

بررسی آثار اجتماعی و فرهنگی تلفن همراه بر دانش آموزان دختر مقطع متوسطه
(شهرستان اراک)

دکتر سید محمد دادگران^۱

مریم آزاد اندیش^۲

چکیده

این تحقیق با هدف "بررسی آثار اجتماعی و فرهنگی تلفن همراه بر دانش آموزان دختر مقطع متوسطه (شهرستان اراک)" انجام گرفته است. روش این تحقیق پیمایشی و ابزار اندازه گیری پرسشنامه بوده است و پس از پرشدن پرسشنامه‌ها، جداول توصیفی و استنباطی از طریق نرم افزار SPSS بدست آمده و تحلیل شد. جامعه آماری این پژوهش شامل دبیرستانهای دخترانه شهرستان اراک است و تعداد آنها ۵ هزار نفر است که حجم نمونه براساس فرمول کوکران ۳۵۷ نفر محاسبه گردید. روش نمونه گیری که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است سهمیه ای می باشد.

بررسی های انجام شده در این پژوهش نشان داد که بیشتر پاسخگویان روزانه کمتر از ۲ ساعت از تلفن همراه خود استفاده می کنند و بیشتر آنها ۲ تا ۴ سال است که تلفن همراه دارند همچنین اکثریت آنها ۱ خط تلفن همراه دارند و اعضاء خانواده از تمام خط های تلفن همراه شان خبر دارند. بیشتر آنها از سرویس پیام کوتاه تلفن همراه خود بیشترین استفاده را می کنند و جوک و جملات عاشقانه را در پیامک های شان ارسال و دریافت می کنند همچنین بیشتر فایل های تصویری را با دوستان شان از طریق بلوتوث تبادل می کنند.

بر اساس یافته های تحقیق مشخص شد که بیشتر پاسخگویان اعتقاد دارند:

- ✓ داشتن تلفن همراه توسط همسالان و هم کلاسی های آنها دلیل انتخاب شان برای خرید تلفن همراه نبوده است.
- ✓ داشتن تلفن همراه موجب ایجاد احساس آزادی و استقلال بیشتری در آنها می شود.
- ✓ اکثر ارتباطات تلفنی شان از طریق تلفن همراه با دوستان است اما ترجیح نمی دهند

۱ - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی Mohammad_dadgran@yahoo.com

۲ - کارشناس ارشد رشته علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی m.azadandish@gmail.com

مشکلات پیش آمده برایشان را پیش از در میان گذاشتن با خانواده به وسیله تلفن همراه با دوستان و گروه همسالان خود در میان بگذارند.

✓ تلفن همراه چندان موجب خستگی و از دست دادن انرژی بیشتر (به دلیل استفاده طولانی مدت در طول روز) در آنها نشده است.

واژگان کلیدی: رسانه‌های نوین، رسانه‌های نوین و جوانان، کارکردهای تلفن همراه، تلفن همراه، هویت فردی و فردگرایی.

Archive of SID

مقدمه

تلفن همراه در عصر حاضر به عنوان یک رسانه جمعی شناخته می‌شود که هدف اصلی آن برقراری ارتباط در جامعه می‌باشد که در اشکال مختلف نوشتاری، کلامی و تصویری نقش بسیار زیادی در گسترش ارتباطات جامعه به عهده گرفته است. اما با توسعه خدمات تلفن همراه در ایران و افزایش تعداد خطوط اپراتورهای مختلف، مسایل اجتماعی و فرهنگی جدیدی گریبانگیر جامعه شده است.

اگرچه با توجه به بنیان‌های ارزشی تلفن همراه می‌توان گفت این وسیله ارتباطی دارای جنبه تخریبی و یا سازندگی گوناگونی در جامعه است که مثبت و یا منفی بودن آن به نوعی به تاثیر متقابل میزان غلبه و ورود اطلاعات از طریق این ابزار ارتباط پیدا می‌کند.

این در حالیکه هم اکنون شمار کاربران تلفن همراه در کشور به بیش از ۴۶ میلیون نفر رسیده است بدون شک نباید از افزایش برق‌آسای شمار مشترکان در کشور بی‌تفاوت عبور کرد و آن را روزنه امیدی دانست برای ورود جامعه ایرانی به دنیای ارتباطات و فناوری اطلاعات، اما افزایش کمی این وسیله ارتباطی بدون توجه به هیچ پیش زمینه فرهنگی جامعه می‌تواند خود سرچشمه بسیاری از آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی به حساب آید که به طور مستقیم یا غیرمستقیم تمامی افراد را مورد تهدید قرار می‌دهد.

در همین حال امروزه به دلیل پیچیدگی‌های گسترده روابط اجتماعی و اداری باید استفاده از تلفن همراه را به عنوان یکی از محبوب‌ترین ابزار ارتباطی مغتنم شمرد و از فرصت‌هایی که توسط آن ایجاد می‌شود استفاده کرده و برای تهدیدهای آن چاره‌ای بیندیشیم. البته نباید فراموش کرد که هر فناوری جدیدی که پا به عرصه ظهور می‌گذارد از نظام باورها و عقاید و فرهنگ افراد یک جامعه فاصله دارد و ظهور تلفن همراه در کشور ما نیز از این امر مستثنی نبوده به همین دلیل در زمینه چگونگی تطبیق آن با نظام‌های انسانی باید سعی شود نوعی آشتی بین لجام گسیختگی فناوری و اصالت فرهنگی و باورهای جامعه ایجاد کرد و این فرایند آشتی در واقع همان فرهنگ‌سازی است که می‌بایست در کشور ما نیز شکل بگیرد.

بیان مسئله:

امروزه در جهان، فناوریهای نوین ارتباطی تحولات شگرفی در حیطه‌های مختلف فرهنگی

اجتماعی، سیاسی و اقتصادی به وجود آورده است، به گونه‌ای که سیمای جوامع را در پاره‌ای مواقع دگرگون ساخته است. از میان این تکنولوژی‌ها، تلفن همراه نقش بسزایی در این نوع تحولات داشته است. با وجود مقاومت نشان دادن بسیاری از کشورها خصوصاً کشورهای جهان سوم در خصوص ورود نوآوری‌های ارتباطی از جمله شبکه‌های اینترنتی، دیده می‌شود که تلفن همراه جای خود را در میان کشورها به طور چشمگیری باز نموده است، به طوریکه در سال ۲۰۰۱ تعداد تلفن‌های همراه در دنیا از تعداد تلویزیون‌ها در جهان بیشتر شد (حمیدیان، ۱۳۸۷: ۱۴۳). و این چیزی نیست جز پذیرش همگانی تلفن همراه توسط جهانیان بر خلاف تصور مخترعان این ابزار مبنی بر اینکه این وسیله کوچک و جیبی صرفاً جهت استفاده‌های کاری و ضروری باشد و تسهیل کننده روند کار تلفنهای ثابت باشد، اما باز با ورود آن و جای گرفتن در میان افراد جوامع تغییرات عدیده‌ای در حوزه فرهنگ به جا گذاشته و خواهد گذاشت. پژوهش‌های انجام گرفته نیز بیانگر همین مساله می‌باشد و آن اینکه "استفاده اجتماعی"، در دلایل اولیه پذیرش این فناوری وجود نداشته است. در واقع کسب و کار و امنیت، دلایل نخستین پذیرش این وسیله بوده‌اند، اما پس از مدت کوتاهی به استفاده ارتباطی عمده کاربران تبدیل شده‌اند. آداب و رسوم، سنن و قوانین که همگی اجزای هنجاری فرهنگ جوامع‌اند، هرکدام به نحوی تحت تأثیر تلفن همراه قرار گرفته است. به گونه‌ای که هنجارهای غالب آن بر همگان تأثیر گذاشته است. به طور کلی می‌توان گفت تکنولوژی‌های ارتباطی جدید در شکل‌دهی به هویت و فرهنگ جوانان، به منابع اصلی و مسلط تبدیل شده‌اند. فرهنگ دیجیتال رسانه‌های جدید، بر ذوق، سلیقه، الگوهای ارتباطی و نیز نیازها، ارزش‌ها و هنجارها تأثیر گذاشته است. اگر تا یک دهه گذشته فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های جوانان حول مصرف، به ویژه در عرصه‌های مربوط به پوشش و لباس و موسیقی متمرکز بود، در حال حاضر فناوریهای ارتباطی تعاملی و مجازی، به ویژه اینترنت و تلفن همراه، الزامات جدی را برای خرده فرهنگ‌های جوانان پدید آورده‌اند که از آن جمله می‌توان به تقویت فردیت، استقلال عمل و انتخاب‌گری، سیال و متکثر ساختن هویت، خصوصی کردن دنیای زندگی، ایجاد تمایز و ارزشمند ساختن آن و اهمیت یافتن فزاینده شیوه زندگی اشاره کرد. به همین ترتیب، پیشگامی جوانان در استفاده از قابلیت‌های رسانه‌ای نو و مهارت بیشتر آنان در استفاده از این رسانه‌ها، الگوهای ارتباطی جدیدی را در میان جوانان شکل داده

که امتداد آن، هر دو حوزه خصوصی و عمومی را در بر می‌گیرد. بنابراین می‌توان اینگونه بیان نمود که در واقع تلفن همراه مرزهای موجود فرهنگی و اجتماعی را می‌شکند و قلمروی جدید خلق می‌کند که فارغ از هنجارهای سنتی گذشته است. این ابزار با حضورش فضای ارتباطات مجازی را گسترش داده و ارتباطات را به سمت شیوه‌ای جدید هدایت می‌کند. این ابزار به گونه‌ای در جهان صنعتی امروز رسوخ کرده که از کودک ده ساله تا یک فرد سالخورده از آن استفاده می‌کنند. مخصوصاً در بین جوانان که اکثریت جامعه را تشکیل می‌دهند بیشتر از همه در معرض آسیب‌ها و معضلات آن قرار می‌گیرند. «آینچه اهمیت دارد تأثیر چشمگیر موبایل بر همه ابعاد زندگی ماست. واقعیت آن است که موبایل نه تنها حوزه تفکر و احساسات ما را تحت تأثیر قرار داده بلکه تأثیری عمده بر رفتارهای اجتماعی ما نیز داشته است» (ذکایی، ۱۳۸۸: ۱۴۲-۱۱۹).

اهداف تحقیق:

هدف اصلی:

بررسی آثار اجتماعی و فرهنگی تلفن همراه بر دانش آموزان دختر مقطع متوسطه

اهداف فرعی:

- ✓ بررسی آثار استفاده از تلفن همراه در کاهش ارتباطات خانوادگی.
- ✓ بررسی آثار استفاده از تلفن همراه بر وضعیت تحصیلی.
- ✓ بررسی آثار استفاده از تلفن همراه در کاهش ارتباطات دوستانه.
- ✓ بررسی آثار استفاده از تلفن همراه در گرایش به گروه همسالان.

سوال‌های تحقیق:

- ✓ آیا استفاده از تلفن همراه در کاهش ارتباطات خانوادگی نقش دارد؟
- ✓ آیا استفاده از تلفن همراه بر وضعیت تحصیلی نقش دارد؟
- ✓ آیا استفاده از تلفن همراه در کاهش ارتباطات دوستانه نقش دارد؟
- ✓ آیا استفاده از تلفن همراه در رد و بدل کردن مسائل غیرمذهبی نقش دارد؟
- ✓ آیا استفاده از تلفن همراه در گرایش به گروه همسالان نقش دارد؟

فرضیه های تحقیق:

- ✓ بین میزان استفاده از تلفن همراه و کاهش ارتباطات خانوادگی رابطه معنی داری وجود دارد.
- ✓ بین میزان استفاده از تلفن همراه و نقش آن بر وضعیت تحصیلی رابطه معنی داری وجود دارد.
- ✓ بین میزان استفاده از تلفن همراه و کاهش ارتباطات دوستانه رابطه معنی داری وجود دارد.
- ✓ بین میزان استفاده از تلفن همراه و رد و بدل کردن مسائل غیرمذهبی رابطه معنی -داری وجود دارد.
- ✓ بین میزان استفاده از تلفن همراه و گرایش به گروه همسالان رابطه معنی داری وجود دارد.

رسانه های نوین:

در سال های اخیر، شبکه ها و رسانه های دیجیتال در زندگی های روزمره ما تعبیه شده است. برخلاف سال های اولیه گسترش کامپیوترها و رسانه های کامپیوتر- مبنای رسانه های دیجیتالی اکنون دیگر، پیش پا افتاده و فراگیر شده اند و طیف گسترده ای از افراد و نهادها با سبک های زندگی گوناگون آنها را به کار گرفته اند. گرچه امروزه دیگر فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی آن چنان با زندگی ما عجین شده اند که آنها را امری بدیهی و "عادی" می پنداریم. یکی از مباحث مهم توضیح این مسئله است که مفهوم رسانه های دیجیتال، رسانه های نوین، چندرسانه ای ها و... که گاه مترادف و به جای یکدیگر به کار می روند، چیستند. همان طور که کیونگ چون و کینان گفته اند، بسیاری از مباحث انتقادی در حوزه مطالعات رسانه های نوین بر این مسائل متمرکز شده اند که «رسانه های نوین چه چیزی هستند؟ آیا رسانه های نوین، جدیدند؟

"نوین" در رسانه های نوین به چه چیزی اشاره می کند؟ به طور بحث برانگیزی، این

پرسش‌ها به خاطر پذیرش گسترده خود این اصطلاح چندان مورد توجه واقع نشده است. با این حال، این مباحث تاریخ‌های روشنگرانه‌ای را برای نظریه‌های رسانه‌های نوین تولید کرده که سبب ترسیم مجدد مرز میان رشته‌های گوناگون شده است (کیانگ چون و کنان^۱، ۲۰۰۶: ۸).

