‌گیرند (گسر، 2004: 8).

اکسامان و تورتیانین در سال 2004 در مطالعه‌ای در فنلاند نشان دادند که نحوه استفاده از تلفن همراه با سن تغییر می‌کند. با افزایش سن جوانان به تدریج از اهمیت پیام کوتاه کاسته می‌شود و بر اهمیت روابط چهره به چهره افزوده می‌گردد. کیم و میتومو (2006) معتقدند جوانان به ویژه هنگام شکل‌گیری اولین روابطشان با جنس مخالف پیام کوتاه را به عنوان یک رسانه بی‌نظیر برای ارتباط می‌دانند. در واقع با استفاده از این سرویس، ارتباط قانون‌مند رسمی و کنترل شده به ارتباط خودمانی تبدیل شده و در شرایط غیررسمی محتوای خودمانی و غیررسمی آن انتقال می‌یابد. در تحقیقی لینگ از نوع استفاده افراد بالغ و جوانان از تلفن همراه در رابطه با نگهداری، توصیف و اجبار در انجام امور اجتماعی توضیح می‌دهد که اینگونه استفاده از موبایل سبب آزادی بیشتر نوجوانان می‌شود، زیرا نوجوانان در این سنین همچنان که رشد می‌کنند، در امور شخصی نیز صاحب استقلال می‌شوند (لینگ، 2004). تحقیق کمپل نیز نشان می‌دهد که در گروه سنی 18 تا 23 سال سطح بالاتری از تأثیرات تلفن همراه نسبت به دیگر گروه‌های سنی وجود دارد.

نظریه پردازان در این حوزه عقیده دارند که یک فرهنگ جوان در سطح بین‌المللی وجود دارد که تلفن همراه در آن نقش مهمی را ایفا می‌کند. لینگ در پاسخ به این پرسش که چرا این فرهنگ جدید در بین جوانان وجود دارد معتقد است که باید آن را در دگرگونی مرحله کودکی به جوانی جستجو کرد. زیرا که تلفن همراه به جوانان برای توسعه زندگی‌شان در جامعه کمک می‌کند (همان).

در حقیقت امروزه تلفن همراه به صورت یک عامل مهم و تعیین کننده در زمینه پیوند جوان با جامعه در آمده و این نکته‌ای است که کاستلز و دیگر نظریه‌پردازان جامعه فراصنعتی تحت عنوان اهمیت ارتباط فرد با شبکه اجتماعی در عصر اطلاعات به تفصیل از آن سخن گفته‌اند. بر خلاف نظر بزرگسالان امروزه بسیاری از جوانان و نوجوانان دیگر تفاوت چندانی میان ملاقات‌های حضوری و مستقیم با ارتباط تلفنی توسط موبایل قائل نیستند. حتی در بعضی جوامع پیشرفته ویا در حال توسعه موبایل به منزله عامل جامعه پذیری برای نوجوانان و جوانان درآمده و آن‌ها موبایل را به منظور حفظ و تقویت حلقه‌ی ارتباط و شبکه‌ی اجتماعی خود مورد

استفاده قرار می‌دهند. در واقع موبایل به جوانان این اجازه و امکان را می‌دهد که موقعیت سنی، جنسی، طبقاتی و گروه دوستی خود را حفظ کنند (موسوی، 1389: 133).

یکی از کارکردهای تلفن همراه تنظیم و هماهنگی زمان ملاقات‌ها و فعالیت‌های وابسته به آن در درون شبکه خانواده و دوستان است. چنانکه تفاوت استفاده از تلفن همراه با توجه به جنسیت نشان می‌دهد که مردان جوان از این وسیله به عنوان ابزاری برای برنامه‌ریزی استفاده می‌کنند. برنامه‌هایی نظیر تنظیم قرار ملاقات‌ها، تماس‌ها و دیگر برنامه‌های روزمره‌ای که به آنان کمک می‌کند تا به بلوغ و استقلال بیشتری دست‌یابند. از طرف دیگر زنان بیشتر از تلفن همراه برای تبادل احساسات شخصی و عاطفی خود استفاده می‌کنند (هولم و پیترز، 2001). لذا کارکرد دیگر احساسی نامیده می‌شود. پیامک‌ها ممکن است به سرعت و سادگی به جای صحبت کردن توسط آدم‌های کم رو و کم حرف استفاده شود. این امر در مورد گروه‌های دوستی دختران صادق‌تر است در حالیکه پسران بیشتر تمایل دارند که از تلفن همراه به عنوان یک وسیله سرگرمی و بازی استفاده کنند (مک گوی گان، 2005: 54).

زنان بیشتر از مردان پیامک می‌فرستند. این پیامک‌ها، طولانی‌تر، پیچیده‌تر، و احساسی‌تر از مردان است (هورتول و دیگران، 2005). در مجموع وبستر و اکشلاگ، نظریه‌های مختلف و متغیرهای تاثیرگذار بر انواع کاربرد تلفن همراه را در چند دسته قرار می‌دهند. در دسته اول، متغیرهای زمینه‌ای یا محیط اجتماعی مثل پایگاه اقتصادی - اجتماعی، منطقه یا محل زندگی، سن، جنس قرار دارند. در دسته دیگر، نیازها و انگیزه‌های استفاده قرار دارند. دسته بعدی به عادت عمومی استفاده از رسانه اختصاص یافته است. در دسته بعد به آگاهی، میزان و نوع اطلاعات اشاره می‌شود در دسته آخر به زمینه خاص استفاده از رسانه جمعی و مکان کاربری اشاره می‌شود (مک کوایل، 1381: 112).

### فرضیات

بین میزان مصرف تلفن همراه و میزان روابط اجتماعی رابطه وجود دارد.

بین میزان تنوع مصرف و میزان روابط اجتماعی رابطه وجود دارد.

بین الگوی مصرف تلفن همراه و میزان روابط اجتماعی رابطه وجود دارد.

بین سن و میزان روابط اجتماعی رابطه وجود دارد.

بین جنسیت و میزان روابط اجتماعی رابطه وجود دارد.

### روش تحقیق، مفاهیم و داده‌ها

این پژوهش یک تحقیق توصیفی و تحلیلی از نوع پیمایش می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر



دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی تهران و نمونه آماری 332 پرسشنامه بود که باروش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب گردید. برای گردآوری اطلاعات در این تحقیق از روش پرسشنامه‌ای و روش اسنادی و کتابخانه‌ای استفاده شد و پس از جمع‌آوری اطلاعات، داده‌ها توسط نرم افزار SPSS پردازش گردید. در تحقیق حاضر اعتبار پرسشنامه از طریق ارائه آن به متخصصین حوزه مربوطه سنجیده شد و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ برای هر دسته از سوالات اندازه‌گیری شد که برای هر دو متغیر الگوی مصرف و روابط اجتماعی بالای 0/70 به دست آمد.

تمامی متغیرها با استفاده از طیف لیکرت در پیوستاری از خیلی زیاد، زیاد، تا حدی، کم و خیلی کم سنجیده شده است که در ارائه جداول، خیلی زیاد با زیاد و خیلی کم با کم جمع شده است. به علاوه در برخی موارد به تناسب سوال، گزینه اصلاً نیز اضافه گردیده است. در بخش توصیفی این پژوهش ابتدا به ویژگی‌های فردی پاسخگویان پرداخته شد. سپس ویژگی‌های مربوط به الگوی مصرف تلفن همراه در دو بخش میزان و تنوع مصرف شرح داده شد.

**الگوی مصرف:** الگوی مصرف از جمع دو متغیر میزان مصرف و تنوع مصرف که هر دو در سطح فاصله‌ای می‌باشند ساخته شد.

**میزان مصرف:** منظور این است که تلفن همراه به چه میزان استفاده می‌شود و مدت زمان استفاده از آن را بیان می‌کند که با کاربردهای آن محصول متفاوت است (گیسر 2004). در این تحقیق شامل تعداد مکالمه، تعداد ارسال پیامک و مدت زمان مکالمه است.

**تنوع مصرف:** اندازه‌گیری کاربردهای گوناگون در موقعیت‌های مختلف است که در آن به میزان مصرف توجه نمی‌شود (همان). بر این اساس در این تحقیق تنوع مصرف شامل تعداد استفاده‌ای است که از امکانات تلفن همراه می‌گردد و در طیفی از بسیار زیاد تا اصلاً قرار دارد لذا این متغیر در سطح فاصله‌ای محسوب می‌شود.

**روابط اجتماعی:** در برقراری روابط اجتماعی، میزان ارتباط پاسخ‌گویان با اعضای خانواده (پدر، مادر، خواهر، برادر) و خویشاوندان و همکاران و نیز دوستان (همکاران، دوستان هم جنس و دوستان غیر هم جنس) به وسیله تلفن همراه مورد بررسی قرار گرفته که از طریق طیف لیکرت سنجیده شد. میزان ارتباط پاسخگویان از خیلی زیاد تا اصلاً مورد بررسی قرار گرفت که در نهایت خیلی زیاد و زیاد و همچنین خیلی کم و کم با هم جمع شدند. در تفکیک متغیر روابط اجتماعی از متغیر الگوی مصرف، متغیر روابط اجتماعی علاوه بر حجم روابط بر پایه معرفی و تعیین افرادی که با آنها ارتباط برقرار می‌شود نشان دهنده عمق و شدت پیوندهای ارتباطی در طیفی از بسیار زیاد تا اصلاً نیز می‌باشد.

## تحلیل یافته‌ها

### الف- سیمای پاسخگویان

میانگین سنی افراد مورد مطالعه 23 سال برآورد می‌باشد. 44.5 درصد این افراد مرد و 55.5 درصد زن بودند، 65 درصد دانشجویان در مقطع کارشناسی، 32 درصد ارشد و 3 درصد پاسخگویان دانشجوی دکتری بودند. لازم به ذکر است 90 درصد از پاسخگویان نیز مجرد و 10 درصد متأهل بودند. از بین دانشجویان پاسخگو 63 نفر (19.6 درصد) به جز تحصیل به حرفه دیگری نیز شاغل بوده و مابقی به کار دیگری اشتغال نداشته‌اند و میانگین درآمد دانشجویان 377 هزار تومان برآورد شد. همچنین در مورد وضعیت مسکن پاسخگویان 36 درصد در منزل شخصی شامل آپارتمان یا ویلا زندگی می‌کنند، 31 درصد در خانه‌ی پدری و 23 درصد در خوابگاه دانشجویی زندگی می‌کنند.

در مورد تحصیلات والدین پاسخگویان 20 درصد از پدران زیر دیپلم، 30 درصد دیپلم و 35 درصد از پدران دارای تحصیلات کاردانی یا کارشناسی و 15 درصد باقیمانده ارشد و دکتری بودند همچنین 30 درصد مادران زیر دیپلم، 40 درصد دیپلم، 25 درصد کاردانی و کارشناسی و 5 درصد نیز دارای تحصیلات ارشد و دکتری بودند. در معرفی شغل پدر پاسخگویان 45 درصد کارمند، 39 درصد شغل آزاد، 13 درصد بازنشسته و 3 درصد نیز کارگر بودند.

### ب- توصیف ویژگی‌های تلفن همراه

تمامی جامعه نمونه تحقیق یعنی 332 نفری که به پرسشنامه پاسخ دادند تلفن همراه داشتند به جز یک نفر. 36 درصد دارای خط اعتباری، 42 درصد دارای خط ثابت و 22 درصد نیز دارای هر دو خط ثابت و اعتباری بودند. میانگین سابقه استفاده از تلفن همراه در بین پاسخگویان حدود 4 سال برآورد شد. همچنین میانگین قیمت گوشی تلفن همراه 278 هزار تومان و میانگین هزینه‌ای که بطور ماهانه صرف تلفن همراه می‌شود حدود 22 هزار تومان گزارش شده است.

بر خلاف وسایلی چون کامپیوتر و تلویزیون، تلفن‌های همراه بسیار شخصی هستند و با انتخاب رنگ‌ها، آهنگ‌ها و تصاویر صفحه و ... به طور گوناگونی توسط افراد استفاده می‌شوند که از آن‌ها به عنوان « نمادهای هویتی » یاد می‌شود (مک گویی گان، 2005)، همانند سایر فن آوری‌های موجود، دامنه گسترده‌ای از انتخاب‌ها برای استفاده‌کنندگان تلفن همراه وجود دارد. در بین گزینه‌های مختلفی که برای انتخاب تصویر پس زمینه گوشی وجود دارد بیشترین انتخاب دانشجویان مربوط به عکس مناظر است و سپس به تصاویر درون گوشی اختصاص دارد. از آنجا که یکی از امکانات تلفن همراه ارسال پیام کوتاه است که کاربرد فراوانی یافته است، از

پاسخ گویان دلایل استفاده از این امکان پرسیده شد که جدول بعدی بیانگر نظر پاسخ گویان نسبت به آن است.

جدول شماره 1: توزیع نسبی دلایل استفاده از پیام کوتاه

اصلا	کم	تاحدی	خیلی زیاد	دلایل استفاده از پیام کوتاه
3%	12.2%	27%	57.8%	هزینه کمتر
7.7%	21.3%	25.9%	45.1%	نقص در آنتن دهی
10.6%	21.9%	20.4%	47.1%	آنچه را نمی توان رودررو بیان کرد با پیام کوتاه می گویم
8.5%	15.2%	17.5%	58%	بدون حواشی اصل مطلب بیان می شود
33.4%	26.6%	19.9%	20.1%	کسی متوجه ارتباط نمی شود

یکی از مهمترین دلایل استفاده از پیامک تلفن همراه، صرف هزینه کمتر است و دلیل دیگر مطالبی است که به زعم دانشجویان نمی توان در ارتباط حضوری و رو در رو بیان نمود. بخش دیگر از معرفی ویژگی های تلفن همراه به کارکردهای آن توسط جوانان اختصاص دارد که اطلاعات جدول بعدی را تشکیل می دهد

جدول شماره 2: توزیع نسبی کارکردهای تلفن همراه

کم	تاحدی	زیاد	کارکردهای تلفن همراه
6.7%	9.3%	84%	در دسترس بودن
8.5%	19.5%	72%	باخبر شدن از اوضاع خانواده
3.8%	9.2%	86%	در تماس بودن با دوستان
54%	25%	21%	کنترل شدن توسط خانواده
51%	21.5%	27.5%	ارتباط با دوستان غیرهمجنس
6.8%	14%	79.2%	احساس امنیت در هنگام خطر
3.7%	11.9%	84.4%	هماهنگی برنامه ها
43.1%	34.5%	22.4%	سرگرمی با بازی های تلفن همراه
26.6%	38.9%	34.3%	مزاحمت از طریق صحبت در مکان های عمومی
33%	21.2%	46.8%	احساس عدم آرامش در صورت همراه نبودن موبایل
34%	26.1%	39%	هزینه اضافی
24.9%	37.5%	37.6%	عدم زمان بندی برای تماس
35.7%	29.5%	34.8%	کاهش قدرت حافظه

با جمع گزینه بسیار زیاد و زیاد مهمترین کارکرد و نقشی که دانشجویان برای تلفن همراه خویش قائلند، برقراری ارتباط با دوستان است (86%) بلافاصله پس از آن، در دسترس بودن و

هماهنگی برنامه‌ها قرار می‌گیرد (84%) ایجاد احساس امنیت در هنگام خطر نیز مورد مهم دیگری است که پاسخگویان به عنوان یکی از کارکردهای تلفن همراه به آن اشاره داشته‌اند (79.2%). با خبر شدن از اوضاع و احوال خانواده نیز نقش مهم دیگری است که تلفن همراه برای جوانان دارد (72%).

جدول شماره 3: توزیع نسبی محتوای پیامک‌های دریافتی و ارسالی

پیامک ارسالی				پیامک دریافتی				محتوای پیامک
اصلا	کم	تا حدی	زیاد	اصلا	کم	تا حدی	زیاد	
0.9%	27.7%	30.8%	40.6%	06%	36.2%	32.6%	40.2%	قرار ملاقات
1%	40.8%	23.9%	35.3%	0.7%	42.9%	31.5%	31.6%	پیام‌های کاری
1%	40.5%	26.2%	32.3%	0.0%	30%	28.5%	46%	جوک و سرگرمی
3%	22.4%	27.9%	50.4%	0.3%	23.3%	26.3%	50.5%	احوال پرسى
0.3%	37.3%	25.7%	36.7%	0.3%	40%	28.5%	31.3%	خبر در مورد وقایع و کارهای روزانه به خانواده
0.3%	65.5%	18.6%	15.7%	0.3%	59.8%	21.5%	18.4%	خبر در مورد وقایع سیاسی و اجتماعی

در بررسی محتوای پیامک‌های دریافتی و ارسالی مشاهده می‌شود میزان دریافت و ارسال پیامک با محتوای مشابه تقریباً یکسان است و بیشترین پیامک‌های ارسالی و دریافتی با محتوای احوال پرسى و پس از آن تنظیم قرار ملاقات‌ها می‌باشند. در پیامک‌های دریافتی، جوک و سرگرمی که در مقوله کارکرد فراغتی تلفن همراه می‌گنجد نسبت به سایر مقولات از درصد بالایی برخوردار است (46%). این نتیجه مشابه با نتایج تحقیقات از جوانان در سایر کشورها مثلاً ژاپن است که از پیامک بیشتر برای ارسال پیام‌هایی با محتوای شوخی و طنز استفاده می‌کنند.

#### توصیف داده‌های مربوط به الگوی مصرف تلفن همراه

در ساخت الگوی مصرف تلفن همراه دو متغیر قرار دارند: میزان مصرف که نشان می‌دهد این محصول به چه میزان استفاده می‌شود تنوع مصرف که دلالت بر کاربردهای گوناگون این وسیله در موقعیت‌های مختلف دارد.

### میزان مصرف

در جدول زیر آمار مربوط به تعداد تماس، مدت تماس و تعداد ارسال پیام کوتاه به صورت روزانه نشان داده شده است. داده‌ها حاکی از آن است که در بررسی مصرف تلفن همراه، ارسال پیامک به طور روزانه جایگاه مهمی را اشغال می‌کند. میانگین مکالمه تلفنی، پنج تماس و میانگین ارسال پیامک بیست پیامک می‌باشد. دلیل استفاده بیشتر از پیامک جهت ارتباط، هزینه کمتر این امکان ارتباطی است.

جدول شماره 4: میزان مصرف تلفن همراه به صورت روزانه

میزان مصرف	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف استاندارد
تعداد تماس	1	60	5.07	56.6
مدت زمان مکالمه به دقیقه	1	360	33	44.4
ارسال پیامک	1	200	20	27.9

### تنوع مصرف

تنوع مصرف شامل میزان استفاده از هریک از امکانات تلفن همراه در طیفی پنج گزینه‌ای از بسیار زیاد تا اصلا است. با جمع موارد بسیار زیاد با زیاد و بسیار کم با کم معلوم گردید که بیشترین استفاده مربوط به گوش کردن به موسیقی است حدود 60٪، بلوتوث و عکاسی از موارد بعدی بیشترین استفاده است؛ کمترین استفاده‌ای که از امکانات این وسیله می‌شود مربوط به انجام امور بانکی است.

جدول شماره 5: توزیع نسبی تنوع مصرف تلفن همراه

تنوع مصرف	زیاد	تاحدی	کم	اصلا
موسیقی	59.9	17.3%	10%	12.8%
رادیو	10.4%	17.1%	28.15	44%
بازی	10.9%	19.1%	34.4%	35.6%
کتاب الکترونیک	8.6%	17.5%	22.2%	51.7%
عکاسی	30.2%	29%	26.9%	13.9%
اینترنت	9.3%	13.3%	18.4%	59%
فیلمبرداری	19.7%	26.4%	44.3%	19.6%
بلوتوث	34.55	26.3%	34.2%	15.1%
امور بانکی	2.7%	5.8%	13.5%	78%

### الگوی مصرف تلفن همراه

با ترکیب دو متغیر میزان مصرف و تنوع مصرف، متغیر الگوی مصرف تلفن همراه ساخته شد. در بخش میزان مصرف، تعداد تماس، تعداد پیامک و مدت زمان مکالمه با هم جمع شد. کسانی که 1 تا 2 تماس در روز می‌گیرند در گروه کم، 3 تا 5 تماس می‌گیرند در گروه متوسط و افرادی که روزانه بیشتر از 5 تماس می‌گیرند در گروه زیاد قرار گرفتند. ارسال پیامک نیز به 3 دسته کم، متوسط و زیاد تقسیم شد. کسانی که تا 5 پیامک در روز ارسال می‌کنند در دسته کم مصرف، کسانی که بین 6 تا 20 پیامک ارسال می‌کنند در دسته متوسط و کسانی که بیشتر از 20 پیامک در روز ارسال می‌کنند نیز در دسته پر مصرف جای می‌گیرند. مدت زمان مکالمه به این صورت تقسیم‌بندی شد که کسانی که کمتر از 10 دقیقه در روز با تلفن همراه صحبت می‌کنند در دسته کم، کسانی که بین 10 تا 30 دقیقه صحبت می‌کنند در دسته متوسط و کسانی که بیشتر از 30 دقیقه صحبت می‌کنند در دسته زیاد قرار می‌گیرند. تنوع مصرف نیز به سه گروه کم، متوسط و زیاد تقسیم شد. با توجه به امکاناتی که در تلفن همراه وجود دارد، از بین 9 امکان، کسانی که از 4 امکان استفاده می‌کنند در دسته کم، کسانی که تا 6 امکان استفاده می‌کنند در دسته متوسط و کسانی که بالای 7 امکان از امکانات گوشی تلفن همراه استفاده می‌کنند در دسته زیاد قرار می‌گیرند. با جمع ابعاد دو متغیر مذکور، متغیر الگوی مصرف تلفن همراه ساخته شد. اطلاعات جدول نشان می‌دهد الگوی مصرف 28% از پاسخگویان در دسته کم، 32% در حد متوسط و 40% در حد زیاد از این وسیله در طول روز استفاده می‌نمایند.

جدول شماره 6: توزیع فراوانی و نسبی الگوی مصرف تلفن همراه

الگوی مصرف	فراوانی	درصد
کم	84	28%
متوسط	96	32%
زیاد	109	40%
جمع	323	100%

**روابط اجتماعی:** جدول بعدی روابط اجتماعی را با توجه به میزان برقراری ارتباط از طریق مکالمه و پیامک با افراد مختلف نشان می‌دهد.

بیشترین مقدار مکالمه در گزینه زیاد در درجه نخست با مادر (74%) و پس از آن با فاصله کمی با دوستان هم جنس صورت می‌گیرد (72.5%). در مورد پیامک، بیشترین میزان مربوط به دوستان همجنس و کمترین آن مربوط به پدر می‌باشد. بنابراین بیشترین میزان تماس چه از طریق مکالمه و یا پیامک با دوستان همجنس با مقایسه با افراد و گروه‌های دیگر برقرار می‌گردد.

جدول شماره 7: توزیع نسبی میزان روابط اجتماعی

اصلا		کم		تا حدی		زیاد		میزان روابط اجتماعی
پیامک	مکالمه	پیامک	مکالمه	پیامک	مکالمه	پیامک	مکالمه	
49.2%	6%	25.4%	13.9%	13.3	27.9%	12.1%	52.2%	پدر
45.7%	1.8%	26.3%	9.5%	13.3	14%	14.8%	74%	مادر
26.3%	2.2%	20.5%	11.7%	25.6%	22.7%	27.6%	64.1%	خواهر
34.8%	6.8%	19.8%	14.8%	24.1%	28.2%	21.7%	50.4%	برادر
29.7%	4%	25.4%	24.8%	31.2%	23.7%	13.8%	12.2%	خویشاوندان
44.4%	25.5%	24.1%	31.1%	17.8%	26.9%	12.5%	14.1%	همکاران
4.8%	1%	12.8%	8.8%	18.5%	17.9%	63.9%	72.5%	دوستان هم جنس
40%	15.5%	20.1%	26%	17%	24%	26.6%	24.1%	دوستان غیر هم جنس

اطلاعات جدول بعد میزان ارتباط با خانواده و دوستان را مقایسه نموده است. ارتباط جوانان با خانواده بیشتر از طریق مکالمه با دوستان از طریق پیامک است. با این تفاوت که میزان ارسال پیامک برای دوستان تقریباً به اندازه مکالمه تلفنی با آنان است.

جدول شماره 8: توزیع نسبی مقایسه میزان ارتباط با دوستان و خانواده

اصلا		کم		تا حدی		زیاد		میزان روابط اجتماعی
پیامک	مکالمه	پیامک	مکالمه	پیامک	مکالمه	پیامک	مکالمه	
36%	10%	23%	14%	20%	23%	18%	47%	خانواده
27%	27%	18%	19%	16%	16%	33%	32%	دوستان

## آزمون فرضیات

1- بین میزان مصرف تلفن همراه و میزان روابط اجتماعی دانشجویان رابطه وجود دارد.

جدول شماره 9. همبستگی میزان مصرف و میزان روابط اجتماعی

میزان مصرف	روابط اجتماعی
*.519	
p=0.032	
n=323	

در جدول فوق با توجه به میزان ضریب همبستگی که برابر با 0/519 می باشد با سطح معنی داری 0/032 می توان نتیجه گرفت به هر میزان استفاده از تلفن همراه بیشتر باشد میزان حجم شدت روابط اجتماعی دانشجویان نیز بیشتر می شود.

جدول شماره 10: ضریب همبستگی پیرسون تنوع مصرف و روابط اجتماعی

تنوع مصرف	روابط اجتماعی
.186 p=0.01 n=323	

- 2- بین میزان تنوع مصرف تلفن همراه با میزان روابط اجتماعی رابطه وجود دارد به هر میزان که افراد استفاده بیشتری از امکانات گوشی‌های همراه خویش می‌نمایند که نشان‌دهنده فراوانی و تنوع در استفاده و کاربرد است، دایره ارتباطات آنان وسیعتر و عمیق‌تر می‌گردد.
- 3- فرضیه اصلی تحقیق، سنجش رابطه میان الگوی مصرف و روابط اجتماعی است که با توجه به سطح معناداری، فرضیه تأیید می‌گردد.

جدول شماره 11: ضریب همبستگی پیرسون الگوی مصرف و روابط اجتماعی

الگوی مصرف	روابط اجتماعی
.628 p=0.021 n=323	

- به میزان ضریب همبستگی که برابر با  $0/628$  می‌باشد با سطح معناداری  $0/021$  یعنی به هر میزان استفاده از تلفن همراه بیشتر باشد، دایره ارتباطات با افراد مختلف و میزان و شدت آن تسهیل، تسریع و افزون می‌گردد.
- 4- فرضیه دیگر آزمون رابطه بین جنس و روابط اجتماعی بود. مقایسه میانگین‌ها با استفاده از آزمون تی نشان داد که بین جنسیت و روابط اجتماعی با استفاده از تلفن همراه ارتباط معنی دار وجود ندارد. یعنی جنسیت عامل تفاوت‌گذار در برقراری روابط اجتماعی نمی‌باشد.

آزمون تفاوت میانگین جنسیت با روابط اجتماعی

جنسیت		میانگین
زن	مرد	روابط اجتماعی
2/82	2/87	
P = .46		



5- بین سن و روابط اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول شماره 13: ضریب همبستگی پیرسون سن و روابط اجتماعی

سن	روابط اجتماعی
-0/397	
p=0/0194	
n=332	

با توجه به سطح معناداری می‌توان نتیجه گرفت که بین سن دانشجویان و روابط اجتماعی از طریق تلفن همراه ارتباط معنی‌دار وجود دارد. منفی بودن ضریب همبستگی دال بر اینست که با افزایش سن دانشجویان، میزان روابط اجتماعی کمتر می‌شود.

#### نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق حاکی از آن است که علت گسترش تلفن همراه در میان جوانان، ویژگی‌ها و امکانات متعدد این وسیله از جمله کارکردهای متنوع آن است. به عبارت دیگر مهمترین عاملی که باعث شده این وسیله در میان جوانان گسترش پیدا کند، سودمند بودن آن است. بر اساس الگوی مصرفی که گیسر در مورد میزان، تنوع و وسعت مصرف ارائه داده است در جامعه نمونه این تحقیق، بخش مهمی از میزان مصرف در برقراری ارتباط اجتماعی مربوط به دوستان هم جنس و غیر هم جنس می‌شود که البته با بالا رفتن سن از میزان این روابط کاسته می‌شود.

لذا اولین و مهمترین کارکردی که دانشجویان برای تلفن همراه قائلند، تماس با دوستان است. تلفن همراه باعث شده که دوستان یکدیگر را قابل دسترس ببینند. بایک تماس از حال و موقعیت هم آگاه شوند و با وجود فاصله نیز، افراد دوستان خود را در کنار خویش ببینند. این افزایش ارتباط باعث ورود به مرحله‌ی نوینی شده که گویا ارتباطات از نوع سنتی که افراد همیشه از حال همدیگر با خبر بودند، به طریق دیگری در دنیای مدرن ایجاد شده است. یکی دیگر از کارکردهای قابل توجه در برقراری ارتباط، ارسال و دریافت پیامک است، که هزینه کمتری دارد. در گروهی که جزء گروه پر مصرف قرار دارند، میانگین ارسال پیامک به دوستان هم جنس، بیشتر است. همسو با نظرات هارکلین، در این مطالعه نیز جوانان با استفاده از پیامک بر کمرویی غلبه کرده و پیام‌هایی را که نمی‌توان در ارتباط رو در رو بیان نمود از طریق پیامک ارسال می‌کنند. ارسال پیامک با عطف به مباحث نظری، می‌تواند باعث تسهیل اشکال

خرده فرهنگ در اقشار جوان گردد. گسترش انتخاب کاربران جوان، عادت استفاده آنان از تلفن همراه را به مرور زمان تغییر داده است. بطوریکه جوانان تقریباً در تمام کارهای روزمره خویش به عنوان وسیله‌ای که در تمام جنبه‌های زندگی حضور دارد، از آن بهره می‌برند و نه صرفاً جهت کارهای ضروری و فوری. گواه این امر، کارهای متنوعی است که جوانان با استفاده از این وسیله انجام می‌دهند. از جمله هماهنگ نمودن برنامه‌های روزانه، در دسترس بودن، تماس با دوستان، با خبر شدن از اوضاع و احوال خانواده و احساس امنیت در هنگام خطر. حدود نیمی از دانشجویان اعلام کرده‌اند در زمانی که تلفن همراه در دسترسشان نباشد، آرامش خود را از دست می‌دهند که با نتایج تحقیقات جهانی نیز هم‌نواپی دارد. بسیاری از افرادی که تلفن همراه دارند به حدی به آن وابسته شده‌اند که گویا این وسیله جزئی از وجود آن‌هاست. افزایش سن دانشجویان باعث کاهش میزان استفاده آن‌ها از تلفن همراه در برقراری روابط اجتماعی می‌شود. ورود دانشجویان به دانشگاه آن‌ها را وارد مرحله‌ی جدیدی از روابط اجتماعی می‌کند که باعث گسترش آن می‌شود. با گذشت زمان و پس از اشتغال و ازدواج، تا حدی نسبت به دوره قبل از میزان استفاده از تلفن همراه در روابط اجتماعی کاسته می‌شود. از جمله فرضیات تحقیق، بررسی رابطه میزان مصرف تلفن همراه و میزان روابط اجتماعی بود. آزمون این فرض نشان داد که رابطه معنادار و مثبت است، یعنی هر چه میزان مصرف تلفن همراه بالاتر باشد، حجم، میزان، عمق و شدت روابط اجتماعی بیشتر می‌شود. جنسیت عامل تأثیر گذار در استفاده از تلفن همراه در برقراری روابط اجتماعی و اوقات فراغت نیست. این نتیجه با نتایج تحقیقی که در نروژ انجام شد هم‌نواپی دارد که بر اساس آن تلفن‌های همراه توسط هر دو جنس (پسر و دختر) یک میزان مورد استفاده قرار می‌گیرد (مک گویی‌گان، 2005).

## منابع

- ذکایی (1383) « جوانان و فراغت مجازی»، فصلنامه مطالعات جوانان، شماره 6.
- عاملی، سعیدرضا و دیگران (1387) مطالعات تلفن همراه، زندگی در حال حرکت. تهران: سمت.
- موسوی، سید کمال الدین (1389) قدرت اجتماعی موبایل، تهران: نشر بهینه فراگیر.
- مک کوایل، دنیس (1380) مخاطب‌شناسی، ترجمه مهدی منتظر قائم، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.
- Crabtree, J., Nathan, M., Reeves (2002) Reality: Technology in every life. London: The work foundation / society
- Geser, hanse (2004) Towards a sociological Theory of the mobilePhone, University of Zurich [http://socio.ch/mobile/t\\_geser1.pdf](http://socio.ch/mobile/t_geser1.pdf)
- Gergen, K. J. (2002) "The Challenge of Absent Presence", in J. Katz & M. Aakhus (eds.), *Perpetual Contact, Mobile Communication, Private Talk, Public performance*
- Harkin, J. (2003) mobilization: The growing public interest in mobile technology, London
- Humphreys, lee (2010) Mobile social networks and urban public space, New Media Society OnlineFirst, published on February 9, 1-16
- Hjørthol, Ronadi. Horland, Jakonsen. Mona, Ling. Rich, Nordbakkee (2005) Mobility in every day life, a qualitative study of the use car and Ict in families with children oslo.
- Hulm, M. peters, S. (2001) *Me, my phone and I: The role of mobile phone*
- Inglehart, Ronald & welzel, Christian (2005) *Modernization, cultural change and Democracy, The human development sequence. Cambridge university press*
- Kim, Ae-Ree & mitommo, Hitoshi (2006) *influence of mobile phone text messaging on communication among the young generation in japan, korea and taivan:*
- Kopoma, tio (2000) The city your pocket birth of the mobile information society elsinki: Gandeamus
- Ling, Rich (2004) The mobile connection, the cell phone's impact on society. San francisco: Morgan Kaufmann
- Ling, R. and B. Yttri (2002) 'Hyper-coordination via Mobile Phones in Norway', in J. Katz and M. Aakhus (eds) *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, pp. 139-69. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mc Guigan, Jim (2005) Towards a sociology of mobile phone, Human technology vol1 (pp-45-57) Loughborough university, uk
- Oksman, V. & Turtiainen, J. (2004). Mobile communication as a social stage. *New Media & Society*
- Pain, Rachel. Grandy, sue. Gil sally, Towner, Elizabeth et al (2005) "so long as I talk my mobile" mobile phones, urban life and geographies of young people safety, *International journal of urban and regional research*
- Thulin, Eva & Vilhelmson, Bertil (2007) Mobiles every where: Youth, the mobile phone, and changes in every day practice, <http://you.sagepub.com>
- <http://itanalyze.com/news/2011/05/25/13938.php>



پښتو ښکته علمون انساني و مطالعات فرېښتې  
پرتال جامع علمون انساني