

بررسی رابطه استفاده از پیام کوتاه با ارتباطات میان فردی جوانان (مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه آزادبندرعباس)

دکتر نازنین ملکیان، عضو هیات علمی و استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق

(نویسنده و مسئول مکاتبات) nazi_malekian@yahoo.co.nz

دکتر آبی میرزاخانیان، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق

سیدرضا هاشمی زاده، کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق

چکیده:

این مقاله به بررسی رابطه استفاده از پیام کوتاه با ارتباطات میان فردی جوانان پرداخته است. از وسیله‌های نوین ارتباطی که هم اکنون به شکلی وسیع در همه لحظات زندگی انسان‌ها دیده می‌شود، تلفن همراه است. از امکانات تلفن‌های همراه که بسیار مورد استقبال قرار گرفته امکان ارسال و دریافت پیامک در همه ساعات شبانه روز است. دلایلی از قبیل صرفه اقتصادی، امنیت نسبی فضای پیام کوتاه، نیاز روحی جامعه به تفریح و تفنن، کارکرد پیام‌رسانی و ایجاد ارتباط انسانی و... از عمده‌ترین علت‌هایی است که باعث استفاده از پیامک در ارتباطات میان فردی شده است. بررسی رابطه پیامک با ارتباطات میان فردی جوانان، اهمیت بسیاری دارد، چون آنها عمده‌ترین مصرف‌کنندگان سامانه پیام کوتاه هستند. از جمله مهمترین نظریه‌های استفاده شده در این مقاله نظریه استفاده و رضایتمندی در استفاده از کاربرد پیام کوتاه در ارتباطات و وابستگی مخاطبان است. در این پژوهش از روش پیمایش و تکنیک پرسشنامه استفاده شده است. حجم نمونه ۳۵۰ نفر از جوانان می‌باشند. از نرم‌افزار SPSS در تحلیل داده‌ها و اطلاعات و از آزمون دی سامرز *D Samers* نیز برای بررسی رابطه آماری داده‌های تحقیق بهره گرفته شده است. مهمترین نتایج به دست آمده از این پژوهش به شرح زیر می‌باشد:

جوانان هر چه بیشتر از پیامک استفاده کنند ارتباطات میان فردی رو در روی آنها (چهره به چهره) کمتر می‌شود. ارتباطات میان فردی سنتی (کلامی و غیرکلامی، زبان بدن و مواجهه فیزیکی) کم شده و گونه جدیدی از ارتباطات میان فردی با ماهیت نوشتاری و مبتنی بر پیام‌های کوتاه و ابزارهای تکنولوژی پدیدار شده است.

استفاده از پیام کوتاه، ارتباطات میان فردی با دوستان را افزایش داده است. افزایش سطح ارتباطات میان فردی آنها با دوستان حاکی از آن است امتیازات و ویژگی‌های پیام کوتاه از قبیل خصوصی بودن، عدم وابستگی به زمان و مکان خاص و... سبب گرایش جوانان به استفاده از پیام کوتاه در ارتباط با دوستان شده است.

استفاده از پیام کوتاه، ارتباطات جوانان با جنس مخالف را افزایش داده است. پیش از این معیار ارتباط با جنس مخالف دارای تعریف مشخصی مانند دیدار، همراهی و... بود اما پیام کوتاه به علت خصیصه‌های متنوع و حذف زمان، مکان و... جایگاه ویژه‌ای در روابط بین جنسیتی پیدا کرده است.