دیودنی و رایید نیز گفته‌اند، این مسئله که رسانه‌های نوین چه چیزی هستند یا نیستند، موضوعی فراگیر و همچنان مورد بحث است. به گفته آنان، برخی از تعاریف رسانه‌های نوین منحصراً بر فناوری‌های رایانه‌ای متمرکز می‌شوند، در حالی که دیگران اشکال فرهنگی و زمینه‌هایی که در آن این فناوری‌ها به کار می‌روند، همانند هنر، فیلم، تجارت، علم و بیش از همه، اینترنت را مورد تأکید قرار می‌دهند (دیدنی و رایید^۲، ۲۰۰۶: ۸).

آن دو ضمن اذعان به این امر که مرز میان این اصطلاحات چندان واضح نیست، معتقدند که بین اصطلاح رسانه‌های نوین و رسانه‌های دیجیتال نوعی همپوشانی وجود دارد. مشکلی اصلی که در رابطه با اصطلاح رسانه‌های دیجیتال وجود دارد این است که به متقدم دانستن خود فناوری به منزله جنبه تعیین‌کننده رسانه گرایش دارد، گویی که همه اعمال رسانه‌های دیجیتال اول و مهمتر از همه، درباره ویژگی فناوری دیجیتال هستند یا آن را منعکس می‌کنند. در مقابل، اصطلاح "رسانه‌های نوین" بیشتر درباره زمینه‌ها و مفاهیم فرهنگی معاصر اعمال رسانه‌ای است تا اینکه به معنای ساده به مفهوم مجموعه جدیدی از فناوری‌ها باشد.

یک نکته بسیار مهم و اساسی در این شیوه تفکر این است که تصور می‌شود فناوری‌ها و اعمال فرهنگی و آنهایی که بروز می‌یابند، از هم جدایی ناپذیرند. رابطه میان فناوری‌ها و اعمال فرهنگی و رسانه‌ای را در هر مرحله باید به عنوان موضوعی مرتبط تلقی کرد. (همان: ۲۰) به گفته کیونگ چون و کینان، اصطلاح "رسانه‌های نوین" در اواسط دهه ۱۹۹۰ میلادی برجسته شد و جای "چند رسانه‌ای‌ها" را در زمینه‌های تجارت و هنر تصاحب کرد و برخلاف اسلاف خود، اصطلاحی سازگار شونده نبود بلکه رسانه‌های دیگر را به منزله امری قدیمی و سنتی به تصویر می‌کشید. این رسانه‌ها که به جای چندگانگی، در پی همگرایی هستند و نیز رسانه‌هایی قلمداد می‌شوند که سیال، دارای اتصال فردیت یافته و به دنبال توزیع کنترل و آزادی هستند.

1- Kyong Chun and Keenan

2- Dewdney and Ride

گرچه آنها به شدت به کامپیوتری شدن وابسته‌اند اما به معنای ساده "رسانه‌های دیجیتال" نیستند.

به عبارت دیگر، آنها اشکال رقومی شده رسانه‌های دیگر (عکس، ویدئو، متن) نیستند بلکه یک رسانه تعاملی یا شکلی از توزیع‌اند که به اندازه آن اطلاعاتی که رله (بازپخش) می‌کنند، مستقل‌اند (کیانگ چون و کنان^۱، ۲۰۰۶: ۱). آسگرهای در تعریف اصطلاح "رسانه‌های نوین" گفته است که این مفهوم به معنای انواع گسترده‌ای از پیشرفت‌های صورت گرفته اخیر در زمینه رسانه‌ها و ارتباطات است که نه تنها شامل اشکال گوناگون پخش رسانه‌ای است بلکه همگرایی‌های جدید میان فناوری‌های رسانه‌ای و شیوه‌های نوینی را که از آن طریق افراد متون رسانه‌ای را به کار می‌گیرند و با آنها تعامل می‌کنند، نیز در بر می‌گیرد. بنیادی‌ترین تغییر صورت گرفته در این روندها، شامل اهمیت یافتن روزافزون فناوری دیجیتال در تولید، ذخیره‌سازی و انتقال تصاویر، متن، صدا و داده‌هاست (اسگرهای^۲، ۲۰۰۴: ۱۶۳).

در مجموع می‌توان گفت که "رسانه‌های نوین" تبدیل به اصطلاحی ترجیح داده شده برای طیفی از اعمال رسانه‌ای می‌شود که به طریقی فناوری‌های دیجیتال و کامپیوتر را به کار می‌گیرند (دیدنی و راید^۳، ۲۰۰۶: ۸). دیجیتالی یا رقومی شدن همراه با همگرایی میان رسانه‌های گوناگون، تلفن همراه را به نمونه بارز یک رسانه نوین بدل ساخته است که خصلت سیالیت و "همه مکانی" و "همه زمانی" بودن کاربرد آن، باعث شده تا در زندگی روزمره افراد و به ویژه جوانان جایگاهی والا داشته باشد، آن‌چنان که گویی به یکی از اعضای بدن افراد تبدیل شده است (کلانتری و حسنی، ۱۳۸۷: ۱۲۲).

رسانه‌های نوین و جوانان:

یکی از موضوعاتی که حجم گسترده‌ای از پژوهش‌ها را در حوزه مطالعات رسانه‌ها و ارتباطات برانگیخته است، رابطه میان کودکان، نوجوانان و رسانه‌هاست. در واقع تأثیر رسانه‌ها و فناوری بر کودکان و نوجوانان همیشه باعث امیدها و ترس‌های وسیع‌تری درباره تغییرات اجتماعی بوده است. این مباحث به طور کلی دو امر را مورد توجه قرار داده‌اند: اینکه رسانه‌ها

1- Kyong Chun and Keenan

2- Osgerby

3- Dewdney and Ride

با جوانان چه می‌کنند یا چه تأثیری بر آنان دارند و نیز اینکه جوانان چه استفاده‌ای از رسانه‌ها می‌کنند. این پژوهش‌ها طیفی از دیدگاه‌های مثبت تا منفی را در بر می‌گیرد.

درانتر معتقد است که رابطه میان جوانان و رسانه‌ها دو شکل کلی به خود گفته است: یکی گفتمان بدبینی فرهنگی و دیگری گفتمان خوش‌بینی فرهنگی. ارزیابی منفی رابطه بین جوانان و رسانه‌ها به‌ویژه در مشاجرات عمومی به دنبال معرفی فناوری‌های نوین رسانه‌ای دیده می‌شود، مشاجراتی که در نزدیکی مرز هراس رسانه‌ای قرار می‌گیرند. این امر در بسیاری از کارهای پژوهشی درباره سنت تحقیق راجع به تأثیرات رسانه‌ها دیده می‌شود که به طور سنتی بر تأثیرات منفی مفروض نمایش صحنه‌های پورنو و خشونت‌آمیز در فیلم و تلویزیون متمرکز شده‌اند. گرچه در مورد میزان تأثیرگذاری رسانه‌ها بر جوانان اتفاق نظر وجود ندارد اما از آنجا که میان این یافته‌ها و نگرانی‌های عمومی درباره اثر رسانه‌ها بر کودکان و نوجوانان همبستگی وجود دارد، هنوز در درجه اول اهمیت قرار دارند. (دروتتر^۱، ۲۰۰۰: ۲۲) از سوی دیگر، در ذیل گفتمان خوش‌بینی فرهنگی عنوان می‌شود که جوانان پیشگامان فرهنگ رسانه‌ای شده‌اند، آنان طایفه‌دار کاوش در فناوری‌های رسانه‌ای نوین‌اند و غالباً در بسط اشکال جدیدی از دریافت نوآورند، درست همان‌گونه که امروزه تعداد بی‌شماری از آنان در ساختن رسانه‌ها، از طراحی هوم پیج‌های شخصی، وبلاگ‌ها، تولید محتوای رسانه‌ای و... مشارکت دارند. امروزه جوانان اولین نسلی هستند که با کامپیوترها- مهم‌ترین و گسترده‌ترین نوع رسانه نوین- بزرگ شده‌اند و اولین کسانی نیز به شمار می‌روند که آن‌ها را در فرهنگ زندگی روزمره‌شان ادغام کرده‌اند (همان: ۲۵۱). همچنین، برخلاف کسانی که رسانه‌ها را به دلیل ضایع ساختن کودکان سرزنش می‌کنند، مدافعان "نسل دیجیتال"، فناوری نوین را به منزله نیروی آزادکننده جوانان، یعنی به منزله ابزاری برای پشت سر نهادن نفوذ محدودکننده والدین بر آنان و نیز به عنوان وسیله‌ای برای خلق اشکال جدید و مستقلی از ارتباط و جماعت، تلقی می‌کنند. از این منظر، فناوری سبب آفرینش نسلی می‌شود که گشوده‌تر، دموکراتیک‌تر، خلاق‌تر و نوآورتر از نسل والدین‌شان هستند (باکینگهام^۲، ۲۰۰۸: ۲۳).

فارغ از ارزیابی‌های خوش‌بینانه یا بدبینانه، نکته حائز اهمیت، حضور گسترده انواع رسانه‌ها

1 -Drotner

2 -Buckingham

از تلویزیون، بازی‌های رایانه‌ای و ویدئویی، رایانه و اینک تلفن همراه در زندگی جوانان و نوجوانان به مثابه اموری بدیهی و نه چندان غیر عادی است؛ چرا که نسل کنونی، نسلی است که با این رسانه‌ها بزرگ شده و رشد کرده‌اند. هرینگ که به بررسی شکاف نسلی درباره فناوری و بر ساخته‌های بزرگسالان از هویت آنلاین جوانان پرداخته است، می‌گوید که نوجوانان و جوانانی را که در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ بزرگ شده‌اند، "نسل اینترنت"، (یعنی اولین نسلی که در جهانی بزرگ شده که اینترنت همیشه حضور داشته است)، نامیده‌اند. این نسل که با عنوان "نسل نت"، "نسل دیجیتال" یا "هزاره‌ای‌ها" نامیده شده‌اند، درک بیشتری از اینترنت دارند.

به گفته وی، دیدگاه‌های نسل جوان درباره رسانه‌های دیجیتال از جنبه‌های مختلف با بر ساخته‌های بزرگسالان متفاوت است. اول اینکه، از نظر آنان فناوری‌ای که مورد استفاده قرار می‌دهند، اهمیت ندارد بلکه فعالیتی که کاربرد فناوری امکان‌پذیر ساخته، برایشان مهم است. فناوری برای آنان مطلبی عجیب و بیگانه نیست بلکه عادی و حتی شاید پیش‌پا افتاده است (هرینگ، ۲۰۰۸: ۷۱).

بر اساس برخی دیدگاه‌ها، اوج‌گیری فناوری‌های نوین رسانه‌ای و ارتباطی ممکن به نحوی اساسی، نحوه ادراک برخی از جوانان از جهان را تغییر دهد، تجربه آنان را از زمان و فضا باز تعریف کند و سبب شود تا رویدادها، مکان‌ها و افراد دور از هم، با احتمال بیشتری وارد آگاهی روزمره آنان شوند. بر اساس این دیدگاه‌ها، اشکال و فناوری‌های در حال ظهور رسانه‌ای، به جای اینکه یک فرهنگ جوانان "دیجیتال" منحصر به فرد را به طور کیفی بنیان نهند، توسط جوان شکل می‌گیرند و در روابط فرهنگی فعلی و زندگی روزمره آنها ادغام می‌شوند (اسگربی، ۲۰۰۴: ۱۷۲).

بر این اساس، توجه به تأثیری که رسانه‌ها و به ویژه رسانه‌های نوین در نحوه ادراک، نحوه تعاملات و دگرگونی زندگی روزمره جوانان بر جای می‌گذارند، حائز اهمیت است (کلاتری و حسنی، ۱۳۸۷: ۱۳۶-۱۱۹).

1- Hering

2- Osgerby

کارکردهای تلفن همراه:

توسعه سامانه‌های ارتباط همراه و گسترش خدمات ارائه شده به کاربران آن از یک سو و ورود سامانه‌ها و امکانات رایانه‌ای به دستگاه‌های تلفن همراه از سوی دیگر، روز به روز قابلیت‌های این شبه رایانه‌های همراه را افزایش داد و کارایی آنها را هم به منزله «ابزار فردی همه کاره» و هم عضوی از یک شبکه اجتماعی که گستره وسیعی از نقش‌های اجتماعی فرد را تسهیل می‌کند، ارتقا داد. این شبه رایانه‌های ارتباط گر، هر روز کوچک و کوچک‌تر شدند و با قیمتی مناسب‌تر در اختیار علاقه‌مندان قرار گرفتند و بدین ترتیب اندک‌اندک به ابزاری فردی تبدیل شدند که نه برای استفاده اشتراکی طراحی می‌شدند و نه اینکه افراد تمایل داشتند آن را به طور مشترک مورد استفاده قرار دهند.

از سوی دیگر توسعه‌های فناورانه و متنوع شدن خدماتی که برای کاربران این فناوریها طراحی می‌شد، کمک کرد که تلفن‌های همراه نه تنها به ابزاری برای گفت و گوی میان دو فرد، که به وسیله‌ای برای انجام دادن طیف وسیعی از فعالیت‌های اجتماعی تبدیل شوند. هویت دوگانه تلفن‌های همراه شبه رایانه‌ای به منزله ابزار «فردی- اجتماعی» موجب شد که این صنعت ارتباطی به ابزار حضور فرد در اجتماع و تسهیل ایفای نقش اجتماعی او تبدیل شود و به او اجازه دهد که از این پس آسانتر، سریع‌تر و گاه به شیوه‌های متفاوت در اجتماع حضور یابد.

برای مثال تلفن‌های همراه رایانه‌ای به فرد کمک کردند، در حالی که در خلوت فردی خود باقی مانده حضور اجتماعی داشته باشد و برخی یا بسیاری از نقش‌های اجتماعی خود را ایفا کند. به بیان دیگر تلفن‌های همراه شبه رایانه‌ای موجب شدند که «عمل اجتماعی» نیز بتواند در حوزه فعالیت‌های فردی شخص قرار گیرد. در واقع تلفن همراه به صنعت حضور و ارتباط «جامعه با فرد» و «فرد با جامعه» تبدیل شدند.

تغییر در سن کاربران موبایل در کشورهای توسعه یافته به سنین دوره مدرسه، رابطه جدیدی از ارتباط بین خانواده، فرزندان و مدرسه را فراهم آورده است. امروزه با استفاده از تلفن‌های همراه جدید، مادران می‌توانند موقعیت فرزندان خود را در طول روز دنبال کنند و بدین ترتیب روابط حمایتی فرزندان با پدر و مادرها و پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها تغییر یافته است.

بنابراین می‌توان گفت نقش‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی فرد تحت تأثیر کاربرد تلفن‌های همراه شبه رایانه‌ای قرار گرفته است. در این بخش ابتدا «کارکردهای عام» تلفن همراه را در زندگی امروز بررسی می‌کنیم و سپس به برخی کارکردهای خاص این وسیله در حوزه سیاست، اقتصاد و فرهنگ می‌پردازیم (عاملی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۳ و ۳۲).

تلفن همراه، هویت فردی و فردگرایی:

فردگرایی مهم‌ترین شاخص متمایز کننده انسان جهان جدید شناخته شده است که با خصلت دو فضایی و دو جهانی شدن از دوره جهان سنتی و مدرن متمایز می‌شود. در واقع توسعه قدرت انتخاب عامل مهمی برای تقویت «عقلانیت فردی معطوف به عمل خودآگاه» است.

هویت فردی، منعکس کننده آن طرز تلقی است که فرد از خود و دیگری از او دارد. چگونگی خود یا فرد در ارتباط معناداری با ذهنیت و عینیت‌های فردی است. تلقی فرد از زندگی و انتظارات او از «نقش اجتماعی» و «حوزه فردی» همراه با نوع ارتباطی که با دیگران در مسیر زندگی برقرار می‌کند حوزه فردی او را شکل می‌دهد. فردگرایی اشاره به حوزه‌ای ترجیحی دارد که «جهان فعال و ارزشی» فرد را تشکیل می‌دهد. وجه منفی فردگرایی «خودخواهی»^۱ یا «خودمرکزی»^۲ است که موجب بی‌توجهی فرد به مسائل و مشکلات دیگران می‌شود. وجه مثبت آن دخالت نکردن در حوزه فردی دیگران و توجه به «امر شخصی» خود است. از طرفی فردگرایی اشاره به «جهان مستقل فرد» و انتخابهای مستقل و فراجمعی یا شکسته شدن نظام «هنجار اجتماعی» در یک جامعه دارد. به تعبیر الیوت، مارگارت تاچر در زمان نخست وزیری خود جمله معروفی بیان کرد که منعکس کننده جامعه آن روز غرب و توسعه آن به سایر جوامع در جهان جدید بود. او گفت جامعه جدید، چیزی نیست مگر افراد و خانواده.^۳ او به عبارتی هویت جمعی اجتماعی را مورد سؤال قرار داد (الیوت و لمرت، ۲۰۰۶: ۱۶۰). از نظر الیوت و لمرت، فردگرایی در این معنا یک نوع فاصله گرفتن از توده‌ها^۴ یا «رفتار

1 -selfishness

2- ego-centrism

3- there is no society,only individuals and families.

4- remove himself from the masses

توده‌ای» است. عوامل ساختاری مثل توسعه انتخاب‌های فردی، از بین رفتن حوزه استقلال بومی و وصل شدن به جهان‌ها و فرهنگ‌هایی متکثر، جامعه یکپارچه قدیم را که با نظام هنجاری جمعی فهمیده می‌شد به تکثر فردی با پیوندهای حرفه‌ای، دوستی و خانوادگی تبدیل کرده است که برای درک آن باید فرد را کانون توجه قرار داد. (همان: ۱۶۲-۱۶۱). از نگاه آنتونی الیوت (۲۰۰۵)، در کتاب مفاهیم خود، «خود» ماهیتی منعطف، شکننده، تجزیه‌پذیر و غیرمرکزی دارد. بر همین مبنا خود مفهومی است که در جامعه پیچیده جدید، موضوع «پراکندگی» و چندرگه‌ای شدن هویتی و حوزه مستقل اجتماعی شده است. از همین منظر تحلیل «فرد» در روندهای جدید لذت‌گرایی، جدا از حلقه‌های هنجاری خانوادگی، خویشاوندی و دوستی قابل فهم است. روشن است که فرد به تنهایی هویت و «فردیت» خود را نمی‌سازد، بلکه فناوری و نوع تعامل با دیگری است که در مسیر زندگی روزمره هویت و خود را می‌سازد. جبرهای اجتماعی و جبرهای فناورانه در این روند نقش مهمی ایفا می‌کنند. از این منظر تلفن همراه هم به عنوان ابزاری ارتباطی و هم رسانه‌ای و همچنین به عنوان یک نقش اجتماعی که در واقع «امکان دسترسی لحظه‌ای» را فراهم می‌آورد، مطالعه شدنی است.

تلفن همراه یکی از شخصی‌ترین ابزار زندگی امروز است که امکان «خوداظهاری هویتی»^۱ را فراهم می‌آورد. وقتی فرد از خانه خارج می‌شود، کلید منزل، کیف پول و تلفن همراهش را با خود می‌برد. تلفن همراه ابزاری است که قابلیت انعطاف ارتباطات را فراهم کرده است، از قبیل: (۱) امکان ارتباط دوسویه یا چندسویه دائمی، (۲) قابل برنامه ریزی بودن ارتباطات، (۳) انتخابی بودن پذیرش ارتباطات، (۴) انتخابی بودن در دسترس بودن و نبودن، (۵) استفاده‌های چندمنظوره رسانه‌ای، از قبیل گوش دادن به رادیو، موسیقی و تماشای تلویزیون و ورود به جهان مجازی اینترنت. این قابلیت‌ها، خصلت‌هایی است که کانونی بودن فرد و خواسته‌های فرد را معنا می‌بخشد. عرصه‌های دیگری که انتخاب فرد و هویت فردی را در تعامل با تلفن همراه تجسم می‌بخشد عبارت‌اند از: (۱) انتخابی بودن زنگ تلفن همراه، (۲) انتخابی بودن تصویر یا جعبه تصویری آن و (۳) انتخابی بودن دستگاه و جلد تلفن همراه و حتی نوع ارتباط با دستگاه با استفاده از گوشی‌های سیم دار یا بدون سیم که نمادهای هویتی از تشخیص یا ویژگی‌های فردی را منعکس می‌کند.

1- identity self-expression

باید توجه داشت که تلفن همراه فضا و حس واقعی تری را در ارتباطات انسانی در مقایسه با سایر وسایل ارتباط جمعی فراهم آورده است. فرد بدون سناریو در تعاملی زنده با فرد یا افراد دیگر قرار می‌گیرد. این تعامل در سطح ارتباط صوتی خلاصه نمی‌شود، بلکه دارای خصوصیات ارتباط صوتی و تصویری و در عین حال ارتباط همراه با رؤیت تصویر یا ارتباط با استفاده از نامه الکترونیک یا ارسال صدا و تصویر به صورت پیام نیز است. مثلاً در قلمرو دینی این ارتباط، کلیسای یکشنبه یا مسجد اوقات نماز را به ارتباط گسترده تری با واسطه تلفن همراه تبدیل کرده است. کاتولیک‌ها می‌توانند با ورود با فضایی خاص پیام معنوی روزانه را از پاپ دریافت کنند. عیسویان ایرلندی نیز بخش خدماتی به نام «تماس مقدس» طراحی کرده‌اند که فرد روزانه با استفاده از تلفن‌های همراه تیزهوش وارد فضای معنوی می‌شود و به صورت انتخابی به مدت ۱۰ دقیقه به پیام‌ها و قطعات مقدس گوش می‌دهد. تقدس حتی به خود ابزار منتقل شده و در تلفن‌های همراه تیزهوش جدید، قطب‌نمایی تعبیه شده است که امکان یافتن جهت خانه خدا را فراهم می‌کند (عاملی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۶۴-۱۶۳).

کلمه «فردگرایی» را در قرن نوزدهم توکویل تعریف کرد. او فردگرایی را منعکس کنند پدیده منزوی شدن فرد در جامعه امریکایی قرن نوزدهم می‌دانست. با این نگاه فردگرایی محصول «قدرت گرفتن هویت جمعی» است. اندریس بوس ریشه شکل‌گیری فردگرایی را در تحولات برخاسته از نهضت‌های دینی در قالب اخلاق پروتستان می‌داند. آنتونی گیدنز فردگرایی جدید را محصول جهانی شدن و در واقع تحولات ناشی از صنعت ارتباطات می‌داند. از نظر او فردگرایی در دوره جدید در مقایسه با کل گذشته تاریخ ابزارمندتر شده است. در فضای جدید، از نظر گیدنز، هنجارهای جمعی و «کدهای اجتماعی» منبع هویت فردی نیست، بلکه فرد در تعامل با فضاها و هنجارهای خارج از محیط خود قرار دارد.

جهانی شدن در معنای جدید آن ظرفیت فردگرایی را توسعه بخشیده است، محدوده‌های جغرافیایی ارتباطات را از بین برده، محدودیت‌های انگیزه ای فرد را که در کانون «اقلیم فرهنگی محلی» تعریف می‌شده به «اقلیمهای فرهنگی فرامحلی» توسعه داده است، همچنین انتخاب‌های فردی را تنوع و تکثر بخشیده و نگاه فرامحلی را در ظرفیتهای محلی‌گرایی، جهانی‌گرایی و محلی- جهانی‌گرایی تنوع و توسعه بخشیده است. تکثر، تنوع، توسعه و انعطاف فضای جدید و بی‌معنا شدن دور و نزدیک و از همه مهمتر شکل‌گیری جهان موازی

جدید در کنار جهان شناخته شده قدیم، یعنی دوفضایی شدن جهان، فردیت و فردگرایی را لایه‌ای و به صورت هم زمان متکثر کرده است.

اگر بتوانیم لایه‌های مختلف فرد و فردیت را تعریف کنیم، فهم فضای تعاملی امروز آسان می‌شود. بنابراین قبل از تحلیل لایه‌های فرد و فردیت لازم است تفاوت فرد و فردیت را توضیح دهیم تا از این زاویه تفاوت بین شکل و محتوا برجسته شود. فرد یا شخص اشاره به واحد انسانی یا حتی حیوانی دارد که فرد را از دیگری جدا می‌کند و به نوعی منعکس کننده شکل و قالب است. فردیت منعکس کننده معنا، شخصیت و هویت فرد است که «بر» و «در» فرد انعکاس می‌یابد. بنابراین، فرد و فردیت به هم پیوسته و مرتبط با یکدیگرند، اما فرد قالب را منعکس و فردیت محتوای این قالب را بیان می‌کند. به نظر می‌رسد پیوند تلفن همراه و فرد پنج لایه مهم را برای فردیت فرد به دنبال می‌آورد:

- ✓ توسعه فردی،
- ✓ توسعه نظام ارتباطات بین فردی.
- ✓ توسعه انتخاب‌ها و تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فرد،
- ✓ تغییر در پیوندها، دلبستگی‌های فردی و حوزه خصوصی زندگی،
- ✓ دسترسی فوری یا فرهنگ فوری.

تلفن همراه به منزله ابزار فردی که فردیت را ابزارمند و حوزه علائق فردی را تسهیل می‌کند، می‌تواند با لایه‌های مختلف فردیت پیوند معناداری برقرار کند (عاملی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۶۵).

فرهنگ جوانان و تکنولوژی جدیدی به نام تلفن همراه:

جوانان به دلیل جوان بودن همواره در معرض دو دیدگاه در جامعه قرار دارند: ۱- از نگاه والدین و ۲- از دیدگاه جامعه. اما امروز بیشتر از گذشته والدین به دلیل ظهور تکنولوژی‌های جدید احساس می‌کنند که باید جوان خود را در کنترل داشته و دائماً بر آن نظارت کنند و از سوی دیگر جوان امروز که با ظهور و بروز فن‌آوری‌های جدید نه تنها خود را درگیر آنها نموده بلکه هر روز مشتاق‌تر از دیروز برای بروز فن‌آوری جدید خود را آماده می‌بیند، باعث شده است والدین بیش از گذشته به تلفن همراه که مهمترین تکنولوژی قرن حاضر است به

عنوان ابزاری برای کنترل بیشتر جوان خود نگاه داشته باشند. اما مهمتر از این، نگاهی است که جامعه به جوان دارد. جوامع همواره لبریز از انتظاراتی است که از جوانان باید سر بزند و از آنها شکل بگیرد. رفتارهایی از قبیل عدم بزهکاری، مؤدب بودن، رعایت احترام به بزرگترها و... اما در این میان جوامع از تکنولوژی تلفن همراه برای جوانان برداشته‌هایی متفاوت ارائه نموده‌اند و تقریباً اشتراکات این مهم عبارتند از: جوانان با تلفن همراه باید جوانی: ۱- در دسترس دائمی بوده ۲- کارآ و به موقع بودن و...

به هر حال آنچه مهم است اینکه فرهنگ استفاده از تلفن همراه نه تنها در بین جوانان بلکه در کل جامعه به اندازه پیشرفت‌های تکنولوژی که در گوشی‌های تلفن همراه کرده است هماهنگ نبوده است و فرهنگ استفاده از تلفن همراه باید تقویت شود و این میسر نمی‌شود مگر آنکه متولیان فرهنگی کشور فکری بیاندیشند و بسترسازی مناسب جهت ادامه این فن‌آوری پدید آورند. با وجود مطالبات و خواسته‌های کاربران تلفن همراه به خصوص جوانان، دیگر استفاده صرف از این ابزار ارتباطی نوین برای تماس‌های تلفنی و مکالمه اهمیتی ندارد. بررسی‌ها و تحقیقات حاکی از این است که بخش اعظم کاربران در جامعه بویژه جوانان به دلیل استفاده از ارزش‌های افزوده جدید و کارکردهای مختلف، از تلفن همراه استفاده می‌کنند و نیازها و مطالبات روزافزون همین جوانان، شرکت‌ها و کمپانی‌های تولیدکننده را بر آن داشته تا برای پاسخ به این نیازها دست به ابتکارهای نوین و خلاقیت بزنند و بر همین اساس است که می‌بینیم هم‌اکنون گوشی‌های تلفن همراه دارای فن‌آوری‌های نوینی هستند که از جمله آنها می‌توان به دسترسی به اینترنت، رادیو، تلویزیون، پخش آهنگ، ارسال پیام کوتاه و... اشاره نمود. این تکنولوژی‌های رسانه‌ای به سرعت فراگیر شد و فرهنگ جدیدی برای خود دست و پا کرد. بر همین اساس شرکت‌های تولیدکننده از ترس اشباع جوانان در آینده، قصد دارند با انواع ترفندهای مختلف از قبیل کاهش قیمت گوشی و... جوانان را ترغیب و تسلیم خود ساخته و آنها را به مصرف‌کننده دائمی محصولات خود تبدیل نمایند.

این فن‌آوری جدید در میان جوانان به یک ابزار مهم ارتباط اجتماعی بدل گشته است به طوری که برخی از جوانان هویت فردی خود را در گرو تلفن همراه می‌دانند یا به عبارتی خود را با آن تعریف می‌کنند. با انتخاب نوع زنگ تلفن همراه، صفحه نمایش آن و آهنگ‌هایی که داخل آن ذخیره می‌کنند، پیامک‌هایی که ارسال می‌نمایند و... وضعیت اجتماعی خود را به دیگران

می‌شناسانند. گسترش غیرقابل انتظار تلفن همراه در جامعه و کاربردهای آن به لحاظ اقتصادی برای بسیاری از والدین نگرانی‌های خاصی را نیز در پی داشته و مشاهده صورتحساب فرزندانشان در پایان هر ماه آنها را شوکه نموده است. از سویی دیگر مراکز آموزشی نیز از استفاده بدون ضابطه و انتشار مسایل غیراخلاقی از طریق تلفن همراه در بین جوانان نگران هستند. آنها معتقدند برخی مسایل تلفن همراه باعث سست شدن پیوند خانوادگی می‌شود و ارتباط چهره به چهره و رودرروی اعضای خانواده را کاهش می‌دهد. اما در مجموع این ابزار چند رسانه‌ای مرزهای جدیدی را در ارتباطات اجتماعی و فرد بوجود آورده است که هدایت و کنترل کاربردها و برجسته کردن نقش‌های مثبت این ابزار ارتباطی یک ضرورت محسوب می‌شود و لاجرم جهت جلوگیری از ترویج اصول غیراخلاقی در بین جامعه و به خصوص قشر جوان همانگونه که اشاره شد بحث فرهنگ‌سازی و فراهم‌سازی بستر مناسب استفاده صحیح از تلفن همراه در میان جوانان اجتناب‌ناپذیر است (جعفری، ۱۳۸۸، <http://abeshkooch.persianblog.ir>).

تأثیرات تلفن همراه بر جوانان و جامعه:

❖ مضرات تلفن همراه:

استفاده از تلفن همراه در جامعه کنونی و با پیشرفت فن‌آوری اجتناب‌ناپذیر است. میزان بی‌رویه استفاده، تنوع در استفاده و... از جمله عواملی است که نگرانی‌ها درباره اثرات تلفن همراه بر سلامت فردی و اجتماعی انسان را بیش از پیش نمایان ساخته است. در این بخش سعی می‌شود مضرات تلفن همراه در سه قسمت به شرح ذیل مورد بررسی قرار گیرد:

۱- تلفن همراه و تأثیر بر سلامت جسمی فرد.

۲- تلفن همراه و تأثیر آن بر سلامت روحی و روانی فرد.

۳- تلفن همراه و تأثیر بر سلامت اجتماعی فرد.

۱- تلفن همراه و تأثیر بر سلامت جسمی فرد:

شواهد علمی بسیار کمی در مورد افزایش نوع خاصی از تومورهای مغزی در استفاده مداوم از تلفن همراه وجود دارد. در کشورهای اتریش، آلمان و سوئیس تاکنون دانشمندان مقالات زیادی در این مورد ارائه نموده‌اند و از دولت‌ها خواسته‌اند که به گونه‌ای قانون‌گذاری

کنند که کمترین میزان زیان به افراد برسد. اگرچه بعضاً گزارش‌های ضد و نقیضی درباره اثرات تلفن همراه بر سلامت جسمی افراد از سوی مراکز مختلف تحقیقاتی منتشر می‌شود؛ ولی به زعم اغلب کارشناسان علوم پزشکی با توجه به ماهیت و تأثیرات شناخته شده امواج الکترومغناطیسی در طول موجهای مختلف بر سیستم‌های بیولوژیکی جسم انسان نمی‌توان خطرات تلفن همراه و تجهیزات الکترونیکی همراه آن را نادیده گرفت و انکار نمود. البته از طرف دیگر، نباید این واقعیت را هم فراموش کرد که چنین خطراتی در استفاده از بسیاری از تجهیزات مثل سیستم‌های الکتریکی و الکترونیکی از جمله تلویزیون، رایانه، اجاق‌های ماکروویو و... با کاربردهای روزانه گرفته تا تجهیزات پزشکی از قبیل پرتونگاری، پرتودرمانی و... و سیستم‌های رادار، دکل‌های برق و... هم وجود دارد که هیچ‌گاه مانعی برای استفاده از آنها نبوده است و مهم برخورد علمی و آگاهانه با دستاوردهای فن‌آوری‌های جدید و به حداقل رساندن خطرات و آسیب‌های اجتناب‌ناپذیری است که ممکن است در ورای فواید و کاربردهای هر محصول و دستاورد فنی و تکنولوژیک وجود داشته باشد. در اینجا به صورت تیتروار به برخی مضرات جسمی استفاده از تلفن همراه اشاره می‌شود:

- ✓ نقش تخریبی در بدن، ارگان‌های سلولی و ماکرو مولکولهای حیاتی مانند DNA و در نتیجه پارگی DNA ها و بروز بسیاری بیماری‌های ناشی از آن.
- ✓ افزایش خطر ابتلاء به سرطان، نتایج مطالعه‌ای که در مجله «اپیدمیولوژی» منتشر شده نشان می‌دهد استفاده مرتب و زیاد از تلفن همراه برای بیش از ۲۲ ساعت در هر ماه خطر تشکیل تومورهای غده بناگوش را حدود ۵۰ درصد افزایش می‌دهد.
- ✓ افزایش نوع خاصی از تومورهای مغزی.
- ✓ استفاده از تلفن همراه مرگ را جلو می‌اندازد؛ تحقیقات انجام شده در این زمینه نشان می‌دهد که استفاده مداوم از تلفن همراه تحلیل گلبولهای سفید، افزایش فشار خون، کاهش حافظه و سردرد را به دنبال دارد.
- ✓ تأثیر تلفن همراه بر ناباروری مردان؛ تحقیق در این مورد نشان می‌دهد که استفاده از تلفن همراه با آسیب رساندن به اسپرم در ارتباط است. این تحقیق که بر روی ۳۶۱ نفر از مردان که تحت آزمایش ناباروری قرار داشتند مشخص شد هر چه مقدار زمانی که مردها در روز از تلفن همراه استفاده می‌کنند، بیشتر باشد، اسپرم آنها ناسالم‌تر است.

استفاده زیاد از تلفن همراه در جوانان باعث کم‌خوابی و در نتیجه استرس می‌شود (جعفری، ۱۳۸۸، <http://abeshkooch.persianblog.ir>).

۲- تلفن همراه و تأثیرات آن بر سلامت روانی و روحی فرد:

براساس تحقیقات انجام شده با نام «استفاده منطقی برای اثرگذاری مثبت» که در کشور اسپانیا انجام شده است، جوانانی که در طول روز برای ساعات طولانی از تلفن‌های همراه استفاده می‌کنند احتمالاً با اختلالات روانی مواجه خواهند شد. براین اساس اعتیاد به تلفن همراه می‌تواند بر روی وضعیت روانی افراد تأثیر گذارد اما از آنجایی که این اعتیاد علایم فیزیکی خاصی ندارد، بنابراین اختلالات پیش آمده ناشی از آن مشهود نیست. انواع مختلف اختلالات روحی و روانی ناشی از اعتیاد به تلفن همراه عبارتند از:

- ✓ افسردگی و ناراحتی ناشی از کارکردهای بیش از حد و معمول با تلفن همراه؛ بر اساس تحقیقات صورت گرفته شده، جوانانی که تماسی را از دست می‌دهند یا در ارسال پیام کوتاهی ناموفق هستند بسیار غمگین و ناراحت می‌شوند.
 - ✓ نادیده گرفتن فعالیت‌ها و کارهای مهم بر اثر اعتیاد به تلفن همراه؛ در این مورد می‌توان چنین اشاره کرد که جوانان معتاد به تلفن همراه گاهی فعالیت‌های مهمی نظیر اشتغال و یا درس خواندن را فراموش می‌کنند.
 - ✓ وجود مشکلات بدنی از قبیل سوء هاضمه، کم‌خوابی و... از دیگر اثرات اعتیاد به تلفن همراه است.
 - ✓ پایین آمدن اعتماد به نفس و در نهایت گوشه‌گیری از اجتماع.
 - ✓ ایجاد استرس و فشار روانی بر افراد تا جایی که بر سلامت جسمی آنها نیز تأثیر می‌گذارد و نیز مشکلات رفتاری خاصی ایجاد می‌نماید.
- باعث نوعی بیماری‌های شخصیتی در جوانان از قبیل خودبزرگ‌بینی یا خودکوچک‌بینی و امثال اینها می‌شود

(جعفری، ۱۳۸۸، <http://abeshkooch.persianblog.ir>).

۳- تلفن همراه و تأثیر آن بر سلامت جامعه:

در سالیان نه چندان دور اگر می‌خواستید مکالمه کسی را گوش دهید باید تلاش زیادی می‌کردید و اساساً این کار یک عمل ناپسند و زشت محسوب می‌شد اما اینک و به راحتی

کارهای روزانه، نقش‌های مهم زندگی و حتی لهجه خود را با دیگران و در یک فضای عمومی از قبیل اتوبوس، مترو و... تقسیم می‌کنیم و ناخواسته آنها را شریک می‌کنیم. از این قبیل تأثیرات اجتماعی تلفن همراه زیاد است برخی از انواع اثرات تلفن همراه بر سلامت جامعه به شرح زیر است:

- ✓ عمومی کردن بخشی از دنیای شخصی خودمان در انظار دیگران.
- ✓ پایین آمدن سطح روابط زناشویی و خانوادگی؛ حالا آدمهایی که وقت ندارند به همسرشان در خانه ابراز محبت، علاقه و عشق کنند در اداره یا در مترو و یا ... این کار را با یک پیام کوتاه متنی یا تصویری و البته در حضور دیگران انجام می‌دهند.
- ✓ پایین آمدن ارتباطات درون خانوادگی و در نهایت نقص یکی از اصول و احکام مهم اسلامی یعنی صله رحم؛ براساس تحقیقات شرکت ارنج^۱ حدود ۸۰ درصد جوانان از طریق پیام کوتاه و یا تلفن همراه از احوال خانواده خود چه سببی و چه نسبی جو یا می‌شوند و از این طریق برخی مواقع تا یک هفته هم مشاهده شده که پدری فرزند خود را ندیده و تنها ارتباط آنها از طریق تلفن همراه است.
- ✓ تجمیع تمامی اطلاعات شخصی و خانوادگی در تلفن همراه و در نهایت ترس از گم شدن و لو رفتن تمامی اطلاعات محرمانه زندگی شخصی
- ✓ رواج فساد اخلاقی و بی‌بند و باری از طریق تلفن همراه به انحاء مختلف (ارسال عکس‌های خلاف عفت، متن‌های طنزآلود بسیار رکیک و...).
- ✓ احساس ناامنی اجتماعی و در نهایت استرس‌زا بودن تلفن همراه.
- ✓ از دیگر اثرات تلفن همراه در جامعه اینکه حالا مردان بیشتر از زنان با تلفن حرف می‌زنند. آمارها نشان می‌دهد در حال حاضر ۷۲ درصد مردان روزی یکساعت با تلفن صحبت می‌کنند در مورد مشابه در زنان ۵۳ دقیقه است.
- ✓ گوشه‌گیری، انزوا و کنج عزلت گرفتن از دیگر مضرات اجتماعی تلفن همراه در بین جوانان است و در نهایت موجبات فردگرایی مفرط در جامعه را بوجود آورده است. (همان)

➤ مزیت‌ها و فواید تلفن همراه:

حال که با مضرات و اثرات مخرب تلفن همراه آشنا شدیم بد نیست یک طرفه به قاضی

نرویم و کمی هم در مورد مزیت‌ها و در نهایت فواید تلفن همراه نیز سخنی بگوییم. تلفن همراه به عنوان جزء ضروری زندگی بسیاری از افراد جامعه درآمده است. به گونه‌ای که تصور زندگی بدون تلفن همراه تا حدود بسیار زیادی دشوار شده است. تأثیرات اجتماعی و فردی این وسیله محدود به کشور و یا جامعه خاصی نمی‌شود و تمامی جوامع را به نوعی درگیر خود نموده است. تأثیرات اجتماعی این وسیله امروز بیش از پیش مورد توجه اندیشمندان قرار گرفته است. مهم‌ترین فواید تلفن همراه برای جوانان و جامعه در دو قسمت ۱- توسعه فردی ۲- فواید اجتماعی بحث می‌شود که در مورد توسعه فردی در مباحث بالا توضیح داده شده است.

تلفن همراه و فواید اجتماعی:

تلفن همراه، یک سیستم ارتباطی بدون سیم است که امکان دسترسی را در شرایط متفاوت و جغرافیای متفاوت فراهم می‌کند. این خصیصه تلفن همراه را به مفهوم «جامعه مجازی فراگیر» نزدیک می‌کند. از سوی دیگر تلفن همراه بعنوان یک تکنولوژی کارزماتیک در مقایسه با دیگر تکنولوژی‌ها تجسم فرهنگی پیدا کرده است و به صورت گسترده‌ای وارد مسیر زندگی اجتماعی شده است. اما مهمترین فواید اجتماعی تلفن همراه عبارتست از:

✓ توسعه ارتباطات بین گروهی و فضاهای همزمان دوستی:

لذات‌گرایی، میدان دید داشتن و روشنگری، خصیصه‌های نسل جوان در تعامل با تلفن همراه تشخیص داده شده است. استفاده از تلفن همراه در میان جوانان و نوجوانان بعنوان ابزار سرگرمی و ارتباطات بین گروهی و توسعه فضاهای «همزمان دوستی» امر فراگیری است که صنعت جدیدی را به حوزه سرگرمی‌ها اضافه کرده است. در کشور فنلاند در سال ۱۹۹۴، ۳۰ درصد نسل جوان بین ۱۶ تا ۲۴ سال تلفن همراه داشته‌اند و طی مدت کوتاهی یعنی سال ۱۹۹۸ این میزان به ۹۰ درصد افزایش پیدا کرد. از آن تاریخ میزان مصرف بصورت پیوسته افزایش پیدا کرد و سن مصرف را کاهش داد. در سال ۲۰۰۱ یک سوم بچه‌های ۷ تا ۱۰ سال صاحب تلفن همراه بودند و ۷۰ درصد آنها اجازه استفاده از تلفن همراه بصورت معمول را داشته‌اند. به مرور تلفن همراه از یک وسیله ارتباط صرف به یک ابزار چند منظوره شخصی توسعه پیدا کرده است. مطالعات ویلسکا (۲۰۰۳) نشان می‌دهد که بطور میانگین جوانها در

روز ۶ تا ۸ تلفن و به همین تعداد پیام تبادل می‌کنند. ۹۳٪ افراد از تقویم، زنگ ساعت و ماشین حساب تلفن همراه استفاده می‌کنند و بطور متوسط ۷۹٪ جوانها از زنگ جدید و لوگو جدید استفاده می‌کنند. کارکردهای جدید تلفن همراه محل توجه نسل جوان است و به همین دلیل شرکت‌های تجاری روی کارکردهای جدید تلفن همراه تأکید می‌کنند (جعفری، ۱۳۸۸، <http://abeshkooch.persianblog.ir>).

✓ تلفن همراه و کنترل والدین بر فرزندان:

امروزه بیشتر از گذشته والدین به تلفن همراه به عنوان ابزاری برای کنترل رفتار فرزندان می‌نگرند که به فرزندانشان قدرت تفکر و احساس امنیت بیشتری می‌دهد. کای ویتز از انستیتوی تحقیقات راهبرد اجتماعی بریتانیا می‌گوید: تحقیقات نشان می‌دهد که با وجود نگرانی از جرائم مربوط به تلفن همراه، والدین می‌گویند جوانان با تلفن همراه از امنیت بیشتری برخوردارند.

این تحقیق نشان می‌دهد که والدین معمولاً هنگامی که فرزندانشان وارد دبیرستان می‌شوند برای آنها تلفن همراه می‌خرند تا بتوانند بر آنها نظارت داشته باشند یا در موقع ضروری بتوانند با آنها تماس بگیرند.

✓ احساس استقلال و تلفن همراه:

تحقیقات همچنین نشان می‌دهد که داشتن یک تلفن همراه احساس استقلال را در جوانان افزایش می‌دهد و برای برنامه‌ریزی برای برنامه‌های آتی به همراه والدین و دوستان به کار می‌رود.

کری دویت، پژوهشگر مرکز مطالعه نوجوانان می‌گوید: «اگرچه تلفن‌های همراه جوانان را به خطر کردن تشویق نمی‌کند، ولی جوانان آن را به عنوان وسیله‌ای که به آنها انعطاف بیشتری می‌بخشد، نگاه می‌کنند.»

در عمل جوانان از تلفن همراه به عنوان وسیله‌ای برای چانه‌زنی با والدین برای دیر به خانه بازگشتن استفاده می‌کنند. در واقع این پژوهش نشان می‌دهد وقتی فرزندی صاحب تلفن همراه می‌شود به این معناست که والدین او می‌خواهند که در این زمینه از انعطاف بیشتری برخوردار باشند. این تحقیق همچنین نشان می‌دهد که دختران بیشتر از پیام‌های کوتاه برای اطمینان دادن به والدین‌شان که در امنیت به سر می‌برند تا پسران بهره می‌گیرند، آنها همچنین از پیام‌های

کوتاه بیشتر برای ارتباط برقرار کردن با دیگران استفاده می‌کنند (همان).

نقش همسالان در الگوسازی و هویت جوانان:

یکی از مهم‌ترین گروه‌های مرجع جوانان، گروه همسالان و دوستان است. در دوره‌ی جوانی، گروه دوستی نقش مهمی در الگوپذیری و شکل‌گیری شخصیت جوانان ایفا می‌کند. دوران جوانی اقتضائات خاص خود را دارد. میل به نوگرایی، تمایل به استقلال، مدگرایی، تمایل به مطرح کردن و ابراز خود، الگو گرفتن و افزایش ارتباط با همسالان و ... از ویژگی‌های دوران جوانی است. در نتیجه ارتباط با دوستان و وسایلی که این ارتباط را فراهم می‌کنند، از اهمیت بسزایی برخوردارند.

✓ چت:

چت روم‌ها^۱ یا تالارهای گفتگو به عنوان یکی از پرطرفدارترین امکانات اینترنتی، شرایط جدیدی را پیرامون کاربران خود قرار داده و مرزهای تازه‌ای در شکل‌گیری خرده فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و هویت جوانان پدید آورده‌اند. گمنامی، سرعت ارتباطات و سیال بودن آن پیامدهای گسترده‌ای در روابط جنسیتی و الگوهای ارتباطی و دوست‌یابی جوانان بر جای می‌گذارد. تداخل طبقه با جنسیت و جغرافیا می‌تواند فضای آزادکننده‌ای را برای دسته‌ای از جوانان پدید آورده و مرزبندی‌های رایج جنسیتی و اجتماعی را در فرهنگ جوانان کم‌رنگ سازد. ارتباطات اینترنتی در محیط‌های چت، ضمن آنکه تقویت‌کننده روابط غیر وابسته به زمان و مکان گردیده است، به محملی برای جستجو و ارضای کنجکاوی‌های جوانان نیز تبدیل شده است (ذکایی، ۱۳۸۳: ۲۷۷).

✓ پیام کوتاه:

نتایج تحقیقات نشان داده است که هم‌اکنون از جذابیت‌های چت برای نسل جوان کاسته شده و پیام کوتاه جایگزین آن شده است. چت به امکاناتی مانند کامپیوتر، اتصال به اینترنت و ارتباط همزمان دو کنشگر نیاز دارد، در حالیکه ارسال پیام کوتاه تنها به گوشی موبایل نیاز دارد که اکثر جوانان آن را دارند. موبایل به علت همراهی همیشگی و دسترس‌پذیری این امکان را برای افراد فراهم می‌کند که در هر زمان و هر مکانی، امکان برقراری ارتباط با دیگری را داشته

1- Chat rooms

باشند. به عبارت دیگر می‌توان گفت بوسیله پیام کوتاه، فرد همواره آنلاین و قادر به پاسخگویی است (حتی اگر در یک جلسه کاری یا کلاس درس باشد)، در حالی که بواسطه چت هیچ‌گاه این امکان وجود ندارد که فرد همواره آنلاین باشد. بنابراین با رواج استفاده از موبایل در بین جوانان و محبوبیت سرویس پیام کوتاه و در عین حال کاسته شدن از هیجان چت کردن به مرور زمان، به نظر می‌رسد در حال حاضر پیام کوتاه و استفاده از موبایل، تأثیرات بیشتری نسبت به چت بر جوانان داشته باشد (بوستانی، ۱۳۸۷: ۴۳).

لورنت (۲۰۰۲) می‌گوید موبایل، درون خانه که فضایی عمومی است، یک خلوت و تنهایی بوجود آورده است. در نتیجه موبایل نوع جدیدی از خلوت را بوجود آورده است که کمتر کسی به آن راه دارد. ایجاد این فضای شخصی و خصوصی در جمع، نقش مهمی در هویت فردی جوان ایفا می‌کند. برای مثال به آنها اجازه می‌دهد تا بدون آگاهی دیگران پیامی را رد و بدل کنند یا قرار ملاقاتی را تنظیم کنند. اگر یک جوان موبایلش را در خانه جا بگذارد، احساس گنجی می‌کند یا تصور می‌کند بخش بزرگی از وجودش را جا گذاشته است. موبایل به او تشخیص می‌دهد و اساساً بخشی از هویت او را تعریف می‌کند. حتی موقع شام وقتی همه اعضای خانواده در کنار یکدیگر شام می‌خورند، ممکن است لحظاتی از شام خوردن دست بکشد تا جواب یک پیام کوتاه را بنویسد یا به تلفن پاسخ دهد، احتمالاً با اعتراض پدر و مادرش مواجه می‌شود که از او می‌خواهند برای چند لحظه هم که شده موبایل را کنار بگذارد و با خیال راحت شام بخورد. فرآیند از جاکنندگی که گیدنز به آن اشاره می‌کند را در استفاده از موبایل نیز می‌توان دید. دسترس‌پذیری دائمی این امکان را فراهم می‌کند که دو کنشگر بتوانند فارغ از زمان و مکان با هم ارتباط برقرار کنند. تلفن ثابت در هر خانه متعلق به همه اعضای خانواده است و بیشتر اوقات اعضای خانواده از تماس‌های یکدیگر آگاه می‌شوند، اما موبایل یک ابزار شخصی است که به فرد تعلق دارد و همیشه همراه اوست، در نتیجه وابستگی فرد به زمان و مکان را از بین می‌برد و امکان ارتباطات آزادانه‌تر و بدون کنترل دیگران (و از جمله والدین) را برای فرد ایجاد می‌کند.

در استفاده از موبایل ممکن است هویت مجازی ایجاد شود، اما بسیار کم‌رنگ‌تر و ضعیف‌تر از هویت مجازی ایجاد شده بوسیله فضای مجازی است. در فضای مجازی مهم‌ترین اصلی که به ایجاد هویت مجازی کمک می‌کند، گمنامی و پنهان بودن هویت واقعی فرد است،

در حالی که کالر آی-دی^۱ هویت فرد را فاش می‌کند. حتی اگر کسی پیام کوتاهی از شماره‌ای ناشناس دریافت کند، با تماس سریع با شماره او می‌تواند از کیستی او آگاه شود، در حالی که امکان چنین شناختی در فضای مجازی و چت‌روم‌ها وجود ندارد. در عین حال پیام کوتاه مانند چت، از آنجایی که امکان ارتباط نوشتاری و غیر رودررو را فراهم می‌کند، به جوانان کمک می‌کند تا راحت‌تر به ابراز احساسات و منویات خویش بپردازند (همان: ۴۳).

چارچوب نظری:

نظریه استفاده و رضامندی:

نظریه استفاده و رضامندی ضمن فعال انگاشتن مخاطب، بر نیازها و انگیزه‌های وی در استفاده از رسانه‌ها تأکید می‌کند و بر آن است که ارزش‌ها، علایق و نقش اجتماعی مخاطبان مهم است و مردم براساس این عوامل آنچه را می‌خواهند ببینند و بشنوند، انتخاب می‌کنند. پرسش اساسی نظریه استفاده و رضامندی این است که چرا مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و آنها را برای چه منظوری به کار می‌گیرند؟ پاسخی که داده می‌شود این است که مردم برای کسب راهنمایی، آرامش، سازگاری، اطلاعات و شکل‌گیری هویت شخصی، از رسانه‌ها استفاده می‌کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۷۲).

در اثر نظریه استفاده و رضامندی تغییر کاملاً قاطعی در کیفیت توجه به مخاطب روی داد. این نظریه خط بطلان بر کلیه نظریه‌های مربوط به اثرات رسانه کشید. مخاطب را فعال فرض کرد؛ به طوری که خودش براساس نیازها انتخاب و گزینش می‌کند. کاتز استدلال کرد که حوزه‌ای که در ارتباطات مشرف به موت است، مطالعه ارتباط جمعی تحت عنوان متقاعدسازی است. کاتز پرسش «مردم با رسانه‌ها چه می‌کنند؟» را جایگزین پرسش «رسانه‌ها با مردم چه می‌کنند؟» کرد. او نشان داد که افراد مختلف می‌توانند از پیام‌های ارتباط جمعی مشابه برای اهداف خیلی متفاوت استفاده کنند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴: ۳۲۵-۳۲۱). فرض اصلی نظریه استفاده و رضامندی این است که افراد مخاطب، کم و بیش به صورت فعال به دنبال محتوایی

1- Caller ID

هستند که بیشترین رضایت را برای آنان فراهم سازد. میزان این رضایت بستگی به نیازها و علائق فرد دارد. با توجه به اهمیت نیازها و انگیزه‌های مخاطب در استفاده از رسانه‌ها و زمینه فردی و اجتماعی این نیازها، الیهو کاتز و هربرت بلومر^۱، الگوی این نظریه را چنین ترسیم کرده‌اند:

زمینه‌های اجتماعی و روانشناختی باعث ایجاد نیازهایی می‌شود که نتیجه آنه انتظارات و توقعات از رسانه‌های جمعی است که موجب تنوع و گوناگونی الگوی عرصه رسانه می‌شود و به برآورده شدن نیازها می‌انجامد.

مجموع نیازها و انگیزه‌های مخاطب در استفاده از رسانه‌ها را می‌توان در چهار مقوله اصلی جای داد:

۱. آگاهی^۲ و نظارت: مردم به منظور کسب اخبار و اطلاعات از دنیای پیرامون و نظارت بر محیط اجتماعی خویش، از رسانه‌ها استفاده می‌کنند.
۲. روابط شخصی^۳: مردم در فرآیند ارتباط، رسانه‌ها را همراه و همنشین خود تلقی می‌کنند و از محتوای رسانه‌ای برای ارتباط و گفتگو با دیگران استفاده می‌کنند.
۳. هویت شخصی^۴: مردم از رسانه‌ها برای کسب خودآگاهی، یافتن الگوهای رفتاری و تقویت ارزش‌های شخصی استفاده می‌کنند.
۴. سرگرمی و گریز از واقعیت: مردم از رسانه‌ها برای سرگرم شدن و گریز از مشکلات زندگی روزمره و تخلیه عاطفی استفاده می‌کنند.

(همان: ۷۴-۷۳)

یکی از مفاهیم و مفروضات اصلی نظریه استفاده و رضامندی، «فعال بودن مخاطب» است. به این معنا که مخاطب در استفاده از رسانه‌ها به دنبال رفع نیازها و کسب رضامندی است و باور دارد که انتخاب رسانه، رضامندی موردنظرش را تأمین می‌کند. پژوهشگران رویکرد استفاده و رضامندی، ابعاد و شاخص‌های فعال بودن مخاطب را

1- H. Blumer

2- Consciousness

3- Personal Relationships

4- Personal Identity

«تعمدی بودن»^۱، «انتخابی بودن»^۲، «درگیر شدن»^۳ و «سودمندی»^۴ ذکر کرده‌اند.

۱. تعمدی بودن: استفاده هدفمند و برنامه‌ریزی شده از رسانه و نشانه ارتباط میان فعالیت ارتباطی و انگیزه‌های روی آوردن به رسانه است.

۲. انتخابی بودن: به معنی آگاهانه در معرض استفاده از رسانه‌ها قرار گرفتن است. انتخابی بودن همچنین، استفاده از رسانه یا رضامندی مورد انتظار از مصرف رسانه نیز تعریف شده است.

۳. درگیر شدن: یعنی اینکه محتوای خاصی از رسانه، با مخاطب ارتباط فردی دارد. به عبارت دیگر، منظور پردازش روان‌شناختی محتوای رسانه است.

۴. سودمندی: منظور از سودمندی، بهره اجتماعی یا روان‌شناختی استفاده کننده از رسانه است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۷۴).

پرسش اساسی در پژوهش‌های استفاده و رضامندی این نیست که رسانه‌ها چگونه نگرش‌ها و رفتارهای ما را تغییر می‌دهند، بلکه سوال این است که چگونه رسانه‌ها نیازهای اجتماعی و فردی ما را تأمین می‌کنند. بنابراین، تأکید بر مخاطب پویاست که به صورت عمیق از رسانه‌ها برای دستیابی به هدف‌های مشخص استفاده می‌کند.

به منظور سنجش نیازهای مخاطبان و کارکردهای رسانه الگوی استفاده و رضامندی بر مبنای فرضیه‌های مشترک زیر بنا شده است:

۱. استفاده از رسانه‌ها هدفمند است. ما از رسانه‌ها برای ارضای نیازهای خاص خود استفاده می‌کنیم. این نیازها از محیط اجتماعی ما ناشی می‌شود.

۲. پیامگیران، نوع رسانه و نوع محتوای رسانه‌ها را برای ارضای نیازهای خود انتخاب می‌کنند. بنابراین، مخاطبان فرآیند ارتباط جمعی را آغاز می‌کنند و ما توانایی «هدایت رسانه‌ها» در ارتباط با نیازهای خود را داریم تا اینکه رسانه‌ها اختیار ما را در دست گیرند.

۳. منابع دیگری برای ارضای نیازها وجود دارد و رسانه‌های جمعی باید با آنها به رقابت بپردازند. برخی از منابع تأمین نیازهای غیررسانه‌ای عبارتند از: خانواده، دوستان، ارتباط میان

1- Intentionality
2- Selectivity
3- Involvement
4- Utility

فردی، سایر فعالیت‌های اوقات فراغت، خواب و مواد مخدر.

۴. مخاطب از نیازهای خود آگاه است و چنانچه از آنها پرسیده شود، پاسخ می‌دهد. آنها همچنین از دلایلی که از رسانه‌های جمعی استفاده می‌کنند آگاهی دارند (تن، ۱۳۸۸: ۳۴۲-۳۴۱).

کاتز، گوریویچ و هاس یک گونه‌شناسی از نیازهای رسانه‌های مرتبط پیشنهاد کرده‌اند که نیازهای خاص را در پنج دسته زیر قرار می‌دهد:

۱. نیازهای شناختی: نیازهای مرتبط با تقویت اطلاعات، دانش و فهم محیط ما. این نیازها بر مبنای تمایلات برای فهم و غلبه بر محیط است. آنها همچنین حس کنجکاوی و کاوشگری ما را ارضا می‌کند.

۲. نیازهای احساسی: نیازهای مرتبط با تقویت تجربه‌های زیبایی، لذت و احساس. جستجوی لذت و تفریح انگیزه متداولی است که می‌تواند توسط رسانه‌ها ارضا شود.

۳. نیازهای همبستگی فردی: نیازهای مرتبط به تقویت اعتبار، اطمینان، توازن و موقعیت فرد. اینها ناشی از تمایل فرد برای تعالی نفس است.

۴. نیازهای همبستگی اجتماعی: نیازهای مرتبط به تقویت خانواده، دوستان و جهان. اینها بر مبنای تمایلات فرد برای همبستگی با دیگران است.

۵. نیاز برای فرار: نیازهایی است مرتبط با فرار و رهایی از تنش و تمایل برای سرگرمی (همان: ۳۴۴)

جامعه اطلاعاتی:

جامعه اطلاعاتی جامعه‌ای است همراه با خدمات اطلاعاتی رسانه‌های همگانی که با آهنگی سریعتر از دیگر جوامع و تفوق بر اندوخته‌های تجربی و دانش محض به پیش می‌رود؛ جامعه‌ای که ارتباطات، عامل انتقال دهنده واقعی برای ایجاد تغییر و تحول در هر فرد به منظور دستیابی عملی به اطلاعات بی حد و مرز است و در آن، ارتباطات شبکه اطلاعاتی جهانی، جایگزین سرویس ارتباطات تلفنی جهانی شده و تولید ارزش‌های اطلاعاتی عامل تعیین کننده‌ای در توسعه جامعه است.

به طور تحلیلی، پنج تعریف از «جامعه اطلاعاتی» که هر یک معیارهایی را برای تعریفی جدید ارائه می‌دهند، قابل تشخیص است، این تعاریف عبارتند از: فناورانه، اقتصادی، شغلی،

فضایی و فرهنگی.

۱. فناوریانه و عمومی‌ترین تعریف از «جامعه اطلاعاتی» بر نوآوری چشمگیر فناوری تاکید می‌کند. تصور کلیدی این است که موفقیت علمی در پردازش، ذخیره و انتقال اطلاعات، کاربرد فناوریهای اطلاعاتی را تقریباً به تمام گوشه و کنار جهان گسترش داده است. در این تعریف کاهش شگفت آور قیمت کامپیوتر، افزایش عظیم قدرت آنها و غلبه کاربرد آنها در هر کجا مورد توجه است

(Office Of Technology Assessment, 1990: 46).

این سناریوی شبکه‌ای از کامپیوترها غالباً با تولید برق مقایسه می‌شود: یعنی قیاس شبکه اطلاعات با تأمین برق. همانطور که شبکه برق به هر منزل، کارخانه، اداره و مغازه به منظور تولید انرژی متصل است، به همین ترتیب شبکه اطلاعات نیز در هر کجا که نیاز به اطلاعات باشد آن را در اختیار می‌گذارد. این البته فرایندی تکاملی است، اما با تقویت آی. اس. دی. ان (شبکه خدمات یکپارچه رقمی) عناصر بنیادی نوعی جامعه اطلاعاتی در اختیار ما قرار می‌گیرد. این جاده‌های شبکه‌های اطلاعاتی به محص تاسیس به بزرگراه‌های عصر جدید تبدیل می‌شوند. چیزی شبیه به راه‌ها، راه‌آهن‌ها و کانال‌های آبی عصر صنعت همان قدر که اینها به خاطر حمل و نقل مواد و کالای حاصل از انقلاب صنعتی حیاتی بودند، آی. اس. دی. ان نیز زیر ساخت پشتیبان جامعه اطلاعاتی را تأمین خواهد کرد. بدون شک این تعریفی فناوریانه از جامعه اطلاعاتی است. خواه این تعریفی باشد با این پیش بینی که جامعه اطلاعاتی حامل تأثیر چشمگیر نوآوری‌های فناوریانه است یا آن را همچون نتیجه افزایش نظام‌های آی. اس. دی. ان^۱ تلقی کند، هر دو را ویژگی ممتاز اصلی در نظم جدید می‌دانند.

۲. اقتصادی: شاخه‌ای فرعی در اقتصاد تاسیس شده است که به مسایل «اقتصاد اطلاعات» می‌پردازد. اثر پیشگام فریتز مک لاپ، یعنی تولید و دانش در ایالات متحده (۱۹۶۲)، در پایه گذاری مقیاس‌هایی برای «جامعه اطلاعاتی» در چارچوب اقتصادی آن، بسیار موثر بود، لک لاپ کوشید تا صنعت اطلاعات را با اصطلاحات آماری توصیف کند. او پنج گروه وسیع صنعت (که خود به پنجاه شاخه فرعی تقسیم می‌شوند) تشخیص داد که عبارتند از:

1- ISDN (Integrated services Digital Network)

آموزش و پرورش (مدارس، کتابخانه‌ها و ...) رسانه‌های ارتباطی (رادیو، تلویزیون و ...) ماشین‌های اطلاعاتی (تجهیزات کامپیوتری، ابزارهای موسیقیایی و ...) خدمات اطلاعاتی (حقوق، بیمه پزشکی و ...) و دیگر فعالیت‌های اطلاعاتی (تحقیق و توسعه، فعالیت‌های غیر انتفاعی و ...)

در بررسی این نوع مقولات، می‌توان ارزش اقتصادی به هر کدام از آنها داد و مشارکت آنها را در تولید ناخالص ملی ردیابی کرد. اگر روند اینها در تولید ناخالص ملی، بخش رو به افزایش را نشان دهد، آنگاه می‌توان ادعا کرد که ظهور تدریجی «اقتصاد اطلاعات» در حال شکل گرفتن است.

۳. شغلی: مقیاسی که برای پیدایش «جامعه اطلاعاتی» دگرگونی‌های شغلی را مورد توجه قرار می‌دهد، مقیاس رایجی است. بطور ساده عبارتست از این که به هنگامی که کار اطلاعاتی در میان حرفه‌ها تفوق یافت، ما به «جامعه اطلاعاتی» دست یافته‌ایم. یعنی، هنگامی که کارمندان، معلمان، حقوق دانان و نمایندگان از حیث عددی بر معدنچیان ذغال سنگ، فلز کاران، کارگران کشتی‌سازی و کارگران ساختمانی تفوق یابند، «جامعه اطلاعاتی» فرا رسیده است.

۴. فضایی: این مفهوم از «جامعه اطلاعاتی» در عین حال که از جامعه‌شناسی و علم اقتصاد استفاده می‌کند، در هسته خود تأکید مشخص جغرافی دانان را بر روی مساله فضا دارد. در اینجا تأکید اصلی بر روی شبکه‌های اطلاعاتی است که مکان‌ها را به هم متصل می‌کنند و متعاقباً تأثیرات چشمگیری بر روی برنامه‌ریزی‌های زمانی و مکانی دارند.

۵. فرهنگی: این مفهوم آخری از «جامعه اطلاعاتی» شاید از همه راحت‌تر مورد تأیید باشد، اما از همه کمتر سنجیده و حساب شده است. هر یک از ما، از روی الگوی زندگی روزانه‌مان، نسبت به افزایش خارق‌العاده اطلاعات در زندگی اجتماعی آگاهیم. بی‌چون و چرا مقدار عظیمی از اطلاعات تقریباً بیش از هر زمان دیگر در کار است.

فرهنگ معاصر به شکلی چشمگیر بیش از فرهنگ‌های قبل از خود انباشتگی سنگینی از اطلاعات را دارد. ما در محیطی اشباع شده از رسانه‌ها زندگی می‌کنیم که نشانه آن است که زندگی اساساً درباره نمادسازی، درباره مبادله و دریافت - یا سعی بر دریافت و پا فشاری بر دریافت پیام‌هایی برای خود و دیگران است. در تایید این انفجار نشانه‌هاست که بسیاری از

نویسندگان می‌پندارند که ما وارد «جامعه اطلاعاتی» شده‌ایم. آنها به ندرت برای برآورد کمی این تحولات تلاش می‌کنند، بلکه بیشتر از «وضوح» زندگی ما در دریایی از نشانه‌ها، کامل‌تر از همه دوره‌های گذشته، آغاز می‌کنند.

با مرور این تعاریف متنوع از «جامعه اطلاعاتی» آنچه که به حد وفور به چشم می‌آید عدم تکامل یا ابهام این تعاریف یا هر دوی آنهاست. خواه این تعاریف شامل مفهومی فناورانه، یا اقتصادی، یا حرفه‌ای یا فضایی یا فرهنگی باشد، مفاهیم بسیار پیچیده مساله ساز مبنی بر این که چه چیزهایی سازنده «جامعه اطلاعاتی» اند، و اینکه چگونه این جامعه تمیز داده می‌شود، برای ما باقی می‌مانند (وبستر، ۱۳۸۴: ۴۳ و ۴۰). به این ترتیب تلفن همراه یکی از ابزارهای جامعه اطلاعاتی است که می‌توان از آن در بسیاری از امور بهره گرفت.

روش تحقیق:

هر پژوهشی مستلزم داشتن روش، استفاده از اندیشه و سرانجام حرکت و جستجو می‌باشد. در یک تحقیق درست پژوهشگر بهتر است موضوع، روش، مخاطب و شرایط و ابزار تحقیق خود را معین نماید. روش پژوهش بستگی به موضوع، اهداف پژوهش، فرضیه و امکانات اجرایی آن دارد.

روش تحقیق من در این پژوهش پیمایشی است. پیمایش غالباً با تعیین افرادی که نماینده و معرف گروه مورد بررسی‌اند (نمونه) و طرح سوالاتی که باید از آنها پرسیده شود آغاز می‌شود. پیمایش باید محدود به مطالعه پرسش‌هایی باشد که فی‌الواقع مردم قادرند بدانها پاسخ دهند. از این رو این مطالعات بر نگرش‌ها، عقاید، پاره‌ای اطلاعات درباره شرایط زندگی و مقولاتی که افراد را معین و متمایز می‌گرداند متمرکزند (بیکر، ۱۳۸۶: ۲۴).

جامعه آماری:

جامعه آماری به مجموعه‌ای از اشخاص، اشیاء و ... اطلاق می‌شود که در یک صفت یا ویژگی مشترک باشند. (همان: ۱۷۰) جامعه آماری این پژوهش شامل دانش آموزان دبیرستان‌های دخترانه شهرستان اراک است که تعداد آنها ۵ هزار نفر است.

حجم نمونه و روش نمونه‌گیری:

گاهی مطالعه‌ی جامعه آماری یا امکانپذیر نیست و یا از نظر مالی، زمانی و انرژی مقرون به صرفه نمی‌باشد و یا وضعیت به صورتی است که مطالعه جامعه مذکور در کوتاه مدت امکانپذیر نیست و در بلند مدت نیز نتایج مطالعه به کار نمی‌آید. در چنین مواردی، به جای مطالعه کل جامعه، می‌توان نمونه‌ای از آن جامعه را انتخاب و مورد مطالعه قرار داد. نمونه گروهی از افراد یا اعضای جامعه پژوهش است که معرف آن جامعه بوده و کم و بیش ویژگی‌های کل جامعه را دارا است (بیکر، ۱۳۸۶: ۱۷۱). در این تحقیق، حجم نمونه براساس فرمول کوکران ۳۵۷ نفر محاسبه گردید. روش نمونه‌گیری در این پژوهش سهمیه‌ای می‌باشد. در این نوع نمونه‌گیری، افراد یا آزمودنی‌ها با در نظر گرفتن برخی ویژگی‌های مشترک مانند سن، منطقه مسکونی، و ... متناسب با حجم و به گونه‌ای انتخاب می‌شوند که تا حد امکان معرف جامعه و متناسب با هدف‌های پژوهش باشند.

ابزار جمع‌آوری اطلاعات:

در این بررسی از تکنیک پرسشنامه جهت جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. پرسشنامه وسیله‌ای است که محقق بوسیله آن اطلاعات مورد نیاز را با طرح سؤال به صورتی کتبی از پاسخگو دریافت می‌کند. پرسشنامه تدوین شده دارای ۲۹ سؤال است که اکثر آنها دارای طیف لیکرت بوده و با استفاده از نظرات صاحب‌نظران امر به ویژه اساتید محترم راهنما و مشاور طراحی شده است. شایان ذکر است که پرسشنامه این پژوهش از نوع منظم^۱ و بسته است که منجر به سهولت استخراج نتایج و تسهیل در پاسخگویی می‌شود. در این پرسشنامه علاوه بر ویژگی‌های فردی متغیرهای اصلی پژوهش نیز مورد سنجش قرار گرفته است.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات:

در پژوهش حاضر پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، سوالات کدگذاری شد و تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS که مختص آزمون‌های آماری در علوم اجتماعی است، انجام گرفت.

1- Closed and structured

در سطح تجزیه و تحلیل داده‌های توصیفی از جداول توزیع فراوانی، درصدی، استخراج نمودارهای صوری داده‌ها (دایره‌ای و ستونی) و مقایسه‌های توصیفی استفاده شده است و در سطح تجزیه و تحلیل داده‌های استنباطی به منظور بررسی رابطه بین متغیرها، بررسی فرضیه‌ها، پیدا کردن روابط معنادار و اثبات یا رد آنها و پاسخ به سوالات تحقیق از آزمون χ^2 دو یا کای اسکوئر، درجه آزادی، ضریب همبستگی اسپیرمن و کرامر استفاده شد.

Archive of SID

نگاهی اجمالی به یافته های تحقیق:

جدول شماره ۱ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب ایجاد احساس آزادی و استقلال بیشتر در آنها به دلیل داشتن تلفن همراه

درصد تجمعی	در صد	فراوانی	
۶۵/۸	۶۵/۸	۲۳۵	بله
۱۰۰	۳۴/۲	۱۲۲	خیر
	۱۰۰	۳۵۷	جمع

یافته‌ها در جدول شماره ۱ نشان می‌دهد که ۲۳۵ نفر معادل ۶۵/۸ درصد از پاسخگویان اظهار کرده‌اند که داشتن تلفن همراه موجب ایجاد احساس آزادی و استقلال بیشتری در آنها می‌شود در صورتی که تعداد ۱۲۲ نفر معادل ۳۴/۲ درصد گزینه خیر را انتخاب کرده‌اند. می‌توان چنین نتیجه گرفت که اکثریت پاسخگویان معتقدند که داشتن تلفن همراه موجب ایجاد احساس آزادی و استقلال بیشتری در آنها می‌شود.

جدول شماره ۲ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان کاهش تماس رو در رو آنها با دوستانشان به واسطه تلفن همراه

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۲۳	۲۳	۸۲	خیلی کم
۵۶/۶	۳۳/۶	۱۲۰	کم
۸۶/۶	۳۰	۱۰۷	زیاد
۱۰۰	۱۳/۴	۴۸	خیلی زیاد
	۱۰۰	۳۵۷	جمع

از جدول شماره ۲ چنین استنباط می‌شود که ۲۰۲ نفر معادل ۵۶/۶ درصد از پاسخگویان اظهار کرده‌اند که تلفن همراه به میزان کم و خیلی کمی باعث کاهش تماس رو در روی آنها با دوستان شده است در صورتی که تعداد ۱۵۵ نفر معادل ۴۳/۴ درصد گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب کرده‌اند. می‌توان چنین نتیجه گرفت که بیشتر پاسخگویان معتقدند که تلفن همراه به میزان کم و خیلی کمی باعث کاهش تماس رو در روی آنها با دوستان شده است.

Archive of SID

جدول شماره ۳ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تأثیر تلفن همراه در کاهش میزان مطالعه درسی آنها

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۴۶/۷	۴۶/۲	۱۶۵	خیلی کم
۷۶/۵	۲۹/۴	۱۰۵	کم
۹۵/۵	۱۸/۸	۶۷	زیاد
۱۰۰	۴/۵	۱۶	خیلی زیاد
	۹۸/۹	۳۵۳	جمع
	۱/۱	۴	بدون پاسخ
	۱۰۰	۳۵۷	جمع

با توجه به جدول شماره ۳ می‌توان دریافت که ۲۷۰ نفر معادل ۷۵/۶ درصد از پاسخگویان معتقدند که استفاده از تلفن همراه به میزان کم و خیلی کمی در کاهش میزان مطالعه درسی آنها تأثیر داشته است در حالی که تعداد ۸۳ نفر معادل ۲۳/۳ درصد گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب کرده‌اند و ۴ نفر نیز به این سوال پاسخ نداده‌اند. می‌توان چنین نتیجه گرفت که اکثریت پاسخگویان اعتقاد دارند که استفاده از تلفن همراه به میزان کم و خیلی کمی در کاهش میزان مطالعه درسی آنها تأثیر داشته است.

جدول شماره ۴ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان کاهش تماس رو در روی آنها با خانواده به واسطه تلفن همراه

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۵۴/۶	۵۴/۶	۱۹۵	خیلی کم
۸۷/۷	۳۳/۱	۱۱۸	کم

زیاد	۲۹	۸/۱	۹۵/۸
خیلی زیاد	۱۵	۴/۲	۱۰۰
جمع	۳۵۷	۱۰۰	

جدول شماره ۴ بیانگر این مطلب است که ۳۱۳ نفر معادل ۸۷/۷ درصد از پاسخگویان معتقدند که تلفن همراه به میزان کم و خیلی کمی باعث کاهش تماس رو در روی آنها با خانواده شده است در صورتی که تعداد ۴۴ نفر معادل ۱۲/۳ درصد گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب کرده اند. پس می توان گفت بیشتر پاسخگویان اعتقاد دارند که تلفن همراه به میزان کم و خیلی کمی باعث کاهش تماس رو در روی آنها با خانواده شده است.

Archive of SID

جدول شماره ۵ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب از دست دادن وقت و تمرکزشان برای انجام تکالیف مدرسه و مطالعه درسهایشان به واسطه تلفن همراه

فراوانی	درصد	درصد تجمعی	
۱۶۶	۴۶/۵	۴۶/۵	خیلی کم
۱۱۴	۳۱/۹	۷۸/۴	کم
۶۲	۱۷/۴	۹۵/۸	زیاد
۱۵	۴/۲	۱۰۰	خیلی زیاد
۳۵۷	۱۰۰		جمع

از جدول شماره ۵ چنین استنباط می شود که ۲۸۰ نفر معادل ۷۸/۴ درصد از پاسخگویان اعتقاد دارند که تلفن همراه به میزان کم و خیلی کمی موجب شده تا آنها وقت و تمرکزشان را برای انجام تکالیف مدرسه و مطالعه درسهایشان از دست بدهند در صورتی که تعداد ۷۷ نفر معادل ۲۱/۶ درصد گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب کرده اند. می توان چنین نتیجه گرفت که بیشتر پاسخگویان معتقدند که تلفن همراه به میزان کم و خیلی کمی موجب شده تا آنها وقت و تمرکزشان را برای انجام تکالیف مدرسه و مطالعه درسهایشان از دست بدهند.

فرضیه اول:

بین میزان استفاده از تلفن همراه و کاهش ارتباطات خانوادگی رابطه معنی داری وجود دارد. جدول نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین میزان استفاده از تلفن همراه و

کاهش ارتباطات خانوادگی

آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب همبستگی اسپیرمن
خی دو	۱۷/۰۵۰	۴	۰/۰۰۲	۰/۲۲۰

میزان آماره خی دو برابر $17/050$ و درجه آزادی آن برابر 4 با سطح معناداری 0.02 است. چون میزان سطح معناداری از $0/01$ کمتر است لذا فرضیه اول با 99% اطمینان و 1% خطا تأیید می‌شود؛ بنابراین بین میزان استفاده از تلفن همراه و کاهش ارتباطات خانوادگی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی اسپیرمن این دو متغیر برابر $0/220$ است. این میزان ضریب همبستگی بیان‌کننده ارتباط ضعیف بین دو متغیر است.

فرضیه دوم:

بین میزان استفاده از تلفن همراه و تأثیر آن بر وضعیت تحصیلی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین میزان استفاده از تلفن همراه و نقش آن بر وضعیت تحصیلی

آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری
خی دو	$7/559$	4	$0/107$

میزان آماره خی دو برابر $7/559$ و درجه آزادی آن برابر 4 با سطح معناداری $0/107$ است. چون میزان سطح معناداری از $0/05$ بیشتر است لذا فرضیه دوم تأیید نمی‌شود؛ بنابراین بین میزان استفاده از تلفن همراه و نقش آن بر وضعیت تحصیلی رابطه معناداری وجود ندارد.

فرضیه سوم:

بین میزان استفاده از تلفن همراه و کاهش ارتباطات دوستانه رابطه معنی داری وجود دارد. جدول نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین میزان استفاده از تلفن همراه و کاهش ارتباطات دوستانه

آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب همبستگی اسپیرمن
خی دو	۳۷/۹۲۴	۱۲	۰/۰۰۰	۰/۱۹۰

میزان آماره خی دو برابر ۳۷/۹۲۴ و درجه آزادی آن برابر ۱۲ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ است. چون میزان سطح معناداری از ۰/۰۱ کمتر است لذا فرضیه سوم با ۹۹٪ اطمینان و ۱٪ خطا تأیید می شود؛ بنابراین بین میزان استفاده از تلفن همراه و کاهش ارتباطات خانوادگی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی اسپیرمن این دو متغیر برابر ۰/۱۹۰ است. این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط ضعیف بین دو متغیر است.

فرضیه چهارم:

بین میزان استفاده از تلفن همراه و رد و بدل کردن مسائل غیر مذهبی رابطه معنی داری وجود دارد.

جدول نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین میزان استفاده از تلفن همراه و رد و بدل کردن مسائل غیر مذهبی

آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب همبستگی اسپیرمن
خی دو	۲۴/۴۶۹	۱۲	۰/۰۱۸	۰/۱۵۲

میزان آماره خی دو برابر ۲۴/۴۶۹ و درجه آزادی آن برابر ۱۲ با سطح معناداری ۰/۰۱۸ است. چون میزان سطح معناداری از ۰/۰۵ کمتر است لذا فرضیه چهارم با ۹۵٪ اطمینان و ۵٪

خطا تأیید می‌شود؛ بنابراین بین میزان استفاده از تلفن همراه و رد و بدل کردن مسائل غیرمذهبی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی اسپیرمن این دو متغیر برابر ۰/۱۵۲ است. این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط ضعیف بین دو متغیر است.

فرضیه پنجم:

بین میزان استفاده از تلفن همراه و گرایش به گروه همسالان رابطه معنی داری وجود دارد. جدول نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین میزان استفاده از تلفن همراه و

گرایش به گروه همسالان

آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب همبستگی کرامر
خی دو	۲۰/۹۱۷	۴	۰/۰۰۰	۰/۲۴۴

میزان آماره خی دو برابر ۲۰/۹۱۷ و درجه آزادی آن برابر ۴ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ است. چون میزان سطح معناداری از ۰/۰۱ کمتر است لذا فرضیه پنجم با ۹۹٪ اطمینان و ۱٪ خطا تأیید می‌شود؛ بنابراین بین میزان استفاده از تلفن همراه و گرایش به گروه همسالان رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی کرامر این دو متغیر برابر ۰/۲۴۴ است. این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط ضعیف بین دو متغیر است.

نتیجه گیری و تحلیل:

نتایج نشان داد که بیشتر پاسخگویان روزانه کمتر از ۲ ساعت از تلفن همراه خود استفاده می‌کنند و بیشتر آنها ۲ تا ۴ سال است که تلفن همراه دارند همچنین اکثریت آنها ۱ خط تلفن همراه دارند و اعضاء خانواده از تمام خط‌های تلفن همراه‌شان خبر دارند. بیشتر آنها از سرویس پیام کوتاه تلفن همراه خود بیشترین استفاده را می‌کنند و جوک و جملات عاشقانه را در پیامک‌هایشان ارسال و دریافت می‌کنند همچنین بیشتر فایل‌های تصویری را با دوستانشان از طریق بلوتوث تبادل می‌کنند.

- بر اساس یافته‌های تحقیق مشخص شد که بیشتر پاسخگویان اعتقاد دارند:
- ✓ داشتن تلفن همراه توسط همسالان و هم کلاسی‌های آنها دلیل انتخاب شان برای خرید تلفن همراه نبوده است.
 - ✓ داشتن تلفن همراه موجب ایجاد احساس آزادی و استقلال بیشتری در آنها می‌شود.
 - ✓ اکثر ارتباطات تلفنی‌شان از طریق تلفن همراه با دوستان است اما ترجیح نمی‌دهند مشکلات پیش آمده برایشان را پیش از در میان گذاشتن با خانواده به وسیله تلفن همراه با دوستان و گروه همسالان خود در میان بگذارند.
 - ✓ تلفن همراه چندان موجب خستگی و از دست دادن انرژی بیشتر (به دلیل استفاده طولانی مدت در طول روز) در آنها نشده است.
 - ✓ تلفن همراه موجب تسریع در حرکت اطلاعات برایشان شده است.
 - ✓ تلفن همراه چندان برایشان مشکل ایجاد نکرده است.
 - ✓ تلفن همراه زندگی‌شان را راحت‌تر کرده و موجب آسایش بیشتر آنها شده است.
 - ✓ تلفن همراه تغییرات چندان مهمی را در زندگی روزمره‌شان بوجود نیاورده است.
 - ✓ تلفن همراه باعث کاهش تماس رو در روی آنها با دوستان نشده است.
 - ✓ استفاده از تلفن همراه در کاهش میزان مطالعه درسی آنها تاثیر چندانی نداشته است.
 - ✓ به میزان کم و خیلی کمی مسائل غیرمذهبی را توسط تلفن همراه ارسال و دریافت می‌کنند.
 - ✓ پیام‌هایی را که در ملاقات چهره به چهره، از بیان آن خجالت می‌کشند توسط تلفن همراه راحت‌تر ارسال می‌کنند.
 - ✓ تلفن همراه باعث کاهش تماس رو در روی آنها با خانواده نشده است.
 - ✓ از تلفن همراه به میزان کم و خیلی کمی به عنوان یک سرگرمی استفاده می‌کنند.
 - ✓ به میزان کم و خیلی کمی مسائل مذهبی (نوحه، سخنرانی، ادعیه و ...) را توسط تلفن همراه ارسال و دریافت و مطالعه می‌کنند.
 - ✓ استفاده از تلفن همراه موجب برقراری راحت‌تر ارتباط دختر و پسر شده است.
 - ✓ از تلفن همراه برای ایجاد مزاحمت‌های تلفنی استفاده نمی‌کنند.
 - ✓ استفاده از تلفن همراه چندان موجب افزایش اعتماد به نفس آنها نمی‌شود.

- ✓ تلفن همراه به میزان کم و خیلی کمی موجب شده تا آنها وقت و تمرکزشان را برای انجام تکالیف مدرسه و مطالعه درسهایشان از دست بدهند.
- ✓ به میزان کم و خیلی کمی ترجیح می دهند به جای ارتباط چهره به چهره با دیگران از تلفن همراه استفاده کنند.

Archive of SID

منابع و مأخذ:

کتاب‌ها:

۱. بیکر، ترزال. (۱۳۸۶). نحوه انجام تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی، تهران، نشر نی.
۲. حمیدیان، فرود. (۱۳۸۷). اعتیاد به اینترنت و موبایل. (چاپ اول). تهران: نشر قطره.
۳. سورین، ورنر و تانکارد، جیمز. (۱۳۸۴). نظریه‌های ارتباطات. (علیرضا دهقان، مترجم). انتشارات دانشگاه آزاد.
۴. عاملی، سعیدرضا. صبار، شاهو و رنجبر رضانی، مهدی. (۱۳۸۷). مطالعات تلفن همراه. تهران: انتشارات سمت.

مقالات:

۱. بهشتی، ملوک السادات. (۱۳۷۶). جامعه اطلاعاتی و توسعه. نشریه فنی مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران. شماره ۳. دوره دوازدهم.
۲. بوستانی، هانیه. (۱۳۸۷). جوانان و هویت مجازی: مروری بر اثرات چت و پیام کوتاه. مجلات خانواده و زنان. شماره ۲۸.
۳. ذکایی، محمدسعید. (۱۳۸۳). جوانان و فراغت مجازی. فصلنامه مطالعات جوانان. شماره ۶.
۴. ذکایی، محمدسعید و ولی زاده، وحید. (۱۳۸۸). فرهنگ جوانان و تلفن همراه. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. دوره دوم.
۵. کلانتری، عبدالحسین و حسینی، حسین. (۱۳۸۷). رسانه های نوین و زندگی روز مره: تأثیر تلفن همراه بر هویت و سبک زندگی جوانان، نشریه اطلاع رسانی و کتابداری. شماره ۷۶.

سایت:

۱. جعفری، علی اصغر. (۱۳۸۸). تأثیر تلفن همراه بر جوانان و خانواده.

<http://abeshkooh.persianblog.ir/page/maghalat>

منابع انگلیسی:

۱. Buckingham, David. (2008). "Introducing Identity" in Youth,

- Identity, and digital Media; Edited by David Buckingham; The John D. and Catherine T. Mac Arthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press: 1-24.
- Dewdney, Andrew & Ride, Peter. (2006). *the NEW Media Handbook*, London & NY: Routledge.
- Drotner, Kirsten. (2000). Difference and diversity: Trends in Young Danes' Media Uses; *Media Culture Society*; 22;149.
- Hering, Susan C. "Questioning the Generational Divide: Technological Exoticism and Adult Constructions of Online Youth Identity." In *Youth, Identity, and Digital Media*; Edited by David Buckingham; The John D and Catherine T. (2008). Mac Arthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press: 71-92.
- Kyong Chun, Wendy Hui & Keenan, Thomas. (2006). *New Media, old media: A History and Theory Reader*, London and NY: Routledge.
- Osgerby, Bill. (2004). *Youth Media*, London and New York: Routledge.

Archive of SID

The Socio-Cultural Effects of Cell Phone on the Female High School Students of Arak City

Dr.seyed mohammad dadgaran*

Maryam azad andish**

This research aims to study "The Socio-Cultural Effects of Cell Phone on the Female High School Students of Arak City". For this purpose, the survey method of research has been applied, and the required data are collected by questionnaire. The collected data are analyzed using the descriptive and inferential tables of SPSS application software.

The statistical population of this research consists of 5000 female students of the high schools of the city of Arak. The size of the sample determined based on Cochran's formula is equal to 357 individuals.

The sample is taken based on quota sampling method.

The results of this research show that most respondents use their cell phones less than 2 hours per day, and most of them have their own cell phone from the past 2 to 4 years. Moreover, most respondents have only one cell phone, and the family members of the correspondents are aware of their cell phone number. Most of the correspondents use short message system (SMS) for sending messages, and send mostly jokes, romantic sayings, etc. through such SMSs. Furthermore, they use Bluetooth to transfer images and visual files to their friends.

According to the findings of this research, most respondents believe that:

The cell phone of their classmates and fellow students was not -
their reason for purchasing cell phone.

Having cell phone brings them the sense of freedom and more -
independence.

They contact their friends mostly with their cell phone, but -
they do not prefer to solve their problem through their friends and

* Assistant Professor and Faculty Member-Islamic Azad University/ Tehran Central Branch / Mohammad_dadgran@yahoo.com

** MA in Communication-Islamic Azad University/Tehran Central Branch / m.azadandish@gmail.com

fellow students instead of talking to their families for the solution of such problems.

Cell phone does not cause they lose energy and feel tired (due to the long hours of talking with cell phone during the day).

Keywords: New media, New media and youth, Cellular functions, Mobile phones, personal identity and individualism.

Archive of SID