

Research Article

Sociological Explanation of Technological Mobile Phone Usage Patterns among Shiraz Youth

Asghar Mirfardi¹ 

Associate Professor, Department of Sociology & Social Planning, Shiraz University, Shiraz, Iran.

Shahla Bagheri 

MA in Sociology, Department of Social Science, Yasouj University, Yasouj, Iran.

Received: 2024/02/27 Accepted: 2024/04/22

<https://doi.org/10.22034/jis.2025.721529> 

Extended Abstract

Introduction: Mobile phones are among the contemporary communication technologies that have made a significant impact on human life. It is estimated that there are more than 7 billion users of this technology worldwide. The unique features of mobile phones have made them more influential on the social life, lifestyle, and consumer behavior of users than other communication technologies. Mobile phone technology is expanding rapidly in Iran, as in other parts of the world. The growing significance of this communication technology in Iran necessitates a thorough understanding of its social function. The purpose of this study was to provide a sociological explanation for the patterns of mobile phone usage among young people.

Method: A survey method was utilized for this research. The research sample comprised 400 young people aged 17 to 30 from Shiraz, who were selected using a multi-stage stratified sampling method. Data were collected using researcher-developed questionnaires. Face validity and Cronbach's alpha coefficient were used to measure the validity and reliability of the questionnaires, respectively. Frequency and percentage distributions were used to describe the data. Independent t-tests, one-way ANOVA, and regression analysis were employed using SPSS software to examine the relationships between variables.

Findings: The findings showed significant differences in recreational mobile phone use based on gender, marital status, social class, and parental education. Males, singles, individuals from upper social classes, and those with highly educated parents exhibited greater recreational use. However, no significant difference was observed in recreational use based on respondents' education levels. Regarding non-recreational use, significant differences were found with respect to social class, respondents' education, and parental education. Individuals from upper social classes, those with higher education levels, and individuals with highly educated parents demonstrated greater non-recreational use. However, no significant differences were observed in non-recreational use with respect to gender or marital status. Moreover, there was no significant relationship between non-recreational use and satisfaction with mobile phones. The results of regression analysis showed that the independent variables could explain .103 of the variance in non-recreational use and .114 of the variance in recreational use variances.

Conclusion: Based on the findings, this research concludes that the patterns of use of mobile phone technology is closely related to the individual's lived experiences and education of individuals. Given the high usage of mobile phones by young people as a modern and industrial communication tool, and the high share of recreational use among young people, it is necessary to conduct further research focusing on the content of youth recreational use and its possible harms.

Key words: Mobile phone, Recreational and non-recreational use, Youth, Shiraz.

Citation: Mirfardi, A. & Bagheri, S. (2024). Sociological Explanation of Technological Mobile Phone Usage Patterns among Shiraz Youth. *Journal of Industrial Sociology*, 1(1), 133-150.

1. Corresponding author, E-mail: Amirfardi@shirazu.ac.ir

مقاله پژوهشی

تبیین جامعه‌شناختی نوع کاربری فناوری تلفن همراه در بین جوانان شهر شیراز

اصغر میرفردی¹

دانشیار، بخش جامعه‌شناسی و برنامه‌ریزی اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

شهلا باقری

کارشناس ارشد، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.

دریافت: 1402/12/08 پذیرش: 1403/02/03

DOI:

چکیده مبسوط

مقدمه: تلفن همراه یکی از فناوری های ارتباطی دوران معاصر است که فراتر از هر فناوری دیگری در زندگی انسان ها وارد شده است. برآورد می شود، تعداد کاربران این فناوری بالغ بر 7 میلیارد نفر در سراسر جهان باشد. ویژگی های خاص تلفن همراه و اتصال آن به شبکه اینترنت باعث شده است، این فناوری در مقایسه با سایر فناوری های ارتباطی، اثرات بیشتری بر زندگی اجتماعی، سبک زندگی و رفتار مصرفی کاربران داشته باشد. در ایران نیز همچون سایر نقاط جهان فناوری تلفن همراه با سرعت در حال گسترش است. با توجه به جایگاه رو به گسترش این فناوری ارتباطی در ایران، شناخت کارکرد اجتماعی آن اهمیت فراوانی دارد. هدف این پژوهش، تبیین جامعه شناختی نوع کاربری تلفن همراه در بین جوانان بوده است. روش: این پژوهش با استفاده از روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری، جوانان 17 تا 30 ساله شهر شیراز بودند که 400 نفر از آنان با استفاده از روش نمونه گیری طبقه ای چندمرحله ای، انتخاب شدند. ابزار تحقیق، پرسشنامه های پژوهشگر ساخته بودند که برای سنجش اعتبار و پایایی آنها به ترتیب از اعتبار صوری و ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. جهت توصیف داده ها از توزیع فراوانی و درصد و برای بررسی روابط بین متغیرها از روش های آماری تی مستقل، تحلیل واریانس یک طرفه، و رگرسیون در نرم افزار SPSS استفاده شده است.

یافته‌ها: براساس یافته های تحقیق، کاربری تفریحی تلفن همراه با توجه به جنسیت، وضع تاهل، طبقه اجتماعی و تحصیلات والدین تفاوت معناداری دارد و مردان، مجردها، طبقه بالا و افراد دارای والدین با تحصیلات عالی، کاربری تفریحی بیشتری داشتند. کاربری تفریحی با توجه به سطح تحصیلات پاسخگویان تفاوت معناداری نداشت. به علاوه، کاربری غیرتفریحی با توجه به طبقه اجتماعی، تحصیلات پاسخگو و والدین تفاوت معناداری داشت و افراد طبقات بالا، با تحصیلات بالا و دارای والدین با تحصیلات عالی از کاربری غیرتفریحی بیشتری داشتند. کاربری غیرتفریحی با توجه به جنسیت و وضع تاهل تفاوت معناداری نداشت و رابطه معناداری نیز با میزان رضایتمندی از تلفن همراه نشان نداد. نتایج رگرسیون چندمتغیره نشان داد، متغیرهای مستقل قادرند 10/3 درصد از تغییرات کاربری غیرتفریحی و 11/4 درصد از تغییرات کاربری تفریحی را تبیین نمایند.

نتیجه‌گیری: با استناد به یافته‌های تحقیق، نتیجه‌گیری پژوهش حاضر این است که نوع استفاده از فناوری تلفن همراه ارتباط تنگاتنگی با تجربه زیسته و تحصیلات افراد در عصر مدرن و صنعتی دارد. با توجه به استفاده بالای افراد جوان از تلفن همراه، به سان یک ابزار ارتباطی مدرن و صنعتی، و سهم بالای کاربری تفریحی در بین جوانان، ضرورت دارد پژوهش‌هایی با تمرکز بر محتوای کاربری‌های تفریحی جوانان و آسیب‌های احتمالی آن، مطمح نظر قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: تلفن همراه، کاربری تفریحی و غیرتفریحی، جوانان، شیراز.

ارجاع: میرفردی، اصغر. ، باقری، شهلا. (1403). تبیین جامعه‌شناختی نوع کاربری فناوری تلفن همراه در بین جوانان شهر شیراز. مجله جامعه‌شناسی صنعتی، 1(1)، 133-150.

مقدمه

یکی از پیامدهای صنعتی شدن، بهره‌گیری از ابزارهای نوین در زندگی بود. فناوری‌های ارتباطی در دوره صنعتی شدن جوامع، کاربرد گسترده‌ای پیدا کردند. بدون وجود ارتباطات به سختی می‌توان از سازمان اجتماعی یا فرهنگ سخن گفت. ارتباطات راه دور با جامعه‌ی مدرن پیوند خورده و پدیده‌ی چندان جدیدی نیست. اگر از تلگراف چشم‌پوشیم، ارتباطات از راه دور از زمان اختراع تلفن توسط گراهام بل در سال 1876 وجود داشته است. با وجود تلفن، ارتباط مستقیم و زنده میان مردم از مکان‌های متفاوت و فاصله‌های دور امکان‌پذیر شد (نوری و حمداللهی، 1378). تلفن‌های همراه دومین گام در تغییر بنیادین شیوه‌ی ارتباط انسان‌ها با یکدیگر است. تلفن همراه ابزاری مردمی و فراگیر بوده و کاربران بسیاری دارد و به عنوان یک صنعت چند رسانه‌ای، به نوعی بازگشت به سنت ارتباطی اولیه یعنی تلفن‌های بی‌سیم که آغاز صنعت ارتباطی است، محسوب می‌شود. این صنعت ارتباطی و چند رسانه‌ای، همچون اجداد خود یعنی تلفن‌های ثابت، مهم‌ترین صنعت تعاملی ارتباطی است که هر دو طرف ارتباط یعنی فرستنده و گیرنده پیام فعال هستند و به صورت هم‌زمان همچون حضور چهره به چهره تعامل می‌کنند و در این سیر، تفاوت بین فرستنده و گیرنده را از بین می‌برند. در سیر پیشرفت تلفن همراه، بوجود آمدن ظرفیت‌های متنوع و فراگیر رایانه‌ای نقطه‌ی عطفی محسوب می‌شود که به لحاظ فنی، کاربردی پیشرفته از نظام رایانه‌ای حرکت پذیرند که در عین حال که ظرفیت روابط شبکه‌ای ارتباطی را فراهم می‌کنند، از ظرفیت‌های «نظام فراگیر رایانه‌ای» نیز برخوردارند (پالن¹ و همکاران، 2001). بررسی رشد و گسترش تلفن همراه، حاکی

از آن است که تاکنون هیچ فناوری در طول تاریخ بشر به اندازه تلفن همراه، فراگیر نشده است. در سال 2021، تعداد کاربران تلفن همراه در سراسر جهان به 7/1 میلیارد نفر رسید که پیش‌بینی‌ها نشانگر آن است که این تعداد احتمالاً تا سال 2022 به 7/26 میلیارد نفر برسد و در سال 2025، تعداد کاربران تلفن همراه در سراسر جهان 7/49 میلیارد نفر پیش‌بینی می‌شود (هت و جریچ²، 2024). کاربران تلفن همراه با استفاده از شبکه‌های گوناگون مجازی، ارتباطات انسانی چندگانه‌ای را تجربه می‌کنند. برای نمونه شبکه‌هایی چون اینستاگرام، واتساپ، تلگرام و... بسترهای مجازی ارتباطات انسانی را فراهم می‌سازند (میرفردی و ولی‌نژاد، 1394). همراستا با افزایش تعداد کاربران به میلیون‌ها نفر، شناخت ابعاد گوناگون ارتباطات رسانه‌ای همچون تلفن همراه در زندگی کنونی جوامع انسانی، اهمیت دارد. در دهه‌های اخیر، می‌توان بیشترین اثرپذیری فرهنگی از فن‌آوری تلفن همراه را در سطح جوانان مشاهده کرد که این موضوع توسط برخی از پژوهش‌ها (رید و رید³، 2004؛ سلیمان و اسریسوآستاوا⁴، 2004)، مورد تأکید قرار گرفته است. بعضی از پژوهشگران (مانند لورنته⁵، 2002) از فرهنگ اخیر با تعبیر هوشمندانه‌ی شمشیر دولبه یاد کرده‌اند. امروزه، تلفن‌های همراه در مقایسه با رایانه و فناوری‌های اینترنتی، توسط اقشار بیشتری از مردم در سراسر دنیا استفاده می‌شود و بنابراین تأثیر قوی‌تری در زندگی اجتماعی، سبک زندگی و رفتار مصرفی‌شان به جای می‌گذارد. مانوئل کاستلز در اثر خود با عنوان جامعه شبکه‌ای بر اینترنت به مثابه یک نوآوری دوران‌ساز، تمرکز بسیاری داشته است؛ در حالی که می‌توان گفت تلفن همراه را به کلی نادیده گرفته است (گیزر⁶، 2004). با وجود پژوهش‌های

4 . Selian & Srivastava

5. Lorente

6. Geser

1. Palen

2 . Hatt & Jarich

3 . Reid

پیشینه پژوهش

در موضوع تحقیق حاضر تحقیقاتی در داخل و خارج کشور انجام شده اند. در بخش تحقیقات داخلی برخی از مهمترین آنها به شرح ذیل می باشند.

مطالعه علی محمدی و همکاران (1402) بر روی دانشجویان دانشگاه تهران نشان داد در طول همه‌گیری کووید-19،

استرس ادراک شده به طور مثبت اعتیاد دانشجویان به تلفن همراه را پیشبینی می‌کند. نشخوار فکری نقش واسطه‌ای را بین استرس ادراک شده و اعتیاد به تلفن همراه ایفا می‌کند.

علاوه بر این، خودکنترلی تاثیر استرس ادراک شده بر نشخوار فکری و تاثیر نشخوار فکری را بر اعتیاد به تلفن همراه را تعدیل می‌کند. رضایی و همکاران (1399) در شهر رشت،

نشان دادند، داشتن مهارت مدیریت زمان می‌تواند نوجوانان را در برابر احساس تنهایی ناشی از کاربری آسیب‌زای تلفن همراه محافظت نماید. نتایج مطالعه منطقی (1393) در

دانشگاه خوارزمی نشان داد که دو مقوله هزینه‌نگاری و ارضای هیجان‌جویی دانشجویان، بیشترین میزان از نوع کاربری تلفن همراه را داشته است. نتایج مطالعه زارع و همکاران (1398)

در شهرستان یزد نشان داد که بین استفاده آسیب‌زای دانش آموزان دختر از تلفن همراه و انگیزش پیشرفت رابطه وجود ندارد ($P > 0/05$)، ولی با عملکرد تحصیلی ارتباط

معکوس و معناداری دارد ($P < 0/05$). همچنین بین استفاده نرم افزاری و استفاده از تقویم و زمان با انگیزه پیشرفت و عملکرد تحصیلی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($P < 0/05$).

احمدی و همکاران (1389) مطالعه‌ای با عنوان «بررسی رابطه وسایل ارتباطی نوین با هویت جنسیتی جوانان شهر شیراز» را بر روی دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه نواحی

گوناگونی که بر روی این حوزه انجام شده است (برای نمونه می‌توان به ایدید¹ و همکاران، 2012؛ لانگر و همکاران²، 2017؛ اونگ³ و همکاران، 2023؛ هرانچاک⁴ و همکاران، 2024 و تیناستپ و ایسکان⁵، 2024 اشاره نمود)، چنین موضوعی نیازمند مطالعه گونه‌ها و مدل‌های کاربری تلفن همراه است.

شهر شیراز به عنوان یکی از کلان‌شهرهای کشور که در پیوند نزدیک با زندگی صنعتی و مدرن شهری است، به دلیل جایگاه

مدرن آن در نیمه جنوبی کشور، خاستگاه و مرجع خدمات علمی، فرهنگی و فنی بخش قابل توجهی از جمعیت مناطق جنوبی کشور است. بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، همراستا

با جهان رو به تحول کنونی، در این شهر نیز گسترده است. وجود مراکز فروش فناوری‌های ارتباطی همچون تلفن‌های هوشمند، نشانگر گسترش بهره‌گیری از ابزارهای نوین صنعتی

در این شهر است. با توجه به جایگاه رو به گسترش رسانه‌های ارتباطی همچون تلفن همراه، شناخت کارکرد اجتماعی آن‌ها ضرورت دارد. با توجه به موارد یاد شده، از

آن‌جا که تلفن همراه نقش غیرقابل انکاری در زندگی کنونی انسان‌ها یافته است و مطالعه نقش آن در زندگی اجتماعی ضرورت دارد، در این پژوهش به سبک کاربری تلفن همراه

در بین جوانان پرداخته می‌شود. در این راستا، این پرسش مطرح می‌شود که جوانان چه نوع استفاده‌هایی از کاربری‌های تلفن همراه دارند و عوامل اجتماعی مؤثر بر نوع کاربری تلفن

همراه کدامند؟ نظر به گسترش سبک زندگی نوین شهری - صنعتی و استفاده گسترده از فناوری‌های ارتباطی، انجام چنین پژوهشی برای شناخت گونه‌های کاربری تلفن همراه،

ضروری است.

4 . Hranachak

5 . Tinastepe and Iscan.

1 . Idid

2 . Langer

3 . Ong

همراه داشته است. سعیدی (1385) در مطالعه‌ای با عنوان «بازاندیشی مصرف‌کننده یا مصرف‌کننده تظاهری در ارتباطات سیار: مطالعه موردی استفاده‌کنندگان تلفن همراه در ایران» به این موضوع می‌پردازد که تلفن همراه چگونه سبک زندگی ایرانیان را تغییر داده است و نیز چگونه در ایجاد نوع تازه‌ای از رفتار مصرف‌کننده و ارتباطی تأثیر گذاشته است. نویسنده، پژوهش خود را بر اساس مشاهدات و مصاحبه‌های موردی شکل داده و در آن برخی موضوعات را در خصوص ماهیت تغییریابنده سبک زندگی ایرانیان مورد توجه قرار داده که به دلیل ورود تلفن‌های همراه به بازار مصرف ایرانیان بروز کرده است و خاطر نشان می‌کند؛ تلفن همراه با از بین بردن سلسله مراتب قدیمی، موجب ایجاد فضای فردگرایانه گسترده‌تری می‌گردد که امکان ارتباطات خصوصی‌تر را فراهم می‌کند. و بالاخره، ذکایی (1383) پژوهشی با عنوان فرهنگ جوانان و تلفن همراه در تهران انجام داده است. نتایج پژوهش نشان داد؛ با گذشت زمان تلفن همراه از شکل ابزاری صرف برای برقراری سریع ارتباط خارج می‌شود و با تار و پود زندگی روزمره جوانان درهم می‌تند؛ تا جایی که نمی‌توان این را از امیدها، فرصت‌ها، دوستی‌ها، کار و حتی فراغت جوانان جدا کرد؛ اما در بخش تحقیقات خارجی می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود. نتایج مطالعه تیناستپ و ایسکان (2024) نشان داد که میزان بی‌خوابی و اختلال در خواب در بین کسانی که از گوشی هوشمند استفاده می‌کنند بیش از افرادی است که از این گوشی‌ها استفاده نمی‌کنند. فراوانی کاربران گوشی‌های هوشمند در میان شرکت‌کنندگان با اضطراب و افسردگی بالا بیشتر از افراد دارای اضطراب و افسردگی کم بود. هرنچاک و همکاران (2024) در پژوهشی میزان کاربری تلفن همراه را بین دانشجویان اوکراینی و آمریکایی بررسی کردند. در این مطالعه روندهای کلی استفاده‌ی دانش‌آموزان

چهارگانه‌ی آموزش و پرورش شهر شیراز انجام دادند. یافته‌های پژوهش نشان داده است که بین کاربرد اینترنت و تلفن همراه با منطقه محل تحصیل رابطه معنی‌دار وجود داشته است، اما هم‌زمان رابطه معنی‌دار میان استفاده از تلفن همراه و جنسیت پاسخ‌گویان دیده نشده است. بین طبقه و کاربرد تلفن همراه و اینترنت نیز رابطه وجود داشته است. عاملی (1387) در مطالعه‌ای با عنوان فردگرایی جدید و تلفن همراه: تکنولوژی فردگرایی و هویت، موبایل را نه صرفاً به عنوان یک تکنولوژی جدید مخابراتی بلکه به عنوان یک صنعت همه رسانه‌ای فردی مورد توجه مطالعات فرهنگی قرار داده است. بر اساس نتایج، تماس دائمی، بی‌معنا شدن فاصله، در دسترس بودن همیشگی و ارتباطات همه جا حاضر از یک سو یک ظرفیت جدید به نام دسترسی‌های فوری را فراهم آورده است و از سوی دیگر، مسیر جدیدی از زندگی را ایجاد کرده که نگارنده از آن به فرهنگ فردی تعبیر می‌کند. این دسترسی فوری یک فضای جدید اجتماعی محسوب می‌شود که در آن فاصله‌ی زمان و مکان دو مفهوم کاملاً تغییر یافته خواهند بود. کوثری (1387) در مطالعه کاربرد تلفن همراه برای کاربران ایرانی جنبه‌های مصرف تلفن همراه از جمله ارتباطات میان‌فردی (تماس تلفنی، ارسال و دریافت پیام کوتاه) و سرگرمی (بلوتوث، عکاسی و ...) را مورد مطالعه قرار داده است. بدین منظور 120 نفر از دانشجویان دانشگاه تهران را از منظر کاربرد و کارکردهای تلفن همراه از طریق پیمایش آن‌لاین مورد مطالعه قرار داده و 30 پیام آخر 85 نفر از آنان را تحلیل محتوای کمی کرده است. نتایج پژوهش او نشان می‌دهد که تلفن همراه علاوه بر کاربردهایی نظیر تسهیل ارتباطات میان‌فردی به واسطه‌ی سیار بودن و همراهی همه زمانی و همه مکانی پاسخ‌گویان، کارکردهای چون تأمین امنیت، امتداد خود، هویت، هماهنگی و سرگرمی را نیز به

شده است تا یک ابزار کاری. زنان و مردان تعبیرشان از نقش تلفن همراه در زندگی به صورت یک رفتار کاملاً سنتی جنسی است: فعالیت و تصاحب تکنولوژی برای مردان و وابستگی و خانه‌داری برای زنان. اوکسمان و تورشینین⁴ (2004) در مطالعه‌ای با عنوان ارتباطات موبایلی به عنوان یک عرصه‌ی اجتماعی: معنای ارتباطات موبایلی در زندگی روزانه در بین نوجوانان فنلاندی نشان دادند که گسترش ارتباطات موبایلی در میان نوجوانان فنلاندی به طور آشکار در اواخر دهه 90 سرعت یافته است. نوجوانان فرهنگ ارتباطی خود را خلق کرده و گسترش داده‌اند. همچنین این نوجوانان به استفاده از شبکه‌های ارتباطی که ارتباطات چندرسانه‌ای را ایجاد کرده‌اند، علاقه دارند و منظره رسانه‌ها توسط خدمت نوجوانان به متصل کردن فضای شخصی‌شان خلق شده است. ویلسکا⁵ (2003) مطالعه‌ای تجربی با عنوان استفاده‌ی تلفن همراه به عنوان قسمتی از شیوه‌های مصرفی جوانان انجام داد. این پژوهش به صورت پیمایش و با ابزار پرسش‌نامه در بین جوانان 16 تا 20 ساله‌ی فنلاندی انجام شده است. نتایج نشان داد استفاده اعتیادآور از تلفن همراه با تمایل و شیوه‌های مصرف هوسی ارتباط داشته و در بین زنان رایج است. اشتیاق تکنولوژی و گرایش آگاهانه با مصرف هوسی ارتباط داده می‌شود و در بین مردان رایج است. استفاده کم‌خرج از تلفن همراه، ارتباطی با جنسیت ندارد؛ اما محیط‌گرایی و مصرف صرفه‌جویانه در بین زنان عمومیت دارد. و بالأخره، پالن⁶ و همکاران (2001) در پژوهشی با عنوان رفتار و عمل کاربران تلفن همراه نشان داده‌اند که استفاده‌کنندگان تلفن همراه ابتدا تصور محدودی از این فناوری نوین و ضرورت آن دارند اما با گذشت زمان، کاربردهای آنها طیف وسیع‌تری را در بر

آمریکایی و اوکراینی از فن آوری های تلفن همراه شناسایی شده، اجزای کلیدی خدمات سیار کتابخانه ارائه شده است. چنین خدماتی ممکن است شامل اطلاعات و خدمات مرجع از طریق پیام‌رسان‌ها، توسعه برنامه‌های کاربردی موبایل کتابخانه محتوای صوتی و تصویری؛ دسترسی به ادبیات آموزشی، علمی، عامه پسند و داستان و تکمیل خدمات آنلاین با چت ربات‌های کتابخانه‌ای باشد. مک کارتیاف و همکاران¹ (2020) نشان دادند که بین کمیت و کیفیت خواب و استفاده مشکل ساز از گوشی هوشمند رابطه وجود دارد. رتی² (2007) در پژوهش خود با عنوان ارتباطات تلفنی موبایل: تسهیل روابط اجتماعی نشان داد؛ تلفن همراه قادر به عکس‌العمل نشان دادن به موقع و در مکان‌هایی است که قبلاً غیر ممکن بوده و همچنین به گسترش فرصت‌ها برای ارتباطات کمک می‌کند. بنابراین قابل پیش‌بینی است که ارتباطات سیار روابط را تحت تأثیر قرار دهد. این مطالعه روابط را بین ارتباطات موبایل و بسیاری از روابط متفاوت، شامل روابط بین عشاق، دوستان، والدین، بچه‌ها و هم‌نژادان (برادران و خواهران) نشان داد. محقق ادعا می‌کند متن‌های پیام کوتاه نوع جدیدی از عکس‌العمل است که اثرات ارتباطی مهم دارد. مبادله پیام کوتاه می‌تواند یک نقش عمده و ویژه در ارتباطات جدید، همچنین بهبود فرایندهای تدریجی پیشرفت، به وسیله الزام‌های پنهان در مراحل اولیه، ایفا نماید. لمیش و کوهن³ (2005) مطالعه‌ای تحت عنوان الگوی جنسیتی فرهنگ تلفن همراه در اسرائیل (فلسطین اشغالی) به روش پیمایش و مصاحبه‌های شخصی داشتند. نتایج مطالعه آنها نشان داد که تلفن همراه بیشتر به یک وسیله ارتباطی بین شخصی چند منظوره، با توجه و احترام زیاد و روزانه تبدیل

4. Oksman and Turtianien

5. Wilska

6. Palen

1. Mac Carthaigh

2. Rettie

3. Lemish and Cohen

می‌گیرد. انگیزه‌های اولیه‌ی غالب کاربران تلفن همراه، استفاده‌های ابزاری و نیز بکارگیری اضطراری است. با این حال با گذشت زمان انگیزه‌های کاربران تغییر می‌یابد. اگر تلفن همراه ابتدا در موقعیت‌های ضروری به کار می‌آمد، کم‌کم به جزئی از زندگی عادی و معمولی تبدیل شده و در موقعیت‌های معمولی و تاروپود ارتباطات روزمره، مورد استفاده قرار می‌گیرد. با افزایش مدت استفاده از تلفن همراه، کاربردهای ابزاری آن به کاربردهای غیر ابزاری تغییر شکل می‌دهد.

در مجموع، بررسی پژوهش‌های پیشین در زمینه‌ی میزان کاربری تلفن همراه نشان می‌دهد که، تلفن همراه به عنوان یکی از فناوری‌های صنعتی، کاربری گسترده‌ای در جوامع کنونی دارد. افزون بر این مطالعات نشان دادند این فناوری، اثرات گوناگونی بر روابط و سلامت جسمی و روانی انسان دارد و همچنین عوامل متعددی بر نوع کاربری تلفن همراه تأثیرگذار هستند. میزان استفاده از رسانه‌های ارتباطی بیش از موضوعات دیگر این حوزه مورد توجه پژوهشگران بوده است، اما نوع کاربری از این رسانه‌ها کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در این راستا این پژوهش با بهره‌گیری از تجربیات پژوهش‌های گذشته، در پی تبیین نوع کاربری (تفریحی و غیرتفریحی تلفن همراه) در بین جوانان شهر شیراز است.

چارچوب نظری

نظریه‌های گوناگونی در زمینه رسانه‌ها و کاربری آنها وجود دارد. کاتز¹ و همکاران (1973) در نظریه کاربری و اکتان به چگونگی گزینش و کاربرد رسانه‌ها توجه می‌کنند. این نظریه،

کاربران رسانه‌ها را کنشگرانی آگاه می‌داند که هدفمند و آگاهانه دست به گزینش رسانه‌ها و محتوای مورد نظر خود می‌زنند. کاربران، امکانات گوناگونی برای گزینش رسانه‌های مورد نظر خود دارند. انگیزه کاربری رسانه‌ها و سبک کاربری رسانه‌ها برای برآورده سازی نیازها مورد توجه این نظریه است. این نظریه، اصولی به شرح زیر دارد: (1) کاربران رسانه‌ها برای رفع نیازهای خود به جستجو در محتوای رسانه‌ها می‌پردازند. (2) کاربران رسانه‌ها در جستجو، گزینش و کاربرد رسانه‌های مورد نظر خود، هدفمند عمل می‌کنند. (3) کاربران با آگاهی از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و آگاهی کاملی درباره انگیزه خود از کاربری رسانه‌ها دارند (چوا² و همکاران، 2011). بوردیو³ (1984) به تحلیل انتخاب‌های سبک زندگی پرداخته است. از نظر وی، تمایزات اجتماعی و ساختاری در دهه‌ی اخیر مدرنیته به طور روزافزونی از رهگذر صور فرهنگی بیان می‌شوند و می‌توان دید که سبک و سیاق استفاده از کالا بخصوص آن دسته از کالاها که ممتاز قلمداد می‌شوند، تشکیل‌دهنده یکی از نشانه‌های کلیدی هویت و نیز سلاهی ایده‌آل در استراتژی‌های تمایز است. از نظر بوردیو، جامعه به عنوان فضای اجتماعی بازنمایی می‌شود. این فضای اجتماعی جایگاه رقابتی شدید و بی‌پایان است (فاضلی، 1382). بوردیو استدلال می‌کند: مردمی که در یک فضای اجتماعی به گونه‌ای نزدیک هستند، حتی اگر هرگز یکدیگر را ندیده باشند، مشابهت‌هایی بسیاری با هم دارند. به عبارت دیگر، مردمی که در فضای اجتماعی مشابهی قرار دارند، ذائقه‌های مشابه و سبک‌های زندگی مشابه دارند (گیبیز و ریمر، 1381). طبقه، مفهوم محوری دیگری است که بوردیو

3. Bourdieu

1. Katz
2. Chua

به کار می‌گیرد. این مفهوم نزد وی، حاصل تأکید مارکس بر تعیین اقتصادی طبقه و تأکید وبر بر بعد نمادین و فرهنگی آن است. وی طبقه را مجموعه‌ای از کنشگرانی می‌داند که پایگاه‌های یکسانی را اشغال می‌کنند، در شرایط یکسانی قرار دارند و محتمل است که تمایلات و علایق یکسانی نیز داشته باشند، و به همین دلیل اعمال مشابهی انجام می‌دهند و مواضع مشابهی اتخاذ می‌کنند (فاضلی، 1382). بورديو چهار نوع سرمایه را برمی‌شمرد: سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی و سرمایه نمادین. توزیع اشکال چهارگانه‌ی سرمایه، تعیین کننده ساختار طبقه‌ای عینی یک سیستم اجتماعی است و ساختار طبقاتی نشان‌دهنده میزان کلی سرمایه تسخیر شده به وسیله گروه‌بندی‌های گوناگون است. بنابراین، فضای اجتماعی بر مبنای سرمایه ساخته می‌شود. هر قدر سرمایه فرد بیشتر باشد، در فضای اجتماعی در موقعیت بالاتری قرار می‌گیرد (گیبیز و ریمر، 1381). در نتیجه طبقه مسلط، بیشترین میزان و حجم سرمایه نمادین، سرمایه فرهنگی، سرمایه اقتصادی و سرمایه اجتماعی را دارد. طبقه متوسط سطح کمتری از این چهار نوع سرمایه را دارد و طبقه پایین، کمترین میزان این منابع سرمایه‌ای را به خود اختصاص می‌دهد. (استونز، 1379). بورديو همچنین در بحث از طبقه به ذائقه و عادت اشاره می‌کند و آنها را در ارتباط با فرهنگ طبقاتی مورد بررسی قرار می‌دهد. او می‌کوشد یک نظریه عملی درباره ذائقه ارائه دهد. ذائقه به نظر او الگوهای فرهنگی، گزینشی و ترجیحی است. ذائقه را گروه‌هایی از افراد که در سیستم قشربندی اجتماعی جایگاهی دارند، به کار می‌گیرند تا جایگاه خود را در سیستم تقویت کنند. ذائقه همچنین یک عملکرد است و کارکردش این است که افراد را از جایگاهی که در نظام اجتماعی دارند، آگاه سازد.

آنهايي که به طبقه بالا تعلق دارند بهتر می‌توانند ذائقه خود را مقبول دیگران سازند و یا با ذائقه‌های طبقات پایین مخالفت کنند (ریتزر، 1378).

در این پژوهش، دیدگاه‌های پیر بورديو و نظریه کاربری و اقناع به شکل ترکیبی به عنوان چارچوب نظری انتخاب شده و با استفاده از این دیدگاه‌ها عوامل و متغیرهای اصلی تحقیق و احتمال رابطه بین آنها شناسایی شده‌اند. در استفاده از نظریات پیر بورديو بر بحث ذائقه تأکید می‌شود. بورديو با تحلیل جامعه مدرن و صنعتی، از یک طرف در مورد طبقات، از انواع سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نمادین بحث می‌کند و از طرف دیگر به سبک زندگی، ذائقه و همچنین استفاده از کالاهای فرهنگی در دوران نوین، که بیانگر پایگاه اقتصادی و اجتماعی افراد است تأکید می‌کند. از دید پیر بورديو چهار سرمایه، شکل‌دهنده پایگاه طبقاتی افراد هستند. براساس این سرمایه‌هاست که افراد فرهنگ، ذائقه، سبک زندگی و فعالیت‌های خاص خودشان را دارند و بواسطه آن از دیگر گروه‌ها متمایز می‌شوند. بورديو ذائقه را برآمده از جایگاه طبقاتی فرد در میدان اقتصادی و اجتماعی می‌داند و به خاطر همین ذائقه است که افراد اوقات فراغت خود را به‌طور متفاوتی سپری می‌کنند و از کالاهای فرهنگی متفاوتی استفاده می‌کنند. کسانی که در قشربندی اجتماعی به طبقه بالای جامعه تعلق دارند، سعی می‌کنند ذائقه خود را به طبقات پایین نمایش دهند و طبقات پایین جامعه نیز از ذائقه‌ی آنها استقبال می‌کنند. ذائقه اهل فضل و هنر، ذائقه‌های افراد سطحی‌نگر و ذائقه‌های عامیانه شکل‌های متفاوتی از فرهنگ طبقاتی را نشان می‌دهند. به نظر بورديو، هر کس به همان اندازه که سرمایه در دسترس دارد، از کالاهای فرهنگی استفاده می‌کند و بواسطه ذائقه است که افراد به جایگاه اجتماعی

در این پژوهش از روش پیمایشی استفاده شده و اطلاعات مورد نیاز با استفاده از پرسش‌نامه جمع‌آوری شد. جامعه‌ی آماری این پژوهش، جوانان 17 تا 30 ساله شهر شیراز بودند که مطابق با سرشماری سال 1395 تعداد جوانان گروه سنی یاد شده در شهر شیراز، بالغ بر 423 هزار نفر بوده است (سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان فارس، 1397). برای تعیین حجم نمونه از فرمول لین¹ استفاده شد. با توجه به جمعیت جوانان در سنین یاد شده، حجم نمونه در سطح 95 درصد برابر با 384 نفر است. با در نظر گرفتن احتمال وجود پرسش‌نامه‌های مخدوش، بی‌جواب و نمونه‌های غیر معرف، تعداد پرسش‌نامه‌ها به 400 مورد افزایش یافت. به منظور ارزیابی اعتبار پرسش‌نامه به شیوه اعتبار صوری، سؤال‌های طراحی شده به توسط اعضاء هیأت علمی و پژوهشگران، بررسی شد و اشکال‌های آن رفع گردید. جهت تعیین اعتبار هر یک، از مقیاس نوع کاربری از روش اعتبار سازه به کمک تحلیل عاملی، استفاده گردید. شاخص‌های تحلیل عاملی نشانگر معتبر بودن مقیاس و کفایت نمونه‌گیری است. برای اطمینان یافتن از پایایی سؤال‌های پرسش‌نامه، از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج گویای آن بود که ضریب آلفای کرونباخ، برای طیف نوع کاربری تلفن همراه (با 13 گویه) 0/87 و برای طیف میزان رضایتمندی (با 10 گویه) 0/82 بوده است. همچنین به منظور تحلیل داده‌ها، از روش‌های آمار توصیفی (توزیع فراوانی و درصد) و تکنیک آمار استنباطی؛ چون آزمون تی، تحلیل واریانس یک طرفه و رگرسیون دو متغیره و چند متغیره استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی متغیر وابسته در جدول زیر آمده است:

خود پی می‌برند و از کالاهای فرهنگی متفاوتی استفاده می‌کنند. با توجه به نظریه بوردیو می‌توان فرضیه‌هایی درباره پایگاه اقتصادی- اجتماعی کاربران و تحصیلات آنها و والدینشان مطرح نمود. نظریه کاربری و اقتناع نیز انگیزه و اقدام به استفاده از رسانه‌ها را آگاهانه و هدفمند می‌داند. فرضیه مرتبط با رضایتمندی از نظریه کاربری و اقتناع، اقتباس شد. بر پایه چارچوب نظری، فرضیه‌های زیر طرح شدند:

- بین سن و نوع کاربری (تفریحی و غیرتفریحی) تلفن همراه رابطه وجود دارد.
- بین نوع کاربری (تفریحی و غیرتفریحی) تلفن همراه زنان و مردان تفاوت وجود دارد.
- بین نوع کاربری (تفریحی و غیرتفریحی) تلفن همراه حسب وضعیت تأهل تفاوت وجود دارد.
- بین نوع کاربری (تفریحی و غیرتفریحی) تلفن همراه حسب طبقه اجتماعی تفاوت وجود دارد.
- بین نوع کاربری (تفریحی و غیرتفریحی) تلفن همراه بر حسب تحصیلات تفاوت وجود دارد.
- بین نوع کاربری (تفریحی و غیرتفریحی) تلفن همراه بر حسب تحصیلات پدر تفاوت وجود دارد.
- بین نوع کاربری (تفریحی و غیرتفریحی) تلفن همراه بر حسب تحصیلات مادر تفاوت وجود دارد.
- بین میزان رضایتمندی کاربران از تلفن همراه و نوع کاربری (تفریحی و غیرتفریحی) تلفن همراه رابطه وجود دارد.

روش شناسی

جدول 1. نتایج تحلیل عاملی متغیر نوع کاربری تلفن همراه

بارتلت	KMO	واریانس تبیین شده	وزن عاملی			
			غیر تفریحی	تفریحی		
2/687	0/768	24/4		0/621	تماس‌های عاشقانه و احساسی	1
				0/558	پیامک شوخی و سربه سر دوستان و آشنایان گذاشتن	2
				0/546	تماس شوخی و سربه سر دوستان و آشنایان گذاشتن	3
				0/531	پیامک‌های عاشقانه و احساسی	4
				0/487	پیامک جوک و سرگرمی	5
				0/407	پیامک‌های طنز و جوک سیاسی	6
		8/59		0/715	پیامک‌های دینی و اسلامی (غیر مناسبتی)	7
				.675	پیامک‌های مناسبت‌های دینی و اسلامی	8
				0/570	پیامک تسلیت	9
				0/556	پیامک‌های فلسفی	10
				0/475	پیامک (تبریک، ازدواج و موفقیت)	11
				0/455	پیامک‌های انتقادی و سیاسی	12
				0/366	پیامک وقایع و رخداد‌های جاری	13

یافته‌ها

این پژوهش عبارتند از: سن، جنسیت، وضعیت تأهل، تحصیلات پاسخ‌گو، تحصیلات پدر پاسخ‌گو، تحصیلات مادر پاسخ‌گو، طبقه اجتماعی و میزان رضایتمندی از تلفن همراه. متغیر تحصیلات به صورت سال‌های تحصیل فرد و با مقیاس فاصله‌ای/نسبی سنجیده شد.

در این پژوهش، 50 درصد از پاسخ‌گویان را مردان و 50 درصد از آنان را زنان تشکیل داده‌اند. حداکثر سن در میان پاسخ‌گویان 30 سال و حداقل آن 17 سال بوده است. میانگین سن 22 است. 72/8 درصد از جمعیت نمونه را افراد مجرد و 27/2 درصد را افراد متأهل تشکیل داده‌اند. بر اساس یافته‌های پژوهش، بیشترین تعداد پاسخ‌گویان تحصیلات دیپلم (12 سال تحصیلی موفق) و فوق دیپلم (14 سال تحصیلی موفق) داشته‌اند که 45/2 درصد از کل جمعیت نمونه را شامل می‌شود.

متغیر وابسته این پژوهش، نوع کاربری (تفریحی و غیر تفریحی) تلفن همراه است. منظور از نوع کاربری، ماهیت و محتوای انواع کاربری‌های تلفن همراه است. در پژوهش حاضر سعی شده است ماهیت و محتوای دو نوع از کاربری‌های تلفن همراه که شامل تماس و پیامک است از پاسخ‌گویان پرسیده شود. بدین منظور، با استفاده از 13 گویه، محتوای تماس‌ها و پیامک‌های پاسخ‌گویان بر روی طیفی چهار گزینه‌ای از اصلاً تا زیاد سنجیده شده، در مرحله‌ی بعد محتوای تماس‌ها و مکالمات به دو بعد تفریحی و غیر تفریحی تقسیم شده است:

- 1- بعد تفریحی: منظور جنبه تفریحی و سرگرمی محتوای تماس‌ها و پیامک‌های ارسالی و دریافتی است.
- 2- بعد غیر تفریحی: منظور جنبه غیر تفریحی تماس‌ها و پیامک‌های ارسالی و دریافتی است. همچنین متغیرهای مستقل

آزمون تفاوت میانگین بعد غیر تفریحی نوع کاربری تلفن همراه توسط دختران و پسران، نشان می‌دهد که میانگین بعد غیر تفریحی نوع کاربری تلفن همراه برای پسران (برابر با 7/18) و دختران (برابر با 7/72) تفاوت معناداری با یکدیگر ندارند. یافته‌های به دست آمده نشانگر آن است که آماره t برابر 1/36- و سطح معناداری برابر 0/17 است، بنابراین، این فرضیه تأیید نمی‌گردد.

میانگین بعد تفریحی نوع کاربری تلفن همراه برای پسران (9/78) بیشتر از میانگین کاربری تفریحی توسط دختران (5/55) است. کمترین میانگین نمره نوع کاربری تفریحی و غیر تفریحی صفر و بالاترین میانگین نمره نوع کاربری غیر تفریحی 21 بوده است. بر اساس آزمون t با مقدار 2/97 و سطح معنی‌داری $Sig = 0/003$ تفاوت معنی‌داری بین پسران و دختران از نظر بعد تفریحی کاربری تلفن همراه وجود دارد.

جدول 2. آزمون تفاوت میانگین نوع کاربری (تفریحی و غیر تفریحی) تلفن همراه بر اساس جنسیت

نوع کاربری	گروه‌ها	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه	T	Sig
تفریحی	مرد	200	9/78	4/29	0	18	2/97	0/003
	زن	200	5/55	3/93	0	18		
غیر تفریحی	مرد	200	7/18	4/05	0	21	-1/36	0/17
	زن	200	7/72	3/74	0	21		

دیگر، مجردها بیشتر از افراد متأهل از بعد تفریحی نوع کاربری تلفن همراه استفاده می‌کنند. آزمون تفاوت میانگین نشان می‌دهد که میانگین بعد غیر تفریحی نوع کاربری تلفن همراه برای مجردها (7/99) و متأهل‌ها (7/59) تفاوت معناداری با یکدیگر ندارند.

میانگین بعد تفریحی نوع کاربری تلفن همراه برای مجردها (9/62) بیشتر از مقدار آن برای متأهل‌ها (7/99) شده است. بر اساس آزمون t با مقدار 3/55 و سطح معنی‌داری $Sig = 0/000$ تفاوت معنی‌داری بین مجردها و متأهل‌ها از نظر بعد تفریحی کاربری تلفن همراه وجود دارد. به عبارت

جدول 3. آزمون تفاوت میانگین نوع کاربری (تفریحی و غیر تفریحی) تلفن همراه بر اساس وضعیت تأهل

نوع کاربری	گروه‌ها	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه	T	Sig
تفریحی	مجرد	291	9/62	4/09	0	18	3/55	0/000
	متأهل	109	7/99	3/74	0	17		
غیر تفریحی	مجرد	291	7/40	3/80	0	21	-0/418	0/66
	متأهل	109	7/59	4/17	0	21		

معناداری ($Sig=0/002$)، بین بعد غیر تفریحی تلفن همراه با توجه به طبقه اجتماعی تفاوت معناداری دیده می‌شود. در هر دو نوع کاربری، افراد طبقات بالا از کاربری بالایی (برای تفریحی 10/5 و برای غیر تفریحی 8/77) برخوردارند.

با توجه به مقدار F به دست آمده (4/32) و سطح معناداری ($Sig=0/01$) بین بعد تفریحی نوع کاربری تلفن همراه با توجه به طبقه اجتماعی، تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به مقدار F به دست آمده (6/58) و سطح

جدول 4. آزمون تحلیل واریانس نوع کاربری (تفریحی و غیرتفریحی) تلفن همراه با توجه به طبقه اجتماعی

نوع کاربری	طبقه	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه	T	Sig
تفریحی	بالا	62	10/5	4/10	1	18	4/325	0/014
	متوسط	263	9/06	4/17	0	18		
	پایین	72	8/47	3/96	0	17		
	کل	397	9/18	4/16	0	18		
غیر تفریحی	بالا	62	8/77	4/93	1	21	6/585	0/002
	متوسط	263	7/44	3/57	0	17		
	پایین	72	6/34	3/81	0	17		
	کل	397	7/45	3/91	0	21		

داده‌های جدول زیر نشان می‌دهد که کاربری غیرتفریحی تلفن همراه با متغیرهای تحصیلات پاسخ‌گویان، تحصیلات پدر و تحصیلات مادر رابطه مستقیم و معنادار و با سن رابطه معکوس و معنادار دارد. این متغیر با میزان رضایتمندی از رضایتمندی از تلفن همراه رابطه معناداری ندارد. متغیرهای سن پاسخ‌گویان، تحصیلات پدر و مادر و رضایتمندی از تلفن همراه رابطه مستقیم و معناداری دارد. با تحصیلات پاسخ‌گویان رابطه معناداری ندارد.

جدول 5. ضریب همبستگی سطح تحصیلات، میزان رضایتمندی از تلفن همراه و سن با نوع کاربری تلفن همراه

متغیر تحصیلات	کاربری غیرتفریحی		کاربری تفریحی		تعداد پاسخ‌گو
	ضریب پیرسون	سطح معناداری	ضریب پیرسون	سطح معناداری	
تحصیلات پاسخ‌گو	0/208	0/000	-0/013	0/797	399
تحصیلات پدر	0/221	0/000	0/141	0/005	395
تحصیلات مادر	0/173	0/001	0/179	0/000	397
سن	0/024	0/638	-0/224	0/000	399
رضایتمندی	0/072	0/15	0/152	0/003	399

داده‌های جدول زیر نشان می‌دهد که تحصیلات پدر، تحصیلات پاسخ‌گو، طبقه بالا و رضایتمندی به ترتیب بیشترین تاثیر را بر کاربری تفریحی تلفن همراه داشتند و توانستند 10/3 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین نمایند. جهت همه متغیرها مثبت بوده است. یادآوری می‌نماید داده‌های اسمی، پیش از ورود به رگرسیون تصنعی شدند.

جدول 6. عناصر اصلی تحلیل چند متغیره به روش گام به گام برای تبیین نوع کاربری غیر تفریحی تلفن همراه

مرحله	متغیر پیش بین	R	R ²	F	Sig	B	Beta	T	Sig
اول	تحصیلات پدر	0/232	0/054	21/6	0/000	0/148	0/173	3/4	0/001
دوم	تحصیلات پاسخ‌گو	0/279	0/078	16/1	0/000	0/252	0/179	3/4	0/001
سوم	طبقه بالا	0/304	0/092	12/8	0/000	1/215	0/113	2/3	0/022
چهارم	رضایتمندی	0/321	0/103	10/8	0/000	0/056	0/107	2/2	0/03
مقدار ثابت	-	-	-	-	-	0/372	-	0/26	0/797

بالا دارای اثر مثبتی بر کاربری تلفن همراه بودند. مجموع متغیرهای وارد شده به معادله، $11/4$ درصد از تغییرات میزان کاربری تفریحی تلفن همراه را تبیین نمودند.

آماره‌های موجود در جدول زیر نشان می‌دهد متغیر سن با $0/181$ - بیشتر از متغیرهای دیگر به صورت معکوس بر نوع کاربری تفریحی تلفن همراه تأثیرگذار است. متغیرهای رضایتمندی، تحصیلات مادر، جنسیت مرد و طبقه اجتماعی

جدول 7. تحلیل رگرسیون چند متغیره به روش گام به گام برای پیش‌بینی متغیر وابسته نوع کاربری تفریحی تلفن همراه

مرحله	متغیر پیش بین	R	R ²	F	Sig	B	Beta	T	Sig
اول	سن	0/216	0/047	18/681	0/000	-0/201	-0/181	-3/7	0/000
دوم	رضایتمندی	0/267	0/072	14/604	0/000	0/083	0/150	3/1	0/002
سوم	تحصیلات مادر	0/301	0/091	12/587	0/000	0/125	0/130	2/6	0/008
چهارم	جنس (مرد)	0/323	0/105	11/010	0/000	0/908	0/108	2/2	0/028
پنجم	طبقه اجتماعی بالا	0/337	0/114	9/667	0/000	1/116	0/098	1/9	0/048
مقدار ثابت	-	-	-	-	-	8/978	-	5/2	0/000

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر هشت فرضیه مطرح شد و مورد آزمون قرار گرفتند که نتایج به شرح ذیل است.

در فرضیه اول رابطه بین سن با نوع کاربری تلفن همراه مورد آزمون قرار گرفت. نتیجه آزمون نشان داد؛ بین سن و نوع کاربری تلفن همراه رابطه معکوس و منفی وجود دارد. با افزایش سن، استفاده از بعد تفریحی نوع کاربری تلفن همراه کاهش می‌یابد ولی استفاده از بعد غیرتفریحی در بین سنین مختلف یکسان است. از آنجایی که افراد سنین بالا با نیازهای شغلی، حرفه‌ای و روابط ضروری اجتماعی بیشتر مرتبط هستند، استفاده آنها از بعد تفریحی تلفن همراه کمتر است. جوانان به دلیل شرایط و اقتضائات سنی و درگیری کمتر با وظایف و انتظارات شغلی و اجتماعی، بیشتر از تلفن‌های همراه استفاده تفریحی دارند. یافته‌ها نشان می‌دهد که تفاوت معنی‌داری بین پسران و دختران از نظر نوع استفاده از محتوای کاربری تلفن همراه وجود دارد. پسران بیشتر از دختران از تلفن همراه استفاده تفریحی می‌کنند؛ اما استفاده از بعد غیر تفریحی نوع کاربری تلفن همراه در میان دختران و پسران تقریباً یکسان است. استفاده از بعد تفریحی

نوع کاربری تلفن همراه در میان افراد مجرد بیشتر از افراد متأهل است ولی استفاده از بعد غیرتفریحی نوع کاربری تلفن همراه برای افراد مجرد و متأهل تقریباً یکسان است. استفاده بیشتر جوان‌ترها و افراد مجرد از بعد تفریحی تلفن همراه در مقایسه با افراد متأهل و مسن‌تر، می‌تواند نشانگر ذائقه متفاوت آنها باشد. وجه سرگرم‌کننده تلفن همراه در بین مجردها و جوان‌ترها در مقایسه با متأهلین و افراد مسن‌تر، در بالا بردن استفاده آنها از بعد تفریحی تلفن همراه بی‌تأثیر نیست. افراد با سنین بالاتر و همچنین متأهلین بیشتر در جهت موارد ضروری از تلفن همراه استفاده می‌کنند و بعد تفریحی و سرگرمی کاربری آنها از تلفن همراه در مقایسه با جوان‌ترها و مجردها کمتر است. نتایج این فرضیه با نتایج مطالعات انجام شده توسط ذکائی (1383)، پالن و همکاران (2001)، ویلسکا (2003) و هرانچاک و همکاران (2024) که بر گسترش گونه‌های مصرفی و غیرمصرفی استفاده از تلفن همراه تأکید می‌کنند، همخوانی دارد.

تفاوت معناداری بین نوع کاربری‌های تفریحی و غیرتفریحی تلفن همراه بر حسب طبقه اجتماعی وجود دارد. همانگونه که در بخش یافته‌ها (جدول 4) نشان داده شد، افراد

طبقه بالا به طور معناداری در مقایسه با افراد طبقه متوسط و پایین، از تلفن همراه در زمینه تفریحی و غیرتفریحی بیشتر استفاده می‌کنند. بورديو (1984) معتقد است که فضای اجتماعی بر مبنای سرمایه شکل می‌گیرد. هر قدر سرمایه فرد بیشتر باشد، در فضای اجتماعی در موقعیت بالاتری قرار می‌گیرد. در نتیجه طبقه مسلط دارای بیشترین میزان و حجم سرمایه نمادین، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی است. طبقه متوسط دارای سطح کمتری از اشکال سرمایه‌ای بوده و طبقه پایین، کمترین میزان این منابع سرمایه‌ای را دارد. با توجه به نظر بورديو، می‌توان گفت افراد طبقه بالا به طور معناداری در مقایسه با افراد طبقه متوسط و پایین بیشتر از تلفن همراه استفاده تفریحی و غیرتفریحی می‌کنند و کاربری تفریحی آنها نیز بیشتر از کاربری‌های غیرتفریحی است. این نتیجه با نتایج پژوهش احمدی و همکاران (1388) همخوانی دارد.

سطح تحصیلات فرد و والدین تأثیر مستقیمی بر نوع کاربری از تلفن همراه داشته است. از نظر بورديو (1984)، سرمایه فرهنگی در برگرفته‌ی تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن، در فرد انباشته می‌شوند؛ بنابراین افراد بر اساس میزان تحصیلاتی که دارند، برای اهداف و محتواهای خاصی از تلفن همراه استفاده می‌کنند. کاربرد تلفن همراه به عنوان یک ابزار مدرن در میان افراد با تحصیلات بالاتر نمودی از بهره‌گیری زمینه‌های نوین زندگی (نوسازی در ابزارهای زندگی) است. اگرچه امروزه افراد با تحصیلات پایین نیز از این وسیله ارتباطی بهره می‌گیرند، ولی سطح بالای تحصیلات می‌تواند در تنوع بخشی به کاربرد تلفن همراه و در نتیجه نوع استفاده از آن تأثیر گذار باشد.

نتایج به دست آمده نشان می‌دهند که نوع کاربری تلفن همراه رابطه مثبت و مستقیمی با میزان رضایت کاربران از این فناوری دارد. هر چه میزان رضایتمندی از کاربری‌های تلفن همراه بیشتر باشد، استفاده از بعد تفریحی تلفن همراه افزایش می‌یابد ولی استفاده از بعد غیرتفریحی نوع کاربری تلفن همراه رابطه معناداری با میزان رضایتمندی از آن ندارد. این نتیجه با نظریه کاربری و اقماع همخوانی دارد که تکرار رفتار انسان‌ها وابسته به میزان رضایتی است که در قبال آن رفتار دریافت می‌کنند. بدیهی است که رضایتمندی از هر زمینه و یا ابزاری می‌تواند تمایل به آن را افزایش دهد. این یافته با نتیجه مطالعه هرانچاک و همکاران (2024) همخوانی دارد.

تحصیلات پدر، تحصیلات پاسخ‌گو، طبقه بالا و رضایتمندی به ترتیب بیشترین تأثیر را به شکل مستقیم بر کاربری تفریحی تلفن همراه داشتند و توانستند 10/3 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین نمایند. متغیرهای رضایتمندی، تحصیلات مادر، جنسیت مرد و طبقه اجتماعی بالا به شکل مستقیم بر کاربری تفریحی تلفن همراه اثرگذار بودند. مجموع متغیرهای وارد شده به معادله، 11/4 درصد از تغییرات میزان کاربری تفریحی تلفن همراه را تبیین نمودند. با توجه به استفاده بالای افراد جوان از تلفن همراه، به سان یک ابزار ارتباطی مدرن و صنعتی، و سهم بالای کاربری تفریحی در بین جوانان، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی درباره محتوای کاربری‌های تفریحی جوانان انجام شود و آسیب‌های احتمالی که از رهگذر محتواهای تفریحی ممکن است کاربران سنین پایین را تحت تأثیر قرار دهد، شناسایی و آموزش‌های لازم به این دسته از کاربران و خانواده‌ها ارائه گردد. پیشنهاد می‌گردد در مطالعات آینده، متغیرهای مستقل دیگری همچون متغیرهای شناختی و هویتی در پیوند با نوع

کاربری تلفن همراه مورد بررسی قرار گیرد. همچنین پیشنهاد می‌گردد نوع کاربرد تلفن همراه در میان صنوف مختلف بررسی علمی شود.

ملاحظات اخلاقی: در این پژوهش کلیه ملاحظات اخلاقی رعایت شده است. رضایت نمونه‌ها برای مشارکت در تحقیق جلب گردید و به آنها اطمینان خاطر داده شد که مشارکت در

این پژوهش، هیچ گونه آسیبی برای آنان در پی نخواهد داشت.

تقدیر و تشکر: نویسندگان مقاله از پرسشگرانی که با نهایت دقت در جمع آوری داده‌ها مشارکت نمودند و نیز پاسخ‌گویان محترم تقدیر و تشکر می‌نمایند.

تضاد منافع: نویسندگان این مقاله هیچ گونه تضاد منافی ندارند.

منابع فارسی

احمدی، حبیب، هاشمی، سمیه، روحانی، علی. (1389). بررسی رابطه وسایل ارتباطی نوین با هویت جنسیتی جوانان شهر شیراز، فصلنامه زن و جامعه، 1(4)، 33-60.

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.20088566.1389.1.4.3.3>

استونز، راب. (1379). متفکران بزرگ جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی مهرداد میردامادی، تهران: نشر مرکز.

ذکایی، محمد سعید. (1383). فرهنگ جوانان و تلفن همراه، تهران: انتشارات آگه.

رضایی، سجاد، گراکوئی، سیده افسانه، قربان‌پور لقمجانی، امیر. (1399). رابطه ساختاری کاربری آسیب زای تلفن همراه و احساس تنهایی نوجوانان با میانجیگری مدیریت زمان (مطالعه موردی: دانش آموزان دبیرستان های شهر رشت)، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، 27(103)، 181-197.

<https://doi.org/10.22082/cr.2020.122164.2011>

زارع، الهام، جباری فر، تقی، برزگر بغروی، کاظم. (1398). بررسی رابطه بین میزان و نحوه استفاده از تلفن همراه با انگیزش پیشرفت و عملکرد تحصیلی در بین دانش آموزان دختر پایه نهم شهرستان یزد، نشریه طلوع بهداشت، 18(4)، 79-88.

<https://dx.doi.org/10.18502/tbj.v18i4.1859>

سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان فارس. (1397). نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن 1395 شهرستان شیراز. شیراز: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان فارس.

سعیدی، علی اصغر. (1385). بازاندیشی مصرف‌کننده یا مصرف‌کننده‌ی تظاهری در ارتباطات سیار. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، 1(1)، 93-82.

عاملی، سعیدرضا، صبار، شاهو، رنجبر رضائی، مهدی. (1387). مطالعات تلفن همراه، تهران: انتشارات سمت.

علی محمدی، بنمار، کاکاوند، علیرضا، زارعی، فهیمه، احمدی، مهدی. (1402). رابطه میان استرس ادراک شده و اعتیاد به تلفن همراه در دوران همه گیری کووید-19: نقش نشخوار فکری و خودکنترلی، فصلنامه مطالعات روانشناختی، 19(1)، 93-107.

<https://doi.org/10.22051/psy.2023.41381.2667>

فاضلی، محمد. (1382). مصرف و سبک زندگی، قم: انتشارات صبح صادق.

کوثری، مسعود، جوادی یگانه، محمدرضا، خیرخواه، طاهره. (1387). کاربرد تلفن همراه برای کاربران ایرانی (با تأکید بر نظریه‌ی استفاده و خشنودی)، فصلنامه فرهنگی و ارتباطات، 2(7)، 205-226.

گیبیز، جان و ریمر، بو. (1381). سیاست پست‌مدرنیته، ترجمه منصور انصاری، تهران: نشر نی.

منطقی، مرتضی. (1393). مطالعه نحوه بهره‌گیری دانشجویان از پیامک، گالری عکس و کلیپ‌های تلفن همراه (مطالعه دانشجویان دانشگاه خوارزمی)، نشریه مسائل اجتماعی ایران، 5(1)، 167-183.

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.24766933.1393.5.1.8.5>

میرفردی، اصغر، ولی نژاد، عبدالله. (1394). ارزیابی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سرمایه اجتماعی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه یاسوج)، *مجله جهانی رسانه*، (نسخه فارسی)، 10(20)، 236-250.
نوری، رضا، حمداللهی، سیما. (1378). *تاریخ اختراعات*. تهران: نشر صداقت.

References

- Ahmadi, H., Hashemi, S. & Ruhani, A. (2010). A study of the relationship between modern communication technologies and gender identity of students. A case study of high school students of Shiraz. *Women and Society*, 1(4), 20-33. [In Persian]
- <https://dorl.net/dor/20.1001.1.20088566.1389.1.4.3.3..>
- Ameli, S.R., Sabbar, S. & Ranjbar Ramezani, M. (2008). *Mobile phone studies*, Tehran: Samt Publication.
- Alimohammadi, B., Kakavand, A., Zarei, F. & Ahmadi, Mehdi. (2023). The association between perceived stress and mobile phone addiction in Covid_19 Epedemic: The role of rumination and self-control. *Journal of Psychological Studies*, 19(1), 107-93.
- <https://doi.org/10.22051/psy.2023.41381.2667>
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of taste*. London: R. K.
- Chua, A.Y.K., Goh, D.H. & Lee, C.S. (2011). Mobile content contribution and retrieval: An exploratory study using the uses and gratifications paradigm. *Information Processing and Management*, 48(1), 13–22.
- <http://dx.doi.org/10.1016/j.ipm.2011.04.002>
- Fars Province Management and Planning Organization. (2018). Detailed results of the 2016 general population and housing census of Shiraz city. Shiraz: Fars Province Management and Planning Organization.
- Fazeli, M. (2003). *Consumption and lifestyle*. Qom: Sobh Sadegh Publication.
- Geser, H. (2004). Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone. Available at: https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/43552/ssoar-2004-geser-Towards_a_sociological_theory_of.pdf?sequence=1
- Gibbins, J. & Reimer, B. (2002). *The politics of postmodernity*. (M.Ansari, Trans.). Tehran: Ney Publication.
- Hranchak, T., Dease, N. & Lopatovska, I. (2024). Mobile phone use among Ukrainian and US students: A library perspective. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 73(1/2), 161-182.
- <https://dx.doi.org/10.1108/GKMC-12-2021-0213>
- Hatt, T. & Jarich, P. (2024). Global mobile trends 2024. Available at: <https://kigen.com/wp-content/uploads/2024/02/GSMA-Global-Mobile-Trends-2024.pdf>
- Idid, S.A., Wok, S., Dhaha, I.S.Y. & Ab Aziz, N. (2012, July). Contemporary uses and gratifications of mobile phone use among youth: A comparative study. *21st Amic Annual Conference, Shah Alam, Malaysia*.
- Katz, E., Blumler, J.G. & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- <https://psycnet.apa.org/doi/10.1086/268109>
- Kosari, M., Javadi Yeganeh, M.R. & Kheirkhah, T. (2007). The uses of mobile phone among the Iranian users: Applying the uses and gratification theory. *Cultural Studies & Communication*, 2(7), 205-226. [In Persian].

- Langer, C. E., De Llobet, P., Dalmau, A., Wiart, J., Goedhart, G., Hours, M. & Vrijheid, M. (2017). Patterns of cellular phone use among young people in 12 countries: Implications for RF exposure. *Environment International*, 107, 65-74.
<https://doi.org/10.1016/j.envint.2017.06.002>
- Lemish, D. & A. Cohen. (2005). On the gendered nature of mobile phone culture in Israel. *Sex Roles* 52(7/8), 511-521.
<https://dx.doi.org/10.1007/s11199-005-3717-7>
- Lorente, S. (2002). Youth and mobile telephones: More than a fashion. *Revista de Estudios de Juventud*, 57(2), 9-24.
- Mac Carthaigh, S., Griffin, C. & Perry, J. (2020). The relationship between sleep and problematic smartphone use among adolescents: A systematic review. *Developmental Review*, 55, 1-14.
<https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.dr.2020.100897>
- Manteghi, M. (2014). Study of how students use text messages, photo galleries and mobile phone clips: Study of Kharazmi University students. *Quarterly of Social Problems of Iran*, 5(1), 167-183.
<https://dori.net/dor/20.1001.1.24766933.1393.5.1.8.5>
- Mirfardi, A. & Valinejad, A. (2015). An evaluation of the relationship between social networks usage and social capital among students: The case of Yasouj University. *The Global Network of Communication Scholars*, 10(20), 236-250.
- Noori, R. & Hamdollahi, S. (1999). History of inventions. Tehran: Sedaghat Publication.
- Oksman, V. og Turtianien, J. (2004). Mobile communication as a social stage meanings of mobile communication in everyday life among teenagers in Finland. *New Media & Society*, 6(3):319-339.
<https://dx.doi.org/10.1177/1461444804042518>
- Ong, N.C., Kee, Y.H., Pillai, J.S., Lim, H.B. & Chua, J.H. (2023). Problematic mobile phone use among youth athletes: a topic modeling approach. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 21(4), 616-637.
<https://dx.doi.org/10.1080/1612197X.2022.2078856>
- Palen, L., Salzman, M. & Youngs, E. (2001). Discovery and integration of mobile communications in everyday life. *Personal and Ubiquitous Computing*, 5, 109-122.
<https://doi.org/10.1007/s007790170014>
- Reid, D. & Reid, F. (2004). Insights into the Social and Psychological Effects of SMS Text Messaging. The social and psychological effects of Text. Retrieved at:
<https://www.walkingpaper.org/files/documents/socialeffectsof textingmessaging.pdf> .
- Rettie, R. (2007). Mobile phone communication: Facilitating social connections. *The British Sociological Association Annual Conference University of East London*, Saturday 14th April 2000.
- Rezaei, S., Garakouei, S.A. & Ghorbanpour L, A. (2020). The structural relationship between traumatic mobile phone use and adolescent's feelings of loneliness mediated by time management (Case: High school students in Rasht). *Communication Research*, 27(103), 181-197. [In Persian].
<https://doi.org/10.22082/cr.2020.122164.2011>
- Saeedi, A. A. (2005). Rethinking the consumer or the pretend consumer in mobile communications. *Cultural and Communication Studies*, (4), 79-96. [In Persian].
- Selian, A. N. & Srivastava, L. (2004). Mobile phones and youth: A look at the US student market. *International Telecommunication Union*, 60, 5-31.
- Stones, R. (2000). *Key sociological thinkers*. (M. Mirdamadi, Trans.). Tehran: Mrkaz Publication.

Tinastepe, N. & Iscan, I. (2024). Relationship between bruxism and smartphone overuse in young adults. *Cranio*, 42(1), 55-62.

<https://dx.doi.org/10.1080/08869634.2021.1909456>

Wilska, T.(2003). Mobile phone use as part of young people's consumption styles. *Journal of Consumer Policy*, 26(4), 441-463.

<https://dx.doi.org/10.1023/A:1026331016172>

Zakae, M.S. (2004). Youth culture and mobile phones. Tehran: Ageh Publication.

Zare, E., Jabbari, T. & Barzegar Bafrooei, K. (2019). Investigating the relationship between the amount and the way of using mobile phones with achievement motivation and education among female students in Yazd, 18(4), 79-88. [In Persian].

<https://dx.doi.org/10.18502/tbj.v18i4.1859>

