



پدیدارشناسی تجربه کاربران از موبایلی شدن روابط

مریم مختاری^{۱*}، حکیمه ملک احمدی^۲

دریافت: ۱۳۹۵/۱۲/۱۴ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۳/۲۷

چکیده

تکنولوژی نقش مهمی در ارتباطات دارد و بخش زیادی از روابط افراد را در درون خود شکل می‌دهد. بر همین اساس قادر است ایدئولوژی خاص خود را بر روابط چهره‌به‌چهره تحمیل کند و سبک زندگی خاصی را شکل دهد که از آن با عنوان موبایل‌یزیشن با ویژگی‌هایی، مانند سرعت و کمیت یاد می‌شود. هدف این پژوهش پیگیری تجربه‌های کاربران از موبایلی شدن روابط است. برای این منظور، با روش پدیدارشناسی و تمرکز بر فضاهای مجازی گوناگون، با ۱۲ نفر از کاربران وسایل ارتباطی مصاحبه کرده‌ایم و استفاده از تلفن همراه و شبکه‌های مجازی را با دیدگاه «رضایت‌مندی و خشنودی» بررسی کرده‌ایم. یافته‌ها با روش ۷ مرحله‌ای کولایزی تحلیل شده است و حاصل آن استخراج دو تم «تجربه از تکنولوژی» و «تجارب ارتباطی» است که هر کدام از آن‌ها زیرمقوله‌های جزئی‌تری دارند. نتایج حاکی از آن است که کاربران فرایند تجربه تکنولوژی را به‌صورت آشنایی، جذابیت، غرق شدن تا عریانی و دلزدگی و در نهایت، کنترل عامدانه طی می‌کنند. همچنین، تجارب ارتباطی مشارکت‌کنندگان گونه‌های متفاوت ارتباط مخدوش شده را نشان می‌دهد. این فرایند را موبایلی شدن می‌نامند؛ یعنی ویژگی‌ها و ماهیت خاص و زمینه کاربردی موبایل، وارد لایه‌های انسانی شده و شکل روابط را تغییر می‌دهد. موبایلی شدن فرایندی فناورانه نیست، بلکه فرایندی فرهنگی است. مسئله اختراع نیست بلکه واداشتن مان به کاربرد و احساس نیاز کردن است.

کلیدواژه‌ها: پدیدارشناسی، موبایلی شدن، تجربه از تکنولوژی، تجارب ارتباطی

۱. دانشیار جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، کهگیلویه و بویراحمد، ایران (نویسنده مسئول).
✉ Mmokhtari@yu.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، کهگیلویه و بویراحمد، ایران.
hakime_malekhamadi@yahoo.com

فناوری‌های ارتباطی بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی کنونی ما شده است. به طوری که دیگر به‌سختی می‌توان زمانی را به یاد آورد که هیچ‌یک از این وسایل ارتباطی نبودند. «فناوری‌های ارتباطی با دستکاری زمان و فضا دنیایی پدید می‌آورند که بسیار کوچک و فشرده است؛ دنیایی که در ابزارهایی با ابعاد چند سانتی متری (مانند گوشی تلفن همراه) یا حداکثر چندین سانتی متری (مانیتورها و تلویزیون‌های دیجیتال) جای می‌گیرد» (گل محمدی، ۱۳۸۶، ۱۶۶) که با مقتضیات زندگی مدرن سازگار است و امکان «کننده‌شدن روابط اجتماعی از محیط‌های محلی، هم‌کنش و تجدید ساختار این محیط‌ها در راستای پهنه‌های نامحدود زمانی-مکانی» (گیدنز^۱، ۱۳۸۸، ۲۵) را فراهم می‌کند. کافی است برای فهم میزان تنیدگی این وسایل در زندگی روزمره و ضرورت وجود آن، یک روز یا حتی نیم‌روزی، بدون چنین وسایلی تصور و سپری شود. امکان‌ناپذیر بودن چنین امری به‌علاوه حس اضطراب، گم‌گشتگی و حس جدایی و غربت از جمله احساساتی است که در این مواقع به سراغ کاربران می‌آید. این واقعیت حاکی از اهمیت این وسایل و ارتباطات ناشی از آن در زندگی خانوادگی، درسی و کاری افراد است. بنابراین، دنیای مجازی دنیایی مجزا از دنیای واقعی نیست، بلکه به‌شدت با دنیای واقعی آمیخته شده و نوعی ضرورت محسوب می‌شود. اگرچه دنیای واقعی و مجازی هر یک قواعد و سبک زندگی خاص خود را می‌طلبد، درگیری مداوم با ابزار، حساسیت و خودآگاهی کاربران را به نحوه استفاده از آن و ایدئولوژی پنهان در هر یک از بین می‌برد و به‌تدریج سبک زندگی خاص این وسایل بر روابط حاکم می‌شود. از نظر کاستلز نیز از آنجا که انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباطات صورت می‌گیرد، حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود و ساخته تاریخ می‌باشد، با ظهور تکنولوژی جدید دستخوش دگرگونی‌های بنیادین می‌گردد. ورود فناوری‌های ارتباطی، دگرگونی بنیادینی را در ساختار مناسبات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است (کاستلز و اینس^۲، ۱۳۸۳، ۳۸۳).

نکته مهم درباره وسایل ارتباطی مجازی، جسمانی نبودن و نبود ارتباط چهره‌به‌چهره و همچنین تبدیل ارتباطات شفاهی به ارتباطات مکتوب است. با نظر به اجتناب‌ناپذیر بودن چنین ارتباطاتی، باید در نظر داشت که استفاده زیاد از این وسایل، روابط را از سطح انسانی به سطح ابزاری با ویژگی‌های خاص خودش تقلیل می‌دهد. چنین چیزی در بلندمدت سطح شناخت افراد از همدیگر و میزان تفاهم و درک متقابل را محدود می‌کند. از نظر مارکوزه پیشرفت فنی تکنولوژی در جامعه به‌جای اینکه به آزادی



1. Giddens

2. Castells & Innes

و تسلط انسان بر طبیعت منجر شود، به عاملی در بهره‌کشی انسان‌ها تبدیل شده است. انسان دارای یک بُعد ماشینی شده و ابعاد دیگر شخصیت او از بین رفته است (کفاشی، ۱۳۸۴، ۸۵).

چنین امری با به‌روزشدن سریع ابزارها و ایجاد نرم‌افزارهای جدید، که بر جذابیت افزوده و با ایجاد تنوع مخاطب را همچنان در صحنه نگه داشته و مانع دلزدگی او می‌شود، بیشتر دامن می‌گیرد. توئیتر، گوگل پلاس، فیس‌بوک، و برنامه‌های کاربردی موبایل، از جمله وایبر، واتس‌آپ، و لاین همه از یک نسل‌اند و سعی می‌کنند کاربران را با ایجاد فضاهای جدید و افزودن کاربری جزئی به نسخه قبل برای استفاده تشویق کنند. نکته قابل توجه در این سیر، دسترسی، سرعت روزافزون و راحت‌تر ابزارهای ارتباط مجازی است، که قطعاً کنترل آن را دشوارتر می‌کند. زمانی برای اتصال به اینترنت کاربر باید کارت اینترنت خریداری می‌کرد و تمام‌شدن اعتبار کارت به معنای قطع رابطه بود. گرچه در آن زمان هم آسیب‌هایی نظیر وابستگی و اعتیاد وجود داشت، محدودیت استفاده، مدیریت زمان را ساده‌تر می‌کرد. با ورود نسل پرسرعت اینترنت و همچنین اینترنت تلفن همراه، هم سرعت اتصال به اینترنت بالاتر رفت و هم محدودیت آن کمتر شد. همچنین، نرم‌افزارهای موبایل و امکان اتصال دائم به اینترنت سبب دسترسی بیشتر و غرق شدن در روابط مجازی شد و مسلماً بر تجربه کاربران از روابط و تغییر شکل آن نیز تأثیر گذاشت.

فناوری‌های مورد بحث می‌توانند در حوزه‌های زیادی مفید واقع شوند، اما آسیب‌های خاص خود را نیز به‌همراه دارند. تحلیل کاربری‌های بالقوه و بالفعل این فناوری‌ها حاکی از آن است که بیشتر شبکه‌های مجازی و فناوری‌های ارتباطی در جهت آسیب‌زا و منفی استفاده می‌شود و ظرفیت‌های مثبت آن‌ها به‌طور کامل شناسایی و بهره‌برداری نشده است. این در صورتی است که لحظه‌به‌لحظه بر کاربران و همچنین تنوع محیط‌های مجازی و همچنین به‌روزشدن نرم‌افزارها و سخت‌افزارها افزوده می‌شود. بنابر گفته مدیر مرکز فناوری اطلاعات وزارت ارشاد، ضریب نفوذ اینترنت در ۱۳۹۴ در ایران ۵۳ درصد و تعداد کاربران ۴۰ میلیون نفر بوده است و بر اساس آمار و پژوهش‌ها، در ۱۴۰۴ این ضریب به ۷۶ درصد و تعداد ۶۰ میلیون کاربر افزایش می‌یابد (خبرگزاری جمهوری اسلامی، ۱۳۹۴). همچنین، آمار کاربران شبکه‌های مجازی در ۱۳۹۲، ۲۰ درصد بوده و در پایان ۱۳۹۴ به ۶۵ درصد افزایش یافته است. این درحالی است که بررسی‌ها نشان می‌دهد که ۵۹ درصد کاربران در اینترنت به دنبال تفریح و سرگرمی‌اند و ۷۱ درصد از این ابزار برای ارتباطات استفاده می‌کنند (خبرگزاری تسنیم، ۱۳۹۵). این حجم و سرعت افزایش کاربران و همچنین تندگی شبکه‌های مجازی در زندگی روزمره افراد، ضرورت بررسی و شناسایی قابلیت‌ها و آسیب‌های این فضا را برکاربران دوچندان می‌کند. همه این موارد را می‌توان تحت عنوان مفهوم «موبایلی شدن» در



نظر گرفت که رابطه مستقیم با موبایل ندارد، بلکه بیشتر به ویژگی‌ها و شرایط زندگی مدرن باز می‌گردد. موبایلی شدن را می‌توان با ویژگی‌هایی نظیر سرعت، کمیت و ابزاری بودن توصیف کرد. با در نظر گرفتن چنین مواردی، هدف پژوهش پیگیری تجربه کاربران از موبایلی شدن است.

پیشینه پژوهش

درباره اینترنت و ارتباطات مجازی پژوهش‌های گوناگونی شده است که بیشتر بر آسیب‌شناسی و به‌ویژه اعتیاد به اینترنت (کامپیوتر و تلفن همراه) متمرکز شده است و رابطه اعتیاد به اینترنت را با مؤلفه‌هایی همچون جامعه‌پذیری، سلامت روان، اضطراب، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، و عوامل خانوادگی بررسی می‌کند (مانند: عزیزی‌نژاد، ۱۳۹۳؛ سعدی پور ۱۳۹۳). همچنین، درباره شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک و رابطه آن با حریم خصوصی، باورهای دینی، هویت فرهنگی، سرمایه اجتماعی پژوهش‌های متفاوتی شده است (مانند: علی پور، ۱۳۹۳؛ عبداللهیان، ۱۳۹۲). در ادامه به پژوهش‌های مرتبط با بحث حاضر اشاره مختصری خواهد شد. عبداللهیان و همکاران ساختار، کنش‌های متقابل، گمنامی و بازنمایی خود را در چهار شبکه اجتماعی مجازی با روش مشاهده مشارکتی و بر اساس ترکیبی از نظریه «تعریف وضعیت» توماس و رویکرد کیفی لیندلاف و تیلور ارزیابی کردند. پاشایی و همکاران (۱۳۸۷) در مطالعه‌ای کیفی تجربه جوانان از زندگی با اینترنت را با رویکرد پدیدارشناسی تفسیری بررسی کردند. حاصل تجزیه و تحلیل یافته‌ها استخراج ۴ درون‌مایه اصلی: دنیای اینترنت به‌مثابه ایده‌آل مجازی جوانان، اینترنت و تغییر در سبک زندگی، اینترنت حصار برای تهایی، و اینترنت و تغییر در وضعیت جسمی-روانی بود. مطالعه پالن و سالزمن (۲۰۰۱) بر ۱۹ نفری که به‌تازگی از تلفن همراه استفاده می‌کردند، نشان داد که این افراد در ابتدا به‌درستی نمی‌دانند که چرا به این وسیله نیاز دارند، اما با گذر زمان رفته‌رفته کاربردهای این وسیله در موقعیت‌های گوناگون را در می‌یابند.

کریستال (۲۰۰۱) از جمله پژوهشگرانی است که موبایل و پیام کوتاه را در پژوهش‌های گوناگون بررسی کرده است. از نظر او پیام کوتاه می‌تواند جایگزین تلفن سنتی شود. همچنین، او (۲۰۰۴) فهرستی از مفاهیم مرتبط با چت و پیام کوتاه را جمع‌آوری کرد. از نظر او این مفاهیم به‌قدری زیادند که می‌توان آن‌ها را گردآوری و منتشر کرد. علاوه بر این، او (۲۰۰۸) زبان پیام کوتاه را به لحاظ دستوری، نشانه‌های عاطفی و آیین نگارش در بین زنان و مردان بررسی کرد. پالن و همکاران (۲۰۰۱) طی مطالعه کیفی فرایند اجتماعی شدن موبایل را در زندگی روزمره بررسی کردند. نتایج آن‌ها نشان داد فرد به تدریج از استفاده مبهم و گسترده به استفاده بهینه می‌رسد و استفاده از موبایل امری فردی است که شدیداً تحت تأثیر فرایندهای اجتماعی است.





ژائو و همکارانش^۱ (۲۰۰۸) در پژوهش خود، بر ساخت هویت را در فیس‌بوک بررسی کردند. نتایج نشان داد که هویت‌های تولیدشده در این محیط با هویت‌های برساخته‌شده در محیط‌های آنلاینی که افراد در آن‌ها ناشناخته می‌مانند، متفاوت است. کاربران فیس‌بوک هویت‌های خود را بیشتر به صورت ضمنی ابراز می‌کنند و بیش از آنکه خود را با گفتار معرفی کنند، خود را نشان می‌دهند. پادیللا والکر^۲ و همکاران (۲۰۱۲) در مطالعه‌ای بر نمونه ۴۵۲۳ نفری نشان دادند که میزان و شدتی که اعضای خانواده با یکدیگر با تلفن همراه تماس برقرار می‌کنند، با میزان روابط چهره‌به‌چهره آن‌ها رابطه نزدیک دارد. در مقابل، افرادی که از شبکه‌های مجازی برای برقراری ارتباط استفاده می‌کنند، کمتر با یکدیگر ارتباط واقعی دارند.

علاوه بر پژوهش‌هایی که بر آسیب‌ها و تهدیدهای رسانه و فضای مجازی متمرکز شده‌اند، پژوهش‌های دیگری اثرات مثبت فضای مجازی و فرصت‌هایی را که می‌تواند برای رشد فراهم کند، بررسی کرده‌اند. در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. سعدی‌پور (۱۳۹۳) در پژوهشی اسنادی اثرات اینترنت بر جامعه‌پذیری نوجوانان را بررسی کرد. نتیجه‌گیری او حاکی از آن بود که استفاده از اینترنت لزوماً منجر به کاهش سایر فعالیت‌ها یا کاهش زمان اختصاص یافته به دوستان نمی‌شود، بلکه می‌تواند فعالیت‌ها را با هم یکپارچه کند و فضای بیشتری را برای فعالیت آن‌ها فراهم کند. این یکپارچه‌سازی سبب تنوع در فعالیت‌ها، منابع اطلاعاتی و روابط اجتماعی آن‌ها می‌شود. همچنین، سعدی‌پور (۱۳۹۳) بر این باور است که اینترنت نوجوانان را با اندیشه‌ها و گرایش‌هایی آشنا می‌کند که برون‌ریزی احساسی و عقلانی بیشتری فراهم می‌کند. آنها می‌توانند از طریق این رسانه دنیا را در بستر جهانی ببینند و وارد فضایی شوند که حتی افراد گروه‌های محروم جامعه نیز می‌توانند در آن حضور پیدا کنند. بر اساس نتایج مطالعه پرنسکی (۲۰۰۱) نوجوانان مشتاق‌اند مهارت‌های لازم برای توسعه ارائه چندرسانه‌ای خلاق را فراگیرند و افزون بر مصرف‌کننده بودن، خود تولیدکننده چندرسانه‌ای شوند؛ فضای مجازی این امکان را برای آن‌ها فراهم می‌کند. شین و کیم^۳ (۲۰۱۰) در مطالعه خود «بررسی هویت و رفتار شهروندی سازمانی در ارتباطات کامپیوتر واسط» بر این باورند که ارتباطات مجازی کامپیوتر واسط، افراد را قادر می‌کند تا از همدیگر بیاموزند و دانش جمعی و گروهی ویژه‌ای به دست آورند.

1. Zhao
2. Padilla-Walker
3. Shin & Kim

چهارچوب مفهومی

استفاده از تلفن همراه و شبکه‌های مجازی را می‌توان با دیدگاه «رضایتمندی و خشنودی» بررسی کرد. بر اساس این دیدگاه، افراد از وسایل ارتباطی برای برقراری رابطه یا در مواقعی قطع رابطه استفاده می‌کنند و به این وسیله می‌خواهند هدفمند یا غیرهدفمند ارتباطات خود را با دیگران ساماندهی کنند. در این دیدگاه، منشأ و ریشه همه صور رضایتمندی فرد نیاز به «در ارتباط بودن» اوست. این نیازها در ۴ دسته نیازهای شناختی (کسب اطلاعات، آگاهی، شناخت)، نیازهای عاطفی (تجارب عاطفی، لذت‌جویانه یا زیبایی‌شناسانه) نیازهای انسجام‌بخش شخصی (تقویت اعتبار، اعتماد، ثبات و پایگاه) و نیازهای گریز از تنش (فراغت و آسایش) قرار می‌گیرند (کاتز^۱ و همکاران به نقل از سورین و تانکارد^۲، ۱۳۸۱، ۴۲۰).

علاوه بر این کاتز و آخوس در نظریه «روح دستگاه» کوشیدند شکلی از ارتباطات میانجی را با تکنولوژی‌های شخصی، مانند تلفن همراه نشان دهند. نظریه روح دستگاه می‌گوید: این روح ماشینی است که هم بر طراحی‌های تکنولوژی و نیز بر اهمیت اولیه و ثانویه (کاربرد و کارکرد) یک وسیله برای کاربران تأثیر می‌گذارد. هدف این نظریه غلبه بر محدودیت‌های نظریه‌های کارکردگرا و ساخت‌بندی است؛ با توجه‌کردن به مسائلی مانند شیوه استفاده مردم از تکنولوژی‌های موبایل به‌مثابه ابزاری در زندگی روزمره، و نیز رابطه این تکنولوژی‌ها، بدن و نقش اجتماعی و بلاغت و معناسازی‌ای که با تعامل اجتماعی میان کاربران رخ می‌دهد (کاترز و آخوس: ۲۰۰۲، به نقل از جوادی یگانه و همکاران، ۱۳۹۱، ۲۹). به بیان دیگر، نظریه روح دستگاه بیان می‌کند که کاربران معانی متفاوتی را به آن اختصاص می‌دهند. در نتیجه، این نظریه این سؤال را مطرح می‌کند که چه نوع معانی را چه کسی به آن‌ها نسبت می‌دهد. بنابر این مسئله، استفاده از ابزارهای ارتباطی در زمینه عضویت گروهی و هویت اجتماعی مهم است و باید بدان توجه شود (کاتز، ۲۰۰۳، به نقل از جوادی یگانه و همکاران، ۱۳۹۱، ۳۰).

دیدگاه دیگر در چهارچوب مفهومی تجربه از تکنولوژی نظریه «جان گروهل» است. اگرچه گروهل این دیدگاه را به‌طور ویژه درباره اعتیاد به اینترنت مطرح کرده است، می‌توان آن را به دیگر فضاها و شبکه‌های مجازی خویشاوند و مرتبط با اینترنت و ابزاری که زمینه این ارتباط را برقرار می‌کند، یعنی موبایل هم بسط داد. از نظر او استفاده افراطی از اینترنت نوعی اختلال منحصربه‌فرد و جدید نیست، بلکه شیوه متفاوتی برای برخورد با فشارها و تنش‌های زندگی است. بیشتر افرادی



1. Katz

2. Surin and Tankard



که فکر می‌کنند به اینترنت معتادند می‌خواهند از مشکلات خود فرار کنند. روشن کردن تلویزیون به دلیل بی میلی به صحبت کردن با همسر یا بیرون رفتن از خانه و گردش با دوستان به دلیل فرار از خانه، هیچ تفاوتی با استفاده از اینترنت ندارد؛ تفاوت فقط در شیوه عمل است. طبق نظر گروهل فرضیه دیگر درباره استفاده افراطی از اینترنت، مقطعی بودن این رفتارهاست. احتمالاً بیشتر کسانی که به استفاده از اینترنت معتادند، کاربران جدید آن‌اند. این افراد اولین مرحله خوگرفتن با محیط جدید را با غرق کردن کامل خود در آن تجربه می‌کنند و از آنجا که این محیط بسیار بزرگ‌تر از همه چیزهایی است که در گذشته تجربه کرده‌ایم، بعضی افراد در مرحله خوگرفتن اشتیاق بیشتری در مقایسه با برخی دیگر دارند. بنابراین، این رفتارها مقطعی است و بعد از مدتی میزان آن کاهش می‌یابد. گروهل می‌گوید: میلیون‌ها نفر دقیقاً همین مسیر را در مواجهه با بازی‌های ویدئویی، استریوهای پخش صوت، ماشین‌ها، کلاس‌های جدید، ورزش جدید طی می‌کنند (قاسمی و ملک‌احمدی، ۱۳۸۹، ۶۴-۶۲). رویکرد دیگر در چهارچوب مفهومی پژوهش «رویکرد دریافت» برگرفته از مقاله هال درباره رمزگذاری و رمزگشایی است. بنابر دیدگاه او رمزگشایی یا قرائت از محتوای رسانه‌ها سه نوع است: قرائت مسلط، قرائت تطبیقی و قرائت مخالف. وقتی مخاطب پیام را مطابق با رمزگان مرجعی که رمزگذاری با استفاده از آن صورت گرفته رمزگشایی می‌کند، می‌توان گفت که بیننده درون رمزگان غالب قرار دارد. ایستادن در جایگاه رمزگان توافقی به این معناست که افراد هدف و ایدئولوژی پنهان پیام را درک می‌کنند، اما به دلایل متفاوت از جمله منافع فردی، رفتار خود را تغییر نمی‌دهند. ایستادن در جایگاه متعارض به این معناست که مخاطب می‌تواند هم معنای لفظی و هم معنای ضمنی را درک کند و پیام را به شیوه‌ای کاملاً متضاد بفهمد (هال، ۱۳۸۲^۱، ۳۳۷).

بر این اساس، رویکرد بازتاب بر استفاده از رسانه به مثابه بازتابی از زمینه اجتماعی-فرهنگی و نیز بر فرایند معناسازی برای تجربیات و محصولات فرهنگی تأکید می‌کند و مدل محرک-پاسخ اثرات رسانه‌ها و نیز باور به پیام‌ها یا متن‌های دارای قدرت تام و تمام را مردود می‌داند (اسمیت^۲، ۱۳۸۳، ۶۵). همچنین، یکی از اصولی که سنت تحلیل دریافت بر پایه آن بنا شده است، چندمعنایی بودن متون است (ویلیامز^۳، ۱۳۸۶، ۱۲۰). از نظر مک‌کوایل نیز، پیام‌های

1. Hall
2. Smith
3. Williams

ارتباطی را می‌توان از سوی دیگر گروه‌های اجتماعی و فرهنگی به راه‌های متفاوت (بسته به هدف و منظور تولیدکنندگان آن پیام‌ها) بازخوانی یا رمزگشایی کرد (مک کوایل،^۱ ۱۳۸۵، ۸۶).

پیش‌فرض بنیادین در تحلیل دریافت این است که متون رسانه‌ای معنایی ثابت یا ذاتی ندارند، بلکه متون در لحظه دریافت از طرف مخاطب معنا می‌یابند و متن نمی‌تواند بدون وابستگی به خواننده معنا تولید کند (لیوینگستون^۲، ۲۰۰۰، به نقل از منتظر قائم و کاوند، ۱۳۹۳، ۱۱۵).

محتوای رسانه‌ها به دلیل خاصیت چندمعنایی‌شان قابلیت پذیرش تفاسیر و برداشت‌های گوناگون را دارند و مخاطب در رمزگشایی متون رسانه‌ای از شرایط و موقعیت‌های خاص و مهم‌تر از همه درک و شناختی که از خود دارد یا، به معنای دیگر، هویتی که دارد، متأثر است (فیسک^۳، ۱۹۹۴، به نقل از منتظر قائم و کاوند، ۱۳۹۳، ۱۱۶).

روش مطالعه

روش مطالعه این پژوهش پدیدارشناسی^۴ است؛ این روش یکی از انواع روش‌های کیفی است که تجربیات انسان‌ها را بررسی می‌کند. محققان در این روش به دنبال مطالعه تجربیات کاربران از ارتباطات مجازی هستند. در تحقیقات پدیدارشناسانه معمولاً از نمونه‌گیری هدفمند استفاده می‌شود. منطق و قدرت نمونه‌گیری هدفمند در انتخاب افراد غنی از اطلاعات به‌منظور مطالعه عمیق آن‌ها نهفته است. پولیت و هانگر، ۲۰۰۰، بر آنند که حجم نمونه معمولاً کمتر از ۱۰ نفر است (ادیب حاج‌باقری و همکاران، ۱۳۸۹، ۹۶). نمونه‌گیری پژوهش مشتمل بر ۱۲ کاربر است که قادرند تجربیات خود را در استفاده از وسایل ارتباطی مجازی گوناگون بیان کنند. نمونه‌گیری به شکل هدفمند از کاربرانی انتخاب شد که روابط مجازی خود را آگاهانه بازاندیشی کرده بودند و تا اشباع داده‌ها^۵ ادامه یافت. اشباع عبارت است از اینکه با ادامه جمع‌آوری داده‌ها، داده‌های جمع‌آوری‌شده تکرار داده‌های قبلی باشد و اطلاعات جدیدی حاصل نشود. بنابراین، در تحقیقات کیفی تکرار اطلاعات قبلی یا تکرار تم‌ها و نکات برجسته نشانه کفایت حجم نمونه است (همان، ۳۶).

ابزار مطالعه این تحقیق استفاده از مصاحبه نیمه‌استاندارد و گفت‌وگوی عمیق و ژرف با کاربران بود. مصاحبه‌ها بین ۳۰ تا ۷۰ دقیقه به‌طول انجامید و مکالمات با دستگاه ضبط صوت ثبت شد و



1. McCoylee
2. Livingstone
3. Fisk
4. phenomenology
5. data saturation

سپس لغت به لغت و دقیق روی کاغذ پیاده شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش آنالیز ۷ مرحله‌ای کولایزی استفاده شد (نیکبخت نصرآبادی و صانعی، ۱۳۸۳، ۱۴۲)؛ بدین صورت که ابتدا گفته‌های شرکت‌کنندگان به دقت خوانده شد و جملات مهم مرتبط با پدیده مورد بررسی استخراج شد و معنای هر یک از جملات فرموله شد. سپس این معانی به صورت خوشه‌ها و تم‌هایی از موضوعات دسته‌بندی شد و در نهایت به یک ساختار بنیادی تقلیل داده شد.

در این تحقیق برای اثبات صحت و استحکام داده‌ها از دو معیار اعتمادپذیری و انتقال‌پذیری استفاده شد. از نظر لینگن و کوبا «حضور طولانی مدت محقق در میدان مشاهده و مشاهده مداوم»، احتمال اعتمادپذیری نتایج را افزایش می‌دهد (فلیک^۱، ۱۳۸۸، ۴۲۰). برای این منظور داده‌های تحقیق در دوره زمانی ۴ ماهه و با توجه به تجربه قبلی محققان در خصوص فضای مجازی جمع‌آوری شد. علاوه بر این، کولایزی از اعتبار پایانی یا نهایی صحبت می‌کند؛ اعتباری که با مراجعه به هر یک از مطلعان به دست می‌آید. او اعتباریابی توصیف‌های جامع از پدیده‌های مورد مطالعه را از سوی مشارکت‌کنندگان، مهم‌ترین معیار ارزیابی یافته‌های تحقیق پدیدارشناسی می‌داند (محمدپور، ۱۳۸۹، ۲۸۴). در این مورد پژوهشگر متن مصاحبه را به مشارکت‌کنندگان داد و از آن‌ها خواست تا یافته‌ها را مطالعه کنند و همسانی آن را با تجارب خویش کنترل کنند.

اصطلاح انتقال‌پذیری نیز جانشینی برای اصطلاح روایی بیرونی و نزدیک به اندیشه تعمیم‌پذیری مبتنی بر تئوری است، که بر گسترش یافته‌ها و نتایج مطالعه به سایر محیط‌ها و موقعیت‌ها اشاره دارد (هومن، ۱۳۸۵، ۶۲). در پژوهش‌های کیفی بیش از آنکه به این توجه شود که نمونه‌ها نمایانگر کل جامعه هستند، توجه معطوف به این است که اطلاعات کسب‌شده، نشانگر کل اطلاعات موجود باشد (ادیب حاج‌باقری و همکاران، ۱۳۸۹، ۶۲). برای این منظور، هر فرد نمونه از جنبه‌های متفاوت، در حد امکان و به طور کامل بررسی شد.

جدول ۱. مشخصات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

ردیف	اسم مستعار	سن	تحصیلات
۱	نیما	۴۰	دکتری
۲	علی	۳۷	دکتری
۴	سمانه	۲۹	دکتری
۵	مهدی	۲۴	کارشناسی ارشد
۶	سارا	۲۳	کارشناسی ارشد
۷	آرش	۲۵	کارشناسی ارشد



ردیف	اسم مستعار	سن	تحصیلات
۸	لاله	۲۰	کارشناسی
۹	محمد	۲۱	کارشناسی
۱۰	مینا	۲۲	کارشناسی
۱۱	صادق	۲۰	کارشناسی
۱۲	مریم	۱۷	دیپلم

یافته‌ها

حاصل تجزیه و تحلیل یافته استخراج دو تیم «تجربه از تکنولوژی» و «تجارب ارتباطی» در رابطه با پدیده «موبایلی شدن» بود؛ محقق ابتدا ویژگی‌های موبایلی شدن روابط، مانند سرعت به‌جای تأمل، کمیت به‌جای کیفیت، انتقال پیام به‌جای انتقال معنا، ارتباط با ابزار به‌جای ارتباط با افراد را از گفت‌وگوی خود مشارکت‌کنندگان استخراج کرد. حاصل پیگیری این ویژگی‌ها در تجارب مشارکت‌کنندگان «تجربه از تکنولوژی» با زیر تیم‌های آشنایی اولیه و عامل جذب، غرق شدن در محیط و ایجاد الزام ارتباط، عریانی و کشف کامل محیط، دلزدگی و کنترل عامدانه و همچنین «تجارب ارتباطی» با زیر تیم‌های سوء تفاهم‌های ارتباطی، عدم شکل‌گیری ارتباط کامل، بازنمایی‌هایی غیر واقعی، تداخل حریم‌ها و مرزهای ارتباطی و قرائت فردگرایانه به‌جای درک متقابل بود. که در مدل زیر نشان داده شده است. در ادامه هر یک از این تیم‌ها با استفاده از گفته‌های خود مشارکت‌کنندگان ارائه می‌شود.



بازنمایی‌هایی غیر واقعی
صرف انرژی زیاد برای شکل دهی رابطه
تداخل حریم ها و مرزهای ارتباطی
قرانت فردگرایانه به جای درک متقابل

شکل ۱. نتایج حاصل موبایلی شدن روابط

موبایلی شدن روابط

تجارب مشارکت‌کنندگان در ارتباط از طریق اینترنت، موبایل و نرم‌افزارهای فضای مجازی بسته کاملی را ارائه داد که از آن با عنوان موبایلی شدن روابط یاد می‌کنیم؛ بدین صورت که ویژگی‌ها و ماهیت خاص و زمینه‌کاربرد موبایل وارد لایه‌های انسانی شده و سبب تغییر شکل روابط می‌شود. موبایل برای سرعت در برقراری ارتباط به بازار آمد و با توجه به شرایط زندگی شهری کنونی، بودن آن اجتناب‌ناپذیر و حتی مفید است، ولی در روابط نزدیک و غیرکاری «سرعتی که تلفن همراه و اینترنت در برقراری رابطه به من می‌دهد، باعث میشه خیلی چیزهای رابطه از بین بره، من فرصت فکر و شناخت ندارم، انتظاراتم بالا میره، دوست دارم سریع جواب تلفن یا پیامم را دریافت کنم، سرعت باعث سوءتفاهم میشه، چون فرصت فکر رو ازت می‌گیره، ارتباطی که کندتر پیش میره، فرصت فهم رو به ما می‌ده و لذت رابطه روا بیشتر می‌کنه». بنابراین، انتظار برقراری ارتباط بدون فهم زمینه و شرایط فرد موجب سوءتفاهم و نیز صرف انرژی زیاد برای حل آن می‌شود.

مورد دیگر جایگزین کمیت رابطه به جای کیفیت رابطه است. «خوبی فیس‌بوک اینه که می‌تونی دوستای قدیمیت رو پیدا کنی» یا «فیس‌بوک رو دوست دارم. خیلی وقته عضویش شدم. چند تا دلیل داره، یکی اینکه بیشتر اقوام و فامیل هامون خارج از کشور زندگی می‌کنن و تنها وسیله ارتباطیم باهاشون فیس‌بوکه؛ از طرفی یه دیواره که می‌تونم احساساتم رو روش بنویسم، مثل کاغذ چرک‌نویسم می‌مونه» یا وسایل ارتباطی ممکنه «ارتباط رو سست کنه، ولی از پاره‌شدن اون جلوگیری می‌کنه. خوبی وایبر همینه! ارتباط رو سست می‌کنه، ولی نمی‌ذاره پاره بشه. تا وقتی موبایل نبود خیلی از دوستی‌ها تمام می‌شد، ولی الان طرف میره ولی نمرده. دوستم داشت از ایران می‌رفت احساس می‌کردم داره می‌میره، رفت تمام شد. ولی بعد از پخت‌کردن باهاش به خودم قبولوندم که رفته، ولی زنده‌ست». اما سؤال دیگری مطرح است که «کمیت رابطه چه اهمیتی داره؟ شما تا رابطه سست پاره نشده داشته باشی چه فایده‌ای برات داره؟ تو یه سطح دیگه شخصیت تو



فصلنامه علمی - پژوهشی

۱۱۱

پدیدارشناسی تجربه
کاربران از ...



همین طوری شکل می‌گیره. اینا مثل خط‌هاییه که روح تو رو خط‌خطی کرده و تو عادت کردی آدم‌ها رو معلق نگه داری، تکلیفشون مشخص نشه. تکنولوژی یه کلکی به ما می‌زنه، مثلاً آگه فیس بوک نبود، من فلان دوست قدیمیم رو یادم نمی‌اومد یا با اون کسی که اون سر دنیاست، رابطه نداشتیم، ولی این به چه درد می‌خوره. از طرفی خودِ تکنولوژی این جدایی رو ایجاد کرده. آگه تکنولوژی نبود، هواپیمایی هم نبود که تو بری اون سر دنیا. تکنولوژی خودش این بستر رو ایجاد می‌کنه و براش وسیله فراهم می‌کنه تا با هم ارتباط بگیریم».

مورد دیگر این است که کاربران با استفاده از وسایل ارتباطی و به‌ویژه موبایل، بیشتر پیام منتقل می‌کنند تا معنا و این به‌علت ذات و خاصیت فنی این وسایل است. نوشتاری بودن این وسایل، نبود حضور جسمانی و همچنین محدودیت کاراکتر، سطح ارتباط را از انتقال معنا به انتقال پیام تنزل می‌دهد؛ «آدم نمی‌تونه حس واقعیش رو بیان کنه؛ یعنی اون حس منتقل نمی‌شه، به‌خاطر اینکه چیزی که آدم تو چشم مخاطبش می‌بینه و با چشم منتقل می‌کنه با حروف نمی‌تونه، مخصوصاً آدمی مثل من که ارتباط چشمی خیلی خوبی می‌تونم برقرار کنم».

از همین‌جا وارد مقوله «ارتباط با ابزار به‌جای ارتباط با افراد» می‌شویم «همه این وسایل باعث شده که ما کمتر با هم حرف بزنیم و مشکلاتمون رو مطرح کنیم. مخصوصاً توی خانواده که چند وقتی من می‌بینم همه یه گوشی توی دستشونه همه کنار هم نشستیم و هیچ حرفی با هم نمی‌زنیم، ولی همون لحظه داریم با هم پیام می‌دیدیم. به نظرم دردناکه من که امید زیادی ندارم برای بهبود اوضاع. چون بر اساس تجربه کم خودم می‌دونم تعداد کمی از آدم‌ها به اعمال و رفتارشان خودآگاه هستن و از دست بقیه هم کاری برای آگاهی‌بخشی برنمیاد چون سلطه این وسایل به‌شدت بالاست» یا «وقتی با یه آدم خیلی با وایبر صحبت می‌کنم، اون آدم برای من یه شخص مجزای وایبری میشه. من یه آدمی رو دارم که فقط در حد یه شماره و یه اسم و فراتر نمیره، ولی وقتی می‌بینمش یه آدم جدایی میشه. بعد از یه مدت وجود مستقلی پیدا می‌کنه خارج از حضور جسمانی که بیرون می‌بینی. این آدم داره دوتا آدم میشه یکی تو وایبر، یکی بیرون».

تجربه استفاده از تکنولوژی

فرایند تجربه استفاده از تکنولوژی را می‌توان بر اساس طیفی از تجربیات، از آشنایی اولیه و غرق شدن در محیط تا عبرانی و دزدگی و در نهایت کنترل عامدانه ترسیم کرد. چنین طیفی به‌صورت روایتی از مشارکت‌کنندگان در پژوهش پیگیری می‌شود.



هر وسیله ارتباطی جدیدی به‌ویژه در حوزه فضای مجازی، در وهله اول، در کاربر شوق آشنایی و کاوش را بر می‌انگیزد. برای چنین هدفی باید با شیوه‌های گوناگون، مانند افزودن کاربری‌های جدید، به‌روزرسانی مداوم، ایجاد محیط‌های گرافیکی جدید مخاطب را جذب کرد. به چنین مواردی باید رایگان‌ی یا کم‌هزینه بودن را افزود، مثلاً برای نرم‌افزارهای موبایل، مانند «وایبر که یه تلفن مجانی با کارایی بالا است، تو براش کارکرد تعریف نمی‌کنی! فقط میزان استفاده‌ات رو ازش زیادتر می‌کنی! عملاً هر ایده هرزی هم به سرت بزنه، می‌تونی با وایبر بهش جامعه عمل بپوشونی»، «می‌خوام بگم که دقیقاً هر چی رایگان باشه، به‌سمت استفاده هرز میره! بین وقتی یه چیزی ارزش یا هزینه داشته باشه، تو برای خرج کردنش برنامه‌ریزی می‌کنی و سعی می‌کنی بهترین استفاده رو ازش بکنی، ولی وقتی نه، تو فقط مصرفش می‌کنی مهم نیست کجا؟» مثل «دوربین‌های عکاسی آنالوگ و دیجیتال، اون موقع همه عکس‌ها رو باید تنظیم می‌کردن همه باید درست و مرتب می‌ایستادن تا یه عکس گرفته بشه! چون عکس و اون فیلم عکاسی هزینه بالایی داشت، ولی الان همه با گوشی‌شون یه دوربین دیجیتال دارن که بدون هزینه عکس می‌گیره. برای همین این همه عکس چرت‌وپرت و مزخرف دارین الان! و پدیده جدیدی به‌نام سلفی یا خودکی! مردم با موبایل از خودشون عکس می‌گیرن» یا اینکه «تو وقتی یه گوشی جدید می‌خری، روز اول چقدر وقت می‌ذاری تا ببری همه چیزشو یاد بگیری؟ روز صدم چطور؟ بین وایبر الان در مرحله جذابیتشه! الان استفاده از فیس‌بوک کمتر شده! نشده؟ این جذابیت، هزینه‌ای برای کاربر نداره! تنها هزینه‌ای که براش داره وقت کاربره! پس الان تو یه چیز جذاب داری که هزینه‌ای هم برات نداره. پس تا مدت زیادی باهاش بازی می‌کنی! تا وقتی که یه اسباب‌بازی جدید بهت بدن یا اینکه برای وقتت یه کاربری دیگه پیدا کنی!»

چنین عواملی در غرق شدن در محیط مؤثر است و در رابطه نوعی الزام ایجاد می‌کند، به معنی «نیاز به اتصال به دیگران، نیاز به ارتباط با دیگران هر وقت دلت خواست. یه وسیله داری که هر وقت بخوای می‌تونی ازش استفاده کنی برای شنیدن صدای هرکسی رو که باهاش کار داری یا دوشش داری، یا می‌خوای باهاش دعوا کنی. بعد این همه سال نیاز به ارتباط فوری توی ما تقویت میشه حالا ماییم و یه نیاز کله‌گنده. ماها اگر تلفن نباشه حتماً احساس تنهایی می‌کنیم» یا «الان که موبایلم پیشرفته‌تره و به اینترنت وصل میشه به‌شدت وقتم رو می‌گیره با اینکه وقتی میری توی وایبر و واتس‌آپ می‌بینی هیچ خبری نیست، ولی وقتی آن نیستی فکر می‌کنی الان که اونجا نیستی داره یه خبرهایی میشه که تو ازش بی‌خبری. برای همین دوباره آن میشی می‌بینی نه خبری نیست. این یه دور باطله که می‌گرده».



عده زیادی از کاربران در این مرحله می‌مانند، اما کسانی که بازاندیشانه و آگاهانه با این وسایل ارتباطی برخورد می‌کنند به مرحله «عریانی و کشف کامل محیط» می‌رسند؛ به این معنا که پس از زیور کردن زوایای گوناگون آن، وسیله ارتباطی برایشان به وسیله‌ای عادی تبدیل می‌شود که حتی می‌توانند به راحتی آن را کنار بگذارند یا در حد ضرورت از آن استفاده کنند.

عریانی گاهی با «دلزدگی» همراه است. «مریضی شده من دوشش ندارم. قدیما راحت تر بودم؛ وابستگی به وسیله‌ای رو دوست ندارم که ارتباط چهره‌به‌چهره رو ازم گرفته، چاقم کرده، تنبلم کرده، کمتر با غریبه‌ها دوست میشم، تازه اگه شارژش هم تمام شد که مصیبت، ایناش رو دوست ندارم. قبلاً می‌رفتم خواهرم رو می‌دیدم الان فقط تلفن می‌زنم. اگه دو ساعت خونه نبود، دلواپس می‌شدم، می‌رفتم طرفش. اگه خونه نبود، با بقال سر کوچه آشنا می‌شدم، حرف می‌زد، تا خواهرم بیاد، ولی الان یه زنگ می‌زنم به موبایلش می‌فهمم رفته خرید. البته اینا لزوماً بد نیست، ولی ندیدنش بده»، «می‌دونی برای من و شما خوبه، ولی برای من و مامانم بده، برای شما و مادرت بده، باید رفت، دید، دستش رو گرفت، تو چشمات نگاه کرد، پیر شدنش رو لمس کرد، چروک شدن دستش رو، استخونی شدن دستش رو».

چنین چیزی در نهایت به «کنترل عامدانه» وسایل ارتباطی منجر می‌شود که شامل حذف برخی از نرم‌افزارهای موبایل یا استفاده صرفاً ابزاری و نه ارتباطی از آن می‌شود؛ «من حتی رفتم یه گوشی خریدم که وایبر روش نصب نشه تا فقط در مواقع استراحت و تفریح با لپ‌تاپ بشینم پاش» یا «من معجز رو گرفتم. هیچ وقت من رو در محیط مجازی با واقعی متفاوت تجربه نمی‌کنی، همونی که در واقعیت هستم، اینجا هم هستم، عامدانه هم تلاش می‌کنم. اگه تو واقعیت شوخی‌های آن‌چنانی نمی‌کنم، اینجا هم نمی‌کنم. البته وسوسه و امکانش وجود داره. از زمانی که با این شکاف آشنا شدم، نداشتیم برای خودم اتفاق بیفته. خودمم و بهش ورود نکردم، چون دیدم یه دلانیه که کل انرژی رو می‌بره از این راهرو به اون راهرو. حتی مشارکت من در دنیای مجازی مثل دنیای واقعیه».

گاهی نیز جدایی ناخواسته از فضای مجازی فرد را به این هوشیاری می‌رساند که مصرفش زیاد از حد بوده و حتی نبودن یا کنترل چنین ابزارهایی چقدر در آرامش او مؤثر است؛ «یه مدتی که معتاد فیس‌بوک شده بودم تقریباً، و منظورم از معتاد این بود که مثلاً حتماً قبل خواب باید و باید فیس‌بوکم رو چک می‌کردم. تا اینکه یه بار یه سفر رفتم و چند روز ازش استفاده نکردم. متوجه شدم که اگه چند روز هم فیس‌بوکم رو چک نکنم هیچ اتفاق بدی نمی‌افته و بعد متوجه شدم که نه تنها اتفاق بدی نمی‌افته، بلکه خوب هم هست! از اونجا بود که کلاً به جای اینکه این نرم‌افزارها روی من تأثیر بذارن، من بر حسب نیاز می‌رفتم سراغ اون!».

تجارب ارتباط مجازی

تجربه کاربران از ارتباطات مجازی، تجربه ارتباطی ناقص و تا حدی ناموفق بوده است. به دلیل نبود مؤلفه‌های یک ارتباط کامل در ارتباط مجازی میزان «سوءتفاهم‌ها»، به‌ویژه در زمان رساندن معنا و قابل فهم کردن آن، بالا می‌رود. «افراد خیلی دچار سوءتفاهم میشن. وقتی آدم رودررو با یکی حرف می‌زنه میمیک صورتش رو می‌بینه، می‌تونه متوجه حال و احوالش بشه، ولی توی چت اینطور نیست و این بده».

ماهیت چنین وسایلی بیشتر به شکلی است که «بهترین استفاده‌ای که میشه ازش کرد، یه نوع استفاده ابزاریه؛ اینکه به‌عنوان یه ابزار ازش استفاده کنی تا ملاقات‌های رودرروی رو برنامه‌ریزی کنی، مخصوصاً توی این گروه‌های وایبری، یا همون استفاده تلگرافی که من میگم. به نظر من ارتباط مجازی هیچ‌وقت نمی‌تونه یه ارتباط واقعی باشه». حتی نرم‌افزارهایی که کاربری‌های گوناگونی مثل، متن، صدا و تصویر را با هم دارند، باز هم از این انحراف به دور نیستند، مثلاً «وایبر یه تفاوت‌هایی با ارتباط شفاهی داره، یه تفاوت‌هایی هم با ارتباط مکتوب. بینابینه؛ سرعتش از کتبی بیشتر و از شفاهی کمتره. ابهام کتبی رو داره. درسته سریع شفاف می‌کنی، ولی باز ابهام داره. به محض اینکه تلفنی میشه دستیافتنی‌تر میشه، یهو زمینی‌تر میشه، ولی اینجا یه موجود مبهم کاملاً بیگانه است که تو می‌تونی باهاش هر کاری کنی یا می‌تونی هر چیزی بهش بگی. حتی اگه شناخته شده هم باشی باز یه سری قواعد سرجاش هست. می‌تونی غلو بزنی، مثلاً درحالی که خوابیدی، بگی دارم می‌خندم».

همچنین، روابط مجازی با «بازنمایی‌هایی غیرواقعی» نیز همبسته است که باز منجر به تحریف ارتباط می‌شود، «مثلاً شخصی رو که بیرون کاملاً محجبه می‌بینی، توی فیس‌بوک نیمه‌لخت می‌بینی. یا کسی که از طبقات پایین اجتماعیه، عکسی از خونه‌اش رو می‌بینی که غیرواقعی؛ یعنی از یه جایی عکس گرفته که نماینده کل خونه نیست».

به‌علاوه، در ارتباط‌های نزدیک و عمیق استفاده‌های فراتر از ماهیت و کارکرد تعریف‌شده این وسایلی منجر به ایجاد سوءتفاهم‌های اساسی و «شکست کامل رابطه» می‌شود. «چند وقت پیش داشتم با یه آقایی آشنا می‌شدم. خیلی هم ازش نگذشته بود. رابطه‌مون هم کاملاً واقعی بود و اصلاً تو دنیای مجازی زیاد حرف نمی‌زدیم. بعد از حدود یه ماه یه بار تو چت فیس‌بوک یه مسئله‌ای رو که قبلاً سرش بحث کرده بودیم و به نتیجه هم رسیده بودیم، باز کرد. بحثمون بالا گرفت و همون جا ختم رابطه ما شد. مایی که کاملاً ارتباطمون حساب‌شده و تعریف‌شده بود و به بهترین





نحو داشت پیش می‌رفت، ولی سر به موضوع بی‌خود، اون هم مجازی، قطع شد. خب من شک ندارم اگر توی دنیای واقعی این بحث رو می‌کردیم، حتماً درست حل و فصل می‌شد، ولی این طوری نه».

جز موارد شکست در رابطه، رابطه مجازی مستلزم صرف انرژی زیادی برای برقراری و نگهداری است. «ارتباط از نزدیک هزار تا وسیله داره، انرژی کمتری می‌بره، چشم و ابرو، دست، شونه به شونه شدن، زبان بدن، لحن، ولی ارتباط بدون چهره خیلی انرژی می‌گیره. باید از جملات پیچیده‌تر استفاده کنی که کار چهره و دست و پا رو بکنه؛ یعنی باید بری سر به قراردادهایی که وجود داره، مثلاً یه استیکر تو وایر». البته این قراردادها نیز به شکلی است که به‌طور کامل خلاهای ارتباطی را پر نمی‌کند. «نصفه می‌تونه! مثلاً اگر قراره توش خیلی احساس باشه، منظور رو نمی‌رسونه! مثلاً تصور کن می‌خوای به یکی بگی دوستت دارم، سه تا قلب هم با شکل براش می‌فرستی، ولی اگه تو چشم یکی نگاه کنی، یه دست رو صورتش بکشی، آروم و با صدای نرم بگی خیلی قابل باورتره تا با عکس و شکلک».

مورد دیگر این است که روابط مجازی «مرزها و حریم‌های ارتباطی» را، که در دنیای واقعی رعایت می‌شود، دچار تغییرات اساسی می‌کند. «خواهرزاده‌ام تو دنیای واقعی بهم می‌گه شما، دایی جون، ولی تو وایر ادبیاتش به ادبیات هم‌سن برابرتی تبدیل میشه. چون ارتباط کتبی، طرف به دیگری تعمیم یافته‌ست، خیلی خاص و مشخص نیست، سن و جنس و تحصیلات رو می‌شکته». در مسائل جنسی نیز افراد در فضای مجازی آزادی بیشتری را تجربه می‌کنند. «چت خیلی جنسیه. یه شعف جنسی هم داره. گم‌گشتگی و غریبگی ضریب آزادی رو بالا می‌بره. راه دررو هم فراهمه. راحت حرف می‌زنی و جسارت می‌کنی. می‌تونی لذت جنسی کلامی رو ببری و نگران پیامدهاش هم نباشی».

تجربه مشارکت‌کنندگان در استفاده از فضای مجازی برای روابط نزدیک احساسی حاکی از شکست در رابطه و همچنین به‌دست آوردن تصویر غیرواقعی از شخص مقابل است و در نهایت، منجر به «قرائت فردگرایانه به جای درک متقابل» می‌شود، زیرا کاربران، به‌علت کامل نبودن ارتباط، فهم و برداشت خود را از متن گفت‌وگو دارند، تا اینکه واقعاً منظور طرف مقابل را درک کرده باشند. «آدم‌ها با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، روابط واقعی شون رو با آدم‌های واقعی کم می‌کنن و روابط مجازی شون رو توی فضای مجازی افزایش میدن»؛ چنین چیزی بستگی زیادی به خاصیت نوشتاری بودن رابطه دارد، زیرا «متن و نوشتار قرائت‌پذیره و تعبیرپذیریش بالاست، وقتی ما چندین و چندبار اونا رو می‌خونیم به دروغ، یه متن رو اغراق‌آمیز می‌کنیم، یا اینقدر این متن را تکرار می‌کنیم،

جمله‌ها‌ی بزرگ و بزرگ‌تر همیشه و در نهایت به یه متن مقدس تبدیل میشه. ما این جمله‌ها را حفظ می‌کنیم و شدیداً شیرین میشه و فاعل جمله یه موجود قدسی میشه که هویتی فرازمینی داره».

این درحالی است که «ارتباط چهره‌به‌چهره خیلی زمینی‌تره، خیلی انسانی‌تر و مدنی‌تره. تو آدم روبه‌روت رو به لحظه درک می‌کنی، چون توی کانتکس گفت‌وگو هست، میگی، می‌شنوی، این رفت و برگشت قرائت‌پذیری متن رو خیلی کم می‌کنه. اگه خطا دریافت کنی طرف مقابل سریع اصلاح می‌کنه که منظورم این نبود. اشتباه برداشت نکن» در واقع «گفت‌وگو ذوب افق‌هاست. من و شما توی یه زمینه‌ای متفاوت فکر می‌کنیم. چون هر کدوم از یه جهانی اومدیم بعد شما برای من توضیح میدی. همین که بشنوم باعث میشه بفهمم. با گفت‌وگو افق‌ها رو از بین می‌بری، به هم شبیه می‌شیم. اینا هنر گفت‌وگوست» بنابراین، «واقعاً برای شروع یه رابطه و شناخت، ابزارهای مجازی به درد نمی‌خورن و از طرف مقابل فهم اشتباهی به ما میدن. ما با یه متن خام روبه‌رویم بدون هیچ حسی و بدون اینکه بدونیم این متن چه تفسیری داره و چون از طرف مقابل هم شناخت نداریم اون رو در چهارچوب ذهنی خودمون تفسیر می‌کنیم».



نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی تجارب کاربران از «مفهوم موبایلی شدن»، به‌مثابه یکی از مشخصه‌های جهان مدرن است و ربط مستقیمی با موبایل ندارد و بیشتر به‌عنوان یک سبک زندگی سرعتی با ویژگی‌هایی، مانند سرعت و کمیت شناخته می‌شود. نتیجه تحلیل یافته‌ها، استخراج دو مقوله «تجربه از تکنولوژی» و «تجارب ارتباطی» است.

مؤلفه‌های موبایلی شدن نخست «ظهور اعداد» و دوم مفهومی است که جیمز گلیک آن را «شتاب‌بخشی» می‌نامد. در فرایند موبایلی شدن فقط مردم نیستند که با یکدیگر پیوند می‌یابند، بلکه فناوری‌ها و سیستم‌ها نیز به هم متصل می‌شوند. پارادوکس موبایلی شدن این است که افراد بی‌شمار جداگانه در پی برآوردن خواست‌های خود هستند، و با این حال نادانسته در چنبره یک سیستم بزرگ گرفتارند، که اگر این فرایند به‌طور کامل شکل بگیرد، الگوی اصلی ارتباطات نه دو نفره بلکه یک‌نفره خواهد بود. در چنین عصری ارتباطات اساساً به جریان درون سیستم اشاره خواهد داشت (مارسن، ۱۳۹۳^۱، ۳۷-۱۷). بر این اساس با روش پدیدارشناسی با ۱۲ نفر از کاربران وسایل ارتباطی، با تأکید بر فضای مجازی به‌طور عمیق گفت‌وگو کردیم. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند انتخاب شد و با کاربرانی که فضای مجازی را آگاهانه و بازاندیشانه ارزیابی



کرده بودند و با آن مواجه شده بودند، مصاحبه کردیم. یافته‌ها در بخش «موبایلی شدن روابط» نشان داد که ۴ مقوله «سرعت به‌جای تأمل»، «کمیت به‌جای کیفیت»، «انتقال پیام به‌جای انتقال معنا» و «ارتباط با ابزار به‌جای ارتباط با افراد» در تجارب مشارکت‌کنندگان در استفاده از فضای مجازی قابل بررسی است.

تجربه‌های مشارکت‌کنندگان نشان داد سرعت برقراری ارتباط به‌ویژه در موبایل، پیامک و نرم‌افزارهای ویژه آن، مانند وایبر و واتس‌آپ فرصت تأمل را از افراد گرفته و به‌ویژه در روابط نزدیک و صمیمی موجب سوءتفاهم می‌شود.

تماس دائمی، بی‌معناشدن فاصله، در دسترس بودن همیشگی، و ارتباطات همه‌جا حاضر از یک‌سو ظرفیت‌های جدیدی به‌نام دسترسی‌های فوری فردی را فراهم آورده است و از سوی دیگر، مسیر جدیدی از زندگی را به‌وجود آورده است که می‌توان از آن به «فرهنگ فوری» تعبیر کرد. دسترسی فوری و یا فرهنگ فوری تنها لایه صنعتی و تکنولوژیکی ندارد، بلکه در بردارنده لایه‌های «انسانی» موبایل نیز هست (عاملی، ۱۳۸۵، ۱).

درحالی‌که روابط بین فردی نیاز به تأمل و فهم دارد، ولی وسایل ارتباطی مجازی، سرعت را جایگزین تأمل در روابط می‌کند. مورد دیگر جایگزینی کمیت رابطه به‌جای کیفیت است. محیط مجازی و سوسه ارتباط با افراد زیادی را در کاربران بر می‌انگیزد، بدون اینکه عمق و شناخت را در رابطه تقویت کند، مثلاً عبداللهیان و همکاران در پژوهش خود حلقه‌های آشنايان فعال فیس‌بوک را به دو دسته کلی دوستان کاربر در زندگی واقعی و دوستان مجازی تقسیم کردند که این دو دسته به زیرشاخه‌های ریزتر هم‌دانشکده‌ای، هم‌دبیرستانی سابق، دوستان قدیمی، هم‌محلّی، فامیل، آشنایی از طریق دوستان مشترک و کاملاً غریبه را دربر می‌گیرد (عبداللهیان و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۰۸).

درست است که «وسایل ارتباط جمعی فواصل را ناپدید می‌سازند» (اسلوین،^۱ ۱۳۸۰، ۸۳)، اما قطعاً این دایره وسیع نمی‌تواند به روابط عمیقی منجر شود و سطح رابطه را به‌اندازه میزان شناخت قبلی، که در رابطه رودرو حاصل شده، نگه می‌دارد. این طیف وسیع رابطه، با درنظر گرفتن زمان زیادی که صرف آن می‌شود، زمان و انرژی را برای روابط اساسی و رودرو کمتر می‌کند و همچنین بی‌عمقی روابط مجازی و نوع اطلاعات ردوبدل‌شده در آن را به دنیای واقعی می‌کشاند، زیرا ماهیت چنین فضایی، با فشردن الگوی مکالمه، اجازه ارتباطی بالاتر را نمی‌دهد و کاربران به لایک‌کردن و گذاشتن کامنت، حتی سطحی پایین‌تر، یعنی فرستادن متون گوناگون برای هم اکتفا می‌کنند و تصور می‌کنند با دوستان یا طیف وسیعی در ارتباط‌اند و اگر



فضای مجازی نبود امکان این ارتباط وسیع هم فراهم نبود. درحالی که این بیشتر به نوعی فریب شبیه است تا ارتباطی که نیازمند گفت‌وگو و فهم متقابل است. در چنین فضایی بین کاربران بیشتر پیام ردوبدل می‌شود تا معنا، زیرا ماهیت ابزار، یعنی نوشتاری بودن و چهره‌به‌چهره نبودن و همچنین «محدود بودن تعداد کلمات مورد استفاده، که اغلب پیام را از نظر محتوایی، کم محتوا و بی ارزش می‌کند و به دلیل انتقال ساده پیام، فرد را در موضعی کاملاً خنثی قرار می‌دهد» (کوثری و خیرخواه، ۱۳۸۷، ۶۴)، فقط امکان انتقال پیام را به کاربر می‌دهد؛ انتقال معنا فضای متفاوت‌تری را می‌طلبد. چنین چیزی ارتباط با ابزار را جایگزین ارتباط با افراد می‌کند؛ کاربران بیشتر با موبایل، لپ‌تاپ و تبلت و محیط‌های گوناگون مجازی در ارتباط‌اند تا با دوستان و خویشاوندشان. بنابراین، در ارتباط‌های مجازی «میزان درگیری طرفین، که مهم‌ترین خصوصیت همگانی روابط انسانی است (فرگاس،^۱ ۱۳۷۹، ۲۶۷)، بسیار کم می‌شود. حتی در نرم‌افزارهای چت، که محدودیت کاراکتر ندارند و گفت‌وگو در زمینه و به صورت رفت و برگشتی صورت می‌گیرد. همچنین، محتویات ردوبدل شده حاکی از آن است که افراد برای یکدیگر بیشتر متن‌های طنز می‌فرستند و کمتر با هم صحبت می‌کنند. وقتی انگیزه استفاده از متن‌های طنز را از آن‌ها جویا شوی، برای توجیه در پاسخ ایجاد ارتباط راحت‌تر را بیان می‌کنند. درحالی که هیچ‌یک از متون ارسال شده ویژگی ارتباطی ندارند. ساعت‌های طولانی پشت سیستم نشستن یا وقت گذراندن با موبایل صرفاً رابطه با ابزار است.

تم دیگر به دست آمده از یافته‌ها «تجربه از تکنولوژی» است که دربرگیرنده فرایند «آشنایی اولیه و عامل جذب»، «غرق شدن در محیط و ایجاد الزام ارتباط»، «عریانی و کشف کامل محیط»، «دلزدگی» و «کنترل عامدانه» است. تجربه مشارکت‌کنندگان نشان داد که آنها در وهله اول با اشتیاق زیادی وارد محیط‌های مجازی می‌شوند. این اشتیاق ناشی از جدید بودن فضا و تلاش برای کشف جوانب گوناگون و متعدد آن است که به نوعی غرق‌شدگی در محیط می‌انجامد. البته مدت‌زمان این غرق‌شدگی برای کاربران مختلف متفاوت است؛ یعنی برخی مدت زیادی در آن باقی می‌مانند و برخی نه. پس از آن عریانی و کشف کامل محیط است که در برخی موارد نیز با نوعی دلزدگی همراه می‌شود و استفاده کاربران را از فضای مجازی کمتر کرده و با کنترل بیشتری پیش می‌برد. بیشتر دلزدگی مشاهده شده در کاربران ناشی از انحراف در ارتباطات و آسیب‌ها و لطمه‌های روحی است که از این طریق متحمل شده‌اند و بخشی از آن نیز به از دست دادن زمان و انرژی زیاد در محیط‌ها مجازی و پی بردن به پوچی و بی‌عمقی آن برمی‌گردد. در کنترل عامدانه،



فرد آگاهانه تمهیداتی را اتخاذ می‌کند تا از کنترل شدن توسط فضای مجازی دور شده و زمان و نوع استفاده‌اش را خودش تعیین کند. البته به نظر می‌رسد که در سطح وسیع‌تر، چرخه این تجربه به‌طور کامل طی نمی‌شود، یعنی بیشتر کاربران در مرحله غرق‌شدگی برای مدت طولانی و یا حتی همیشه باقی مانده و فقط از محیطی به محیط دیگر می‌روند.

تجارب ارتباطی مشارکت‌کنندگان انواع تحریف در ارتباط، از جمله «سوءتفاهم‌های ارتباطی»، «عدم شکل‌گیری ارتباط کامل»، «بازنمایی‌های غیرواقعی»، «صرف انرژی زیاد برای ایجاد رابطه»، «تداخل حریم‌ها و مرزهای ارتباطی»، «قوانت فردگرایانه به‌جای درک متقابل» را نشان می‌دهد. ماهیت روابط مجازی مقتضی روابط سطحی، سرعتی و کوتاه‌مدت است. استفاده از این فضا برای ایجاد روابط عمیق و نزدیک مستلزم صرف انرژی زیاد و برخورد با سوءتفاهم‌های مکرر است و هرگز به معنای دقیق کلمه، به ارتباطی واقعی و کامل منجر نمی‌شود. همانطور که باومن می‌گوید «ظهور هم‌جواری‌های مجازی، پیوندهای انسانی را به‌طور هم‌زمان بیشتر و سطحی‌تر می‌کند، شدیدتر و کوتاه‌تر می‌کند. پیوندها بسیار سطحی و کوتاه‌تر از آن‌اند که به‌صورت علقه یا رشته الفت در آیند» (باومن،^۱ ۱۳۸۴، ۱۰۶). همچنین، هابرماس گفت‌وگورا متشکل از داعیه‌های کلامی مشتمل بر سه جهان خارجی امور و اشیا، جهان درونی آرا، اندیشه‌ها و عواطف، و جهان هنجاری ارزش‌ها و هنجارها به‌شبه بین‌الذاتانی می‌داند که در قالب مفاهیم صدق، حقیقت و صحت داعیه‌های کلامی تبلور می‌یابد. ادعای صدق به تطابق بین ادعاهای فرد و واقعیت بیرونی مربوط است، ادعای صحت به هنجارهای اجتماعی و ارزش‌های مشترک گفت‌وگوکنندگان و ادعای حقیقی بودن به انطباق بین نیت واقعی گوینده و ادعاهای کلامی وی باز می‌گردد (هابرماس^۲، ۱۹۸۵).

بررسی تجارب مشارکت‌کنندگان در ارتباط مجازی حاکی از آن بود که هیچ‌یک از داعیه‌های فوق در ارتباط‌های مجازی به‌طور کامل تحقق‌پذیر نیست.

در نهایت، باید گفت موبایلی شدن نه فرایندی فناورانه و تکنولوژیک، که فرایندی فرهنگی است. مسئله اختراع نیست، بلکه واداشتن مان به کاربرد و احساس نیاز کردن است. تقدیر تلفن همراه بردن ما از جهان «صحبت کردن» به جهان دیگری است که در آن «ارتباطات» پربار و سریع‌تر است (مارسن، ۱۳۹۳، ۱۸-۱۶). ارتباطات مجازی فقط تکنولوژی و وسیله نیستند، بلکه

1. Bowman
2. Habermas

نوعی شیوه نگرستن به زندگی روزمره‌اند که باور افراد را تغییر می‌دهند. استفاده از این وسایل الگوی مکالمه را فشرده می‌کند.

قائم به ذات شدن چنین رابطه‌ای را می‌توان در جهت جدایی سیستم از زیست جهان هابرماس قرار داد. تسلط الگوهای موبایلی بر روابط، مشارکت در دیالوگ ناب را امکان‌ناپذیر می‌کند و زندگی را بیش از پیش تحت کنترل قرار می‌دهد و ایجاد جامعه‌ای واقعی را، که مردم در ارتباط به «فهم» یا «اجماع» دست می‌یابند، امکان‌ناپذیر می‌کند و انسان‌ها را تک‌افتاده و منزوی می‌کند. در موبایلی شدن روابط، مهم‌ترین جزء ارتباط یعنی «فهم» مفقود می‌شود، زیرا ماهیت و کارکرد چنین ابزاری برای فهم متقابل نیست. در این سیر «معنا» کنار گذاشته می‌شود، زیرا معنا برای ارتباطات سریع بسیار کند است و در عوض به «پیام» اکتفا می‌شود، چون سریع و کاراست، و پاسخ را در کوتاه‌ترین زمان ممکن منتقل می‌کند. بنابراین، خودبه‌خود ارتباطها از فضای استدلال، مباحثه و توافق دور می‌شود. همچنین، تجارب مشارکت‌کنندگان حاکی از آن است که ارتباط طولانی مدت با وسایل ارتباطی، بدون حضور جسمانی، به مرور این تصور را در فرد ایجاد می‌کند که پاسخ از خود سیستم می‌آید نه شخص دیگر، زیرا تجربه «بودن با یکدیگر» که با صحبت کردن شکل می‌گیرد با استفاده از وسایل ارتباطی و شبکه‌های مجازی از افراد گرفته می‌شود. صحبت کردن ویژگی جهان در حضور است و با حضور بدنی و تماس چشمی همراه است، اما در دنیای مجازی چنین حضوری از بین می‌رود. البته این خدشه در ارتباط به زمانی مربوط است که کاربر درصدد انتقال معنا از طریق فضای مجازی باشد، وگرنه استفاده ابزاری از آن نه تنها مشکلی ایجاد نمی‌کند، بلکه خوشایند نیز خواهد بود.

ارتباطات مجازی هیچ تجربه جدیدی از دیگری در کاربر شکل نمی‌دهد، زیرا زمینه گفت‌وگو میتولت^۱ است، درحالی‌که درون آنولت^۲ تجربه جدیدی از دیگری کسب می‌شود. «فرگاس در مدل رشد رابطه بین فردی عنوان می‌کند که در حین پیشرفت رابطه چیزهای زیادی تغییر می‌کنند، مانند دوست داشتن، اعتماد، پیش‌بینی‌پذیری و به‌هم‌وابستگی» (فرگاس، ۱۳۷۹، ۲۶۷). نبود امکان اکتساب چنین تجربه‌ای و رابطه صرف با وسایل مجازی، به تدریج تجربه از خود را جایگزین تجربه از دیگری می‌کند؛ چنین چیزی به خاصیت قرائت‌پذیری متن و ارجحیت متن مرتبط است. تفسیر فرد از نوشته دیگری، شناخت از دیگری به او می‌دهد نه تجربه از دیگری. چنین فرایندی در نهایت منجر به شکاف و دوگانگی تجربه می‌شود و فرد مسئله‌ای را که باید در



1. mitwelt
2. unwelt

واقعیت حل کند، در فضای مجازی به صورت مجازی حل می کند.



فصلنامه علمی - پژوهشی

۱۲۲

دوره دهم

شماره ۳

پاییز ۱۳۹۶

منابع

- ادیب حاج باقری، محسن؛ پرویزی، سرور؛ وصلصالی، مهوش (۱۳۸۹). روش‌های تحقیق کیفی. تهران: بشری.
- اسلوین، جیمز (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه (مترجم: عباس گیلگوری). تهران: کتابدار.
- اسمیت، فیلیپ (۱۳۸۳). درآمدی بر نظریه فرهنگی (مترجم: حسن پویان). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- باومن، زیگمونت (۱۳۸۴). عشق سیال؛ در باب ناپایداری پیوندهای انسانی (مترجم: عرفان ثابتی). تهران: نشر ققنوس.
- پاشایی، فاطمه؛ نیک بخت نصرآبادی، علیرضا؛ توکل، خسرو (۱۳۸۷). تجربه جوانان از زندگی با اینترنت: مطالعه‌ی کیفی. مجله علوم رفتاری، ۲(۴)، ۳۳۷-۳۳۳.
- جوادی یگانه، محمدرضا؛ کوثری، مسعود؛ و خیرخواه، طاهره (۱۳۹۱). تلفن همراه و کارکردهای آن برای کاربران ایرانی، با تأکید بر تفاوت‌های جنسیتی. فصلنامه مطالعات تحقیقات اجتماعی. ۲(۱)، ۵۴-۲۳.
- خبرگزاری تسنیم (۱۳۹۵). آمار کاربران عضو شبکه‌های اجتماعی / ۵۹ درصد دنبال سرگرمی هستند. برگرفته از <http://tn.ai/1295256>
- خبرگزاری جمهوری اسلامی (۱۳۹۴). ضریب نفوذ اینترنت در ایران ۵۳ درصد و تعداد کاربران ۴۰ میلیون است. برگرفته از: <http://www.irna.ir/fa/News/81789708>
- سعدی‌پور، اسماعیل (۱۳۹۳). اثرات اینترنت بر جامعه‌پذیری نوجوانان. فصلنامه جامعه، فرهنگ، رسانه، ۳(۱۰)، ۸۳-۱۰۲.
- سورین، جوزف؛ و تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات (مترجم: علیرضا دهقان). تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۵). فردگرایی جدید و تلفن همراه: تکنولوژی فردگرایی و هویت. مجله جهانی رسانه، ۱(۱).
- عبداللهیان، حمید؛ زاهدی، محمدجواد؛ و شیخ انصاری، مهین (۱۳۹۲). ارزیابی ساختار، کنش‌های متقابل، گمنامی و بازنمایی خود در چهار شبکه اجتماعی مجازی. دوفصلنامه رسانه و فرهنگ، ۳(۶)، ۱۲۹-۱۰۳.
- عزیزی‌نژاد، بهاره؛ پورحیدر، رحیمه؛ رنجی، ژیلا؛ و قلی‌نژاد، زعفر (۱۳۹۳). بررسی وضعیت اعتیاد به اینترنت در میان دانشجویان و رابطه آن با مؤلفه‌های شخصیتی و اضطراب. مجله دانشکده پرستاری و مامایی، ۱۲(۱۰)، ۹۵۹-۹۶۴.
- علی‌پور، صمد؛ قاسمی، وحید؛ و میرمحمدتبار، سیدمحمد (۱۳۹۳). تأثیر شبکه اجتماعی فیسبوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۷(۱)، ۲۸-۱. doi: 10.7508/ijcr.2014.25.001
- فرگاس، جوزف پی. (۱۳۷۹). روان‌شناسی تعامل اجتماعی: رفتار میان فردی (مترجم: مهرداد فیروزبخت و خشایار بیگی). تهران: ابجد.





- فلیک، اووه (۱۳۸۸). درآمدی بر تحقیق کیفی (ترجمه: هادی جلیلی). تهران: نشر نی.
- قاسمی، وحید؛ ملک‌احمدی، حکیمه (۱۳۸۹). تبیین اعتیاد به اینترنت در بین کاربران کافی نت‌های شهین شهر. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۱۷، (۴)، ۵۱-۷۷. doi: 10.22082/cr.2010.23800
- کاستلز، امانوئل؛ و اینس، مارتین (۱۳۸۳). گفتگوهای با امانوئل کاستلز (مترجم: حسن چاووشیان و لیلا جوافشانی). تهران: نشر نی.
- کفاشی، مجید؛ و فتحی، سروش (۱۳۸۴). هربرت مارکوزه و نظریه انتقادی. فصلنامه مطالعات علوم اجتماعی ایران، ۳، (۴)، ۸۷-۱۰۷.
- کوثری، مسعود؛ و خیرخواه، طاهره (۱۳۸۷). تحلیل محتوای پیام‌های کوتاه دانشجویان دانشگاه‌های تهران. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۱، (۲)، ۵۷-۷۷.
- گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۶). گفتگو در دنیای مجازی (تأثیر فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی بر گفتگوی میان فرهنگ‌ها). پژوهش علوم سیاسی، ۴، ۱۶۵-۱۷۷.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸). چشم‌اندازهای جهانی (مترجم: محمدرضا جلایی‌پور). تهران: طرح نو.
- مارسن، جورج (۱۳۹۳). هایدگر، هابرماس و تلفن همراه (مترجم: محمود مقدس). تهران: نشر افسون خیال.
- محمدرضا، احمد (۱۳۸۹). روش در روش درباره ساخت معرفت در علوم انسانی، تهران: جامعه‌شناسان.
- مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۵). مخاطب‌شناسی (مترجم: مهدی منتظر قائم). تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- منتظر قائم، مهدی؛ و کاوند، رضا (۱۳۹۳). نحوه خوانش و رمزگشایی شبکه‌های فارسی زبان ماهواره‌ای؛ مطالعه موردی خوانش جوانان تهران از شبکه‌های سیاسی و تفریحی فارسی زبان. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۳، (۳)، ۱۰۷-۱۲۵.
- نیکبخت نصرآبادی، علیرضا؛ و صانعی، اشرف‌السادات (۱۳۸۳). روش‌شناسی تحقیقات کیفی در علوم پزشکی، تهران: برای فردا.
- ویلیامز، کوین (۱۳۸۶). درک تئوری رسانه (مترجم: رحیم قاسمیان). تهران: انتشارات ساقی.
- هال، استورات (۱۳۸۲). رمزگذاری و رمزگشایی (مترجمان: شهریار وقفی‌پور و نیما ملک‌محمدی) در سایمون دیورینگ، مجموعه مقالات مطالعات فرهنگی، تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما.
- هومن، حیدرعلی (۱۳۸۵). راهنمای عملی پژوهش کیفی. تهران: سمت.
- Crystal, D. (2001). Keypad shorthand. *The A-Level English Magazine*, 11, 26-27.
- Crystal, D. (2004). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2008). *Txtng: The Gr8 Db8*. Oxford: Oxford University Press.
- Habermas, J. (1985). *The theory of communicative action*. Vol. 1: reason and the rationalization of society (Thomas McCharty, Trans.). Boston: Beacon Press.
- Padilla-Walker, L. M., Coyne, S. M., & Fraser, A. M. (2012). Getting a high speed family connection: association between family media use and family connection. *Family Relations*, 61(3), 426-440. doi: 10.1111/j.1741-3729.2012.00710.x

- Palen, L., Salzman, M., & Youngs, E. (2001). Discovery and integration of mobile communications in everyday life. *Personal and Ubiquitous Computing*, 5(2), 109-122. doi:10.1007/s007790170014
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *From on the Horizon*, 9 (5), 1-6.
- Shin, H. K., Kim, K. K. (2010). Examining identity and organizational citizenship behaviour in computer-mediated communication. *Journal of Information Science*, 36 (1), 114-126.
- Zhao, Sh., Grasmuck, Sh., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24, 1816-1836. doi: 10.1016/j.chb.2008.02.012