واژگان کلیدی: پیام کوتاه، جوانان، ارتباطات میان فردی، تلفن همراه

مقدمه

در طول دو دهه اخیر، پیشرفت‌های فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات (ICT) چشمگیر بوده است. از وسایل ارتباطی نوین که هم اکنون به شکلی وسیع در همه لحظات زندگی انسان‌ها دیده می‌شود و به عنوان غول چراغ جادو شناخته شده، تلفن همراه است. از امکانات تلفن همراه که هم اینک یکی از پرطرفدارترین سرویس‌های آن محسوب می‌شود امکان ارسال و دریافت پیامک در همه ساعات شبانه روز است. فضای آزاد پیامک نوعی قدرت‌نمایی شخصی را برای مخاطبان به وجود آورده که باعث علاقمندی هرچه بیشتر مردم به این پدیده شده است. عمده‌ترین مصرف‌کنندگان سامانه پیام کوتاه در ایران، جوانان هستند که با توجه به جذابیت‌های فنی آن و نیز نبود یا کمبود بسیاری از امکانات اولیه برای پر کردن اوقات فراغت، ترجیح می‌دهند با فرستادن و دریافت تازه‌ترین شوخی‌ها، لطیفه و قصه‌های کوتاه، ارتباط با دوستان هم‌جنس و غیر هم‌جنس و... نیازمندی‌های روحی خود را برطرف سازند. بررسی‌های چند ساله اخیر نشان می‌دهد سرانه بهره‌گیری از سرویس پیام کوتاه برای هر ایرانی، ۲ تا ۲.۳ پیام در روز است. این میانگین در دیگر نقاط جهان به ۱ تا ۱.۵ پیام در روز می‌رسد. (سایت موبایل فایو و زیباوب) پیام کوتاه نوعی اخلاق ارتباطی جدید را شکل داده است. اخلاق ارتباطی جدیدی که در برخی وجوه مثبت و در برخی از وجوه منفی است. این اخلاق ارتباطی بدون شک بخش مهمی از فرهنگ جوانان و یا همان چیزی است که برخی نویسندگان آن را فرهنگ جوانان جهانی (نایلن و فیکسا، ۲۰۰۶) نامیده‌اند.

دلایلی از قبیل صرفه اقتصادی، امنیت نسبی فضای پیام کوتاه، نیاز روحی جامعه به تفریح و تفنن، کارکرد پیام‌رسانی و ایجاد ارتباط انسانی و... از عمده‌ترین علت‌هایی است که ارتباطات میان‌فردی جوانان بر پایه پیامک را شیوع بخشیده است با توسعه فناوری تلفن‌های همراه و به ویژه شیوع امکان ارسال پیام‌های کوتاه، ارتباطات میان‌فردی استفاده کنندگان دستخوش تحول شده است و مهمترین تاثیر ارتباطی آن را میتوان تبدیل صدا (voice) به متن (text) به حساب آورد. زندگی در دورانی که عصر مدرنیسم و صنعت نام گرفته و در اجتماعی که گذار خود را می‌پیماید، آثاری دارد که یکی از آنها قربانی شدن روابط انسانی است و افراد بنا به مقتضیات زمانی، روحی و مکانی و... نیازمند یافتن جایگزین‌هایی برای شیوه‌های سنتی روابط انسانی هستند. پیامک‌ها، بخشی از این بار را به دوش می‌کشند. بسیاری از کارشناسان ارتباطات، ایجاد ارتباط انسانی و سرگرم کردن را عمده‌ترین کارکردهای پیام کوتاه می‌دانند کارکردهایی که به شدت به پایه‌ریزی "ارتباطات میان‌فردی" قوت می‌بخشد.

ضرورت تحقیق

تلفن همراه و خدمات وابسته به آن از جلوه‌های اصلی "وابستگی" انسان امروز به فناوری‌های نوین ارتباطی می‌باشد. دلچسپی و علاقه‌مندی شدیدی که می‌توان آن را "اعتیاد" نامید از محبوب‌ترین خدمات ارتباطی تلفن‌های همراه، امکان ارسال و دریافت "پیامک" است. پیامک‌ها به اندازه‌ای در ارتباطات میان‌فردی افراد به اشکال گوناگون حضور پیدا کرده‌اند که در زمره پرکاربردترین شیوه‌های ارتباطی امروزه قرار گرفته‌اند و آمار میلیاردری از تبادل پیامک‌ها در جهان در ابعاد گوناگون و با محتوای بسیار متنوع موجود است.

بدلیل شیوع و گستردگی غیر قابل‌تصوری که سرویس ارتباطی پیام کوتاه در سال‌های اخیر در ارتباطات میان‌فردی افراد جامعه ایجاد کرده است، مطالعات پیرامون آن از ارزش والایی برخوردار است. این رواج و دگرگونی به ویژه در بین نسل جوان قابل توجه و اندازه‌گیری است چرا که آنان بیش از آنکه تلفن همراه را یک وسیله مخابراتی بدانند از آن به عنوان یک همراه همیشگی و دارای کاربردهای ارتباطی گوناگون (با تاکید بر خاصیت رسانهای آن) یاد کرده‌اند. در دسترس بودن، شخصی بودن و امکان دور نگه داشتن از دسترس دیگران سبب شده این سرویس ارتباطی، محبوب جوانان شود و قربابت بسیاری با آنان پیدا کند.

جایگزینی پیامک در بسیاری از تعاملات درون گروهی و دستاویز قرار دادن این سیستم مخابراتی به جای مرادوت رو در رو و چهره به چهره و فضای آزاد پیامک برای مخاطبان که منجر به نوعی قدرت‌نمایی شخصی شده است باعث

علاقمندی هر چه بیشتر افراد و بویژه جوانان به این پدیده فناوری شده است. بنابراین ضروری است تا این وسیله ارتباط مورد بررسی قرار گیرد تا مشخص گردد که چه تأثیری بر ارتباطات میان فردی در میان جوانان دارد.

اهداف تحقیق:

- بررسی رابطه استفاده از پیام کوتاه با ارتباطات میان فردی جوانان
- شناخت رابطه استفاده از پیام کوتاه و ارتباطات جوانان با خانواده
- شناخت رابطه استفاده از پیام کوتاه و ارتباطات جوانان با دوستان
- شناخت رابطه استفاده از پیام کوتاه و ارتباطات جوانان با جنس مخالف

فرضیه های تحقیق:

- بین استفاده از پیام کوتاه و ارتباطات جوانان با دیگران رابطه معنادار وجود دارد. ورود سامانه پیام کوتاه، ارتباطات میان فردی جوانان را افزایش داده است.
- بین استفاده از پیام کوتاه و ارتباطات جوانان با اعضای خانواده رابطه معنادار وجود دارد. استفاده از پیام کوتاه ارتباطات جوانان با اعضای خانواده را کمتر می کند.
- بین استفاده از پیام کوتاه و ارتباطات جوانان با دوستان، رابطه معنادار وجود دارد. استفاده از پیام کوتاه ارتباطات جوانان با دوستان را افزایش می دهد.
- بین استفاده از پیام کوتاه و ارتباطات جوانان با جنس مخالف، رابطه معنادار وجود دارد. استفاده از پیام کوتاه ارتباطات جوانان با جنس مخالف را افزایش می دهد.

مفاهیم پژوهش:

ارتباطات میان فردی:

مفهومی است که به ارتباط میان افراد اطلاق می شود. ارتباطات میان فردی بر ارتباط دو نفر دلالت دارد. فرآیندی است که افراد به وسیله آن اطلاعات و احساسات خود را از طریق پیام های کلامی و غیرکلامی با دیگران در میان می گذارند. این توانایی موجب تقویت رابطه گرم و صمیمی ما با دیگران می شود. (اسولیوان و دیگران، ۱۳۸۵: ۲۱۵-۲۱۶) ارتباطات میان فردی بخش قابل توجهی از مجموع ارتباطات هر فرد را تشکیل می دهد که به دلایلی مانند حل مسائل و مشکلات خود با دیگران، رفع تضادها و تعارضها، رد و بدل کردن اطلاعات، درک بهتر خود و رفع نیازهای اجتماعی صورت می گیرد (فرهنگی، ۱۳۸۰: ۱۱۲) ارتباطات میان فردی با توجه به هدفهای عمل گرایانه و خشنودی از کنش ارتباطی دارای پنج ویژگی عمده و قابل تکیه اند: گشودگی، همدلی، حمایتگری، مثبت گرایی و تساوی. (همان: ۱۱۳)

پیام کوتاه:

خدمات پیام کوتاه (SMS)، توانایی ارسال پیام یک متن است که از خدمات تلفن ها، وب سایت، و یا سیستم های ارتباطات سیار محسوب می شود. این پروتکل های ارتباطات، اجازه می دهد که تبادل پیام های متنی کوتاه بین خط ثابت و یا دستگاه های تلفن همراه صورت گیرد. اصطلاح "اس ام اس" به عنوان یک واژه مشهور برای تمامی انواع پیام های متنی کوتاه مورد استفاده قرار می گیرد. سرویس خدماتی ارسال پیام های متنی کوتاه در همه اپراتورهای تلفن های همراه (دستی) کشور فعال می باشد. در این پژوهش، برای اندازه گیری پیام کوتاه در بین جوانان (دانشجویان) واحد زمانی ۲۴ ساعته لحاظ شده است.

جوانان :

سی درصد جمعیت جهان را جوانان تشکیل می‌دهند. این رقمی است بی‌سابقه و برای نخستین بار در تاریخ. عوامل چندی دست بدست هم داده‌اند تا چنین امری را ممکن سازند. عمده این عوامل عبارتند از تداوم آهنگ افزایش جمعیت جهان و کاهش مرگ و میر کودکان. جوانی جمعیت پدیده‌ای است بویژه متعلق به کشورهای در حال توسعه که نرخ رشد جمعیت جوان آنان در چند دهه اخیر رو به افزایشی چشم‌گیر بوده است. (جوان و تلفن همراه، ۱۳۹۰: ۶-۲)

اگرچه مطابق تعارف رایج، مفهوم جوانی در شکل‌ها و هویت‌های مختلف معنا یافته است اما در داخل کشورمان براساس بررسی‌های صورت گرفته، جوان به کسانی اطلاق می‌شود که در گروه سنی بین ۱۹ تا ۲۹ سال قرار داشته باشند. در رویکرد جامعه‌شناسی، جوانی یک فرایند و سازه اجتماعی است که با وقایع هنجاری همانند ازدواج، فرزندآوری، اشتغال و... تعریف می‌شود.

چارچوب نظری :

نظریه استفاده و رضامندی در استفاده از کاربرد پیام کوتاه در ارتباطات دخیل است. 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 به اجمال داده می‌شود این است که مردم برای کسب راهنمایی، آرامش، سازگاری، اطلاعات و شکل‌گیری هویت شخصی، از رسانه‌ها استفاده می‌کنند. در مهمترین نکته این نظریه ما شاهد آن هستیم که مهم‌ترین نقش رسانه‌ها، برآورده ساختن نیازها و انگیزه‌های مخاطب است. به هر میزان که رسانه‌ها این نیازها و انگیزه‌ها را بر آورده سازند، به همان میزان موجبات رضایتمندی مخاطب را فراهم می‌کنند.

براساس این نظریه، کسانی که از رسانه تلفن همراه و بویژه پیام کوتاه در ارتباط خود با دیگران استفاده می‌کنند کاملاً آگاهانه و با انگیزه لازم به این امر مبادرت می‌ورزند. چراکه آنان در پی این موضوعند که نیازها و انگیزه‌های خود را در استفاده از رسانه مزبور (تلفن همراه) که دارای زمینه‌های اجتماعی و انگیزه‌های فردی است فروبشانند. پیام کوتاه می‌تواند آگاهی و نظارت، روابط شخصی، هویت شخصی و سرگرمی و گریز از واقعیت را که از اهداف چهارگانه نیازهای مخاطب در رجوع به تلفن همراه و بویژه استفاده از خدمات سرویس پیام کوتاه است، پاسخ گو باشد. یکی از دلایل عمده گرایش به استفاده از پیام کوتاه هنگامی است که افراد احساس می‌کنند فرصت کمی برای مکالمه دارند و نمی‌خواهند به گوش دیگران برسند در این حالت خصوصی کردن مجرای ارتباط افزایش می‌یابد. (محسنیان راد، ۱۳۸۹: ۲۴۵)

پالم گرین و همکارانش با نظریه ارزش انتظار می‌گویند طلب رضایت بر حسب آنچه رسانه می‌تواند خواسته‌های مارا فراهم سازد در ارزیابی مفهوم رسانه تعریف می‌شود. (لیتل جان، ۱۳۸۴: ۳۴۸) بر این اساس می‌توان اینگونه استنباط کرد که کاربران تلفن همراه و کسانی که به ویژه با موضوع پیامک سروکار دارند و بگونه‌ای افراطی به پیامک بازی روی آورده اند در حدی که آنان را می‌توان "معتادان پیامکی" نامید پیامک را دارای آنگونه لذت ارتباطی می‌دانند که بتواند انتظارات آنان را از یک مجرای ارتباطی تامین کند. بین ارزش‌های انتظاری و ارضا و کامیابی از امکانات رسانه‌ای رابطه معنادار وجود دارد. ارزش انتظاری و نگرش‌های استفاده‌کنندگان نسبت به امکانات رسانه‌ای (پیامک) به اینکه آنها چقدر آن را برای ارضای نیازهای خاص رسانه‌ای خود بکار می‌برند مربوط است. (لیتل جان، ۱۳۸۴: ۳۳۵) اگر چه عقیده انتظار و ارزش به عنوان مکانیسم اصلی توضیح برای کاربردها و کامیابی‌ها استفاده می‌شود اما عوامل عملی دیگری نیز باید مورد توجه قرار گیرد. براساس نظرات پالم گرین کاربردها و کامیابی‌های مجرای ارتباطی فرایندی ساده

و طولی نیستند. بلکه دربرگیرنده زنجیره عملی چندگانه ایی است که ارزش‌های آن تحت تاثیر عواملی چون عوامل فرهنگی واجتماعی، نیازها وخواست هاو ویژگی‌های روان شناختی افراد قراردارد(همان:۳۴۶) از دلایل دیگری که می‌توان برای گرایش به استفاده از پیامک در روابط غیرکلامی ومیان فردی اشاره کرد ارزش گذاشتن برای محیط خصوصی (حریم شخصی) در ارتباطات میان فردی هرکس است. هنگامی که افراد احساس می‌کنند فرصت کمی برای مکالمات دارند که نمی‌خواهند به گوش دیگران برسد، خصوصی کردن افزایش می‌یابد) : ریچموند، ۱۳۸۹: ۲۸۲) در نظریه کارکرد گرایی می‌توان به تعریف نقش‌ها وکارکردهای فردی واجتماعی رسانه‌ها دست یافت . کارگردایی درتبیین پدیده‌های اجتماعی به خدمتی که این پدیده‌ها درنظم وتعالل چارچوب اجتماعی دارند توجه و همه رخدادهای وفعالیت‌های نهادینه شده را براساس نیازهای جامعه توجیه می‌کند. بنابراین، نقش‌ها وکارکردهایی که برای رسانه‌ها در جامعه تعریف می‌کند، رفع نیازهایی چون تداوم، نظم، یکپارچگی، هدایت وسازگاری است. امیل دورکیم با نگاهی کارکردی به جامعه و تشبیه آن به ارگانسیم موجود زنده، ضمن تأکید بر نظم و انسجام اجتماعی، بر اهمیت ارتباط در فرایند حفظ و تحول جامعه و نقشی که این ارتباط در تولید و باز تولید اجماع و توافق در مورد مسائل و حفظ تعادل در جامعه ایفا می‌کند، اشاره دارد.

یک نقش مهم رسانه‌ها در ساخت مندرکدن زندگی روزمره این است که آنها حوزه‌های خصوصی وعمومی زندگی را به یکدیگر مرتبط می‌سازند. با کمک رسانه‌ها، حوزه‌های خصوصی می‌توانند عمومی شوند وبعکس. شخصی دراتاق خودمی تواندازطریق اینترنت باجهان در تماس باشد. به همین ترتیب بااستفاده از واکمن دراتوبوس، یک حوزه عمومی می‌تواندخصوصی شود. (مهدی زاده، ۱۳۸۹: ۴۹-۴۵)

باتوجه به نظریه کارکردگرایی، امروزه مصرف کنندگان موبایل و استفاده کنندگان تلفن همراه آن راعلاوه براینکه به عنوان رسانه ایی همیشه حاضروقابل دسترس موردتوجه قرارمی دهند وجوهی ازقبیل نظارت برمحیط، همبستگی اجتماعی وانتقال میراث فرهنگی رانیز از آن به دست می‌آورند جدا ازاینکه "کارکردسرگرمی" پیامک نیز دراختیار آنهاست وگاه درفضایی واردمی شوند که فرض مثال یک مسابقه پیامکی هوشمند از طریق یک اپراتور درحال اجراست. این موضوع درارتباطات میان فردی نیزخودرابه شکل "سرگرم کنندگی" نشان می‌دهد. همچنین مرتبط سازی وپیونددهی حوزه‌های خصوصی وعمومی ورابطه متعکس آنها با یکدیگر (عمومی کردن حوزه خصوصی و بعکس) سبب گرایش به استفاده از پیامک که خود ارزش "حریم سازی بالایی" برای کاربران دارد درارتباطات میان فردی شده است.

نظریه وابستگی مخاطبان حاکی از آن است که افراد وابستگی‌های متفاوتی به رسانه‌ها دارند و این وابستگی‌ها از شخصی به شخص دیگر، از گروهی به گروه دیگر و از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت است.

نظریه وابستگی مخاطبان اخیرابه وابستگی‌های مردم به رسانه‌ها به صورت فردی تاکیدی کند تا به صورت مخاطبان انبوه وتوده وار. به عبارتی، میزان وشدت وابستگی افرادبه رسانه‌ها متأثر ازمتغیرهای درحال تعامل جامعه شناختی و روان شناختی است. نظریه وابستگی بافردی شدن وورود به دنیای رسانه‌های فردی، فرآیندی عاطفی یافته به گونه ایی که امروز تعلق خاطر به تلفن همراه واستفاده ازپیامک درارتباطات میان فردی را می‌توان "وابستگی عاطفی" نام گذارد.

علقه و دل بستگی که ریشه در همین نظریه دارد. (همان منبع: ۷۵-۷۸)

یکی از افرادی که درباره تاثیرگذاری رسانه‌ها وبویژه رسانه‌های الکترونیک (نظیر موبایل) سعی کرده باترکیب نظریه رسانه‌های مک لوهان وگافمن در کتاب بدون حس مکان (۱۹۸۵) خود ایده ایی جدید برای تغییرات اجتماعی و تعامل مردم بارسانه‌های جدید بیافریند جاشوا میروویتز ((J. meyrowitz است.

وی رسانه‌های جدید را عامل دگرگون کردن مفاهیمی چون خردسالی، بزرگسالی، مردانگی زنانگی و . . می‌داند که برتعریف وشکل گیری موقعیت اجتماعی ورفتارها وتعاملات اجتماعی تاثیرمی گذارند. آنها باعث شکل گیری اجتماعات مجازی یابه عبارتی موقعیت اجتماعی جدیدی می‌شوند که بررفتارها تاثیرمی گذارد. به باور وی رسانه‌های جدید،

فضای خانه و سایر فضاهای اجتماعی را به صورت محیط‌های اجتماعی جدیدی که دارای الگوهای جدید کنش، احساس و باور اجتماعی است، تغییر می‌دهند. اومعتقداست رسانه‌های الکترونیکی، از اهمیت حضور فیزیکی کاسته است. اکنون اهمیت مکان‌های فیزیکی کمتر شده است زیرا اطلاعات می‌تواند از دیوار هانفوذ کند و مسافت‌های طولانی را در نوردد. در نتیجه کجابودن نقش بسیراندکی در تجربه کردن مادارد. این رسانه ها، معنای زمان و مکان را برای تعامل اجتماعی تغییر داده اند. رویکرد میروویتر وی را برمی انگیزد که بر این اعتقاد پای فشارد که امروزه باسلطه این گونه رسانه ها، انسان مرزهای سنتی بین حوزه‌های عمومی و خصوصی و نقش‌های اجتماعی را تا حد فراوانی از میان برداشته و فضای فیزیکی و اجتماعی از یکدیگر منفک شده است. (همان: ۱۲۸-۱۲۴)

روش شناسی :

در این پژوهش از شیوه پیمایشی بهره گرفته شده است. به منظور گردآوری داده‌ها از تکنیک پرسشنامه بسته (حاوی ۴۵ پرسش) به روش نمونه گیری تصادفی استفاده شده است. اطلاعات جمع آوری شده از پرسشنامه‌ها با نرم افزار SPSS اندازه گیری شده است.

جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق دانشجویان دانشگاه آزاد بندرعباس در نظر گرفته شدند و بررسی‌ها نشان داد که در محل آموذنی ها (دانشگاه آزاد بندرعباس) قریب به ۳۰۰۰ هزار نفر در سنین ۱۸-۲۹ سال (به عنوان جوان) در دوره کارشناسی دانشگاه حضور دارند که به عنوان جامعه آماری انتخاب شده اند.

نمونه آماری

حجم نمونه ۳۵۰ نفر از دانشجویان دانشگاه آزاد بندرعباس می‌باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۵۰ نفر می‌باشد.

یافته‌های تحقیق

فرضیه ۱: رابطه استفاده از پیام کوتاه و ارتباطات میان فردی

استفاده از پیامک ارتباطات میان فردی	کمتر از ده دقیقه		ده تا سی دقیقه		یک ساعت		بیش از یک ساعت		جمع
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
پایین	5/49	45	7/6	4	9/6	10	7/10	42	7/10
متوسط	5/27	25	3/33	20	1/36	52	4/33	131	4/33
بالا	1/23	21	7/57	56	9/56	82	9/55	219	9/55
جمع	100	91	100	97	100	144	100	392	100

آزمون دی سامرز

Sommers' d -103/0
Sig. 000/0

در فرضیه ۱ مطرح شده بود که بین استفاده جوانان از پیام کوتاه با ارتباطات میان فردی آنان رابطه معنا داری وجود دارد و ورود سامانه پیام کوتاه، زمان ارتباطات جوانان را افزایش داده است.

محاسبه آماری با استفاده از ضریب همبستگی آزمون دی سامرز نشان میدهد که بین میزان استفاده از پیام کوتاه و ارتباطات میان فردی جوانان رابطه معنیداری وجود دارد. باتوجه به میزان معناداری این ارتباط نشان میدهد که بطور کلی جوانان در رابطه با دیگران (ارتباطات میان فردی)، از پیامک زیاد استفاده می کنند.

فرضیه ۲: ارتباط با اعضای خانواده به تفکیک استفاده از پیام کوتاه

استفاده از پیامک ارتباط با اعضای خانواده	کمتر از ده دقیقه		ده تا سی دقیقه		یک ساعت		بیش از یک ساعت		جمع
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	
خیلی زیاد	40	6/42	36	7/36	30	4/48	42	8/28	148
زیاد	30	9/31	36	7/36	17	4/27	68	6/46	151
کم	18	1/19	16	3/16	12	4/19	29	9/19	75
خیلی کم	5	3/5	9	2/9	2	2/3	6	1/4	22
هرگز	1	1/1	1	1	1	61/1	1	7/0	4
جمع	94	100	98	100	62	100	146	100	400

آزمون دی سامرز

Sommers' d 480/0
Sig 254/0

آزمون دی سامرز برای بررسی ارتباط آماری بین دو متغیر استفاده از پیام کوتاه و ارتباط با اعضای خانواده نشان میدهد که بین این دو متغیر رابطه معنیداری وجود ندارد. نتیجه محاسبه نشان می دهد که باتوجه به سطح معناداری نمی توان بین استفاده از اعضای خانواده و استفاده از پیام کوتاه رابطه ای یافت و از این رو فرض که مبتنی بر این بود که بین استفاده از پیام کوتاه و ارتباطات جوانان با اعضای خانواده رابطه معنادار وجود دارد و استفاده از پیام کوتاه ارتباطات رو در روی جوانان با اعضای خانواده را کمتری کند اثبات نمی شود.

فرضیه ۳: ارتباط با دوستان به تفکیک استفاده از پیام کوتاه

استفاده از پیامک ارتباط با دوستان	کمتر از ده دقیقه		ده تا سی دقیقه		یک ساعت		بیش از یک ساعت		جمع
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	
خیلی زیاد	22	4/23	34	7/34	24	7/38	73	50	153
زیاد	46	9/48	48	49	26	9/41	52	6/35	172
کم	23	5/24	15	3/15	10	1/16	18	3/12	66
خیلی کم	3	2/3	1	1	1	6/1	3	1/2	8
هرگز	0	0	0	0	1	6/1	0	0	1
جمع	94	100	98	100	62	100	146	100	400

آزمون دی سامرز

Sommers' d -178/0
Sig 000/0

آزمون انجام شده برای بررسی ارتباط آماری بین دو متغیر استفاده از پیام کوتاه و ارتباط با دوستان نشان میدهد که بین این دو متغیر رابطه معنیداری وجود دارد. این رابطه نشان میدهد که استفاده بیشتر از پیام کوتاه ارتباط بیشتر و نزدیکتری با دوستان را به همراه دارد. فرض در پژوهش این بود که بین استفاده از پیام کوتاه و ارتباطات میان فردی

جوانان با دوستان، رابطه معنادار وجود دارد و استفاده از پیام کوتاه ارتباطات جوانان با دوستان را افزایش می‌دهد. باتوجه به محاسبات صورت گرفته وسطح معناداری به دست آمده فرضیه اثبات می‌شود.

فرضیه ۴: ارتباط با جنس مخالف به تفکیک استفاده از پیام کوتاه

استفاده از پیامک ارتباط با جنس مخالف	کمتر از ده دقیقه		ده تا سی دقیقه		یک ساعت		بیش از یک ساعت		جمع	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد		
خیلی زیاد	4	4/4	12	4/12	9	15	38	26	63	16
زیاد	9	9/9	9	3/9	13	7/21	38	26	69	5/17
کم	20	22	27	8/27	15	25	38	26	100	4/25
خیلی کم	17	7/18	26	8/26	12	20	17	6/11	72	3/18
هرگز	41	1/45	23	7/23	11	3/18	15	3/10	90	8/22
جمع	91	100	97	100	60	100	146	100	394	100

آزمون دی سامرز

Sommers' d
-325/0
000/0
Sig

آزمون آماری برای بررسی ارتباط بین دو متغیر استفاده از پیام کوتاه و ارتباط با جنس مخالف نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه معنیداری وجود دارد. این رابطه بیانگر آن است که استفاده بیشتر از پیام کوتاه ارتباط بیشتر و نزدیکتری با جنس مخالف را به همراه دارد. فرض نیز همین این بود که بین استفاده از پیام کوتاه و ارتباطات جوانان باجنس مخالف، رابطه معناداری وجود دارد و استفاده از پیام کوتاه ارتباطات جوانان با جنس مخالف را افزایش می‌دهد. ارتباطات میان فردی باجنس مخالف برپایه پیامک شامل طیف متنوعی از ارسال و دریافت پیامهای متنی کوتاه است.

نتیجه گیری :

برای اثبات یا رد فرضیه های تحقیق از آزمون آماری دی سامرز (D samers) استفاده شد. درفرضیه اول، رابطه معناداری بین میزان استفاده از پیام کوتاه و ارتباطات میان فردی جوانان وجود دارد. این ارتباط معنادارحاکمی از آن است که بطور کلی جوانان هرچه بیشتر از پیامک استفاده کنند ارتباطات میان فردی آنها کمتر میشود. منظورازکمترشدن ارتباطات میان فردی، ارتباطات رودرو وچهره به چهره است چراکه ارتباطات میان فردی آنان به شکل و ماهیتی دیگر ادامه پیدامی کند. تایید این فرضیه به این معناست که ارتباطات میان فردی سنتی (کلامی و غیرکلامی، زبان بدن و مواجهه فیزیکی) کم شده وگونه جدیدی از ارتباطات میان فردی باماهیت نوشتاری و مبتنی بر پیامهای کوتاه و ابزارهای تکنولوژی پدیدار شده است. دربررسی فرضیه دوم، آزمون آماری نشان می‌دهد که بین استفاده از پیام کوتاه و ارتباط با اعضای خانواده رابطه معناداری وجودندارد. بنابراین استفاده ازپیام کوتاه بر ارتباطات میان فردی آنها بااعضای خانواده تاثیری نداشته است. به علت حضور جوانان ددررون خانواده ها، ارتباطات میان فردی و رو درروی آنان باافرادخانواده دستخوش تغییرچندانی نشده است. در فرضیه سوم رابطه بین استفاده ازپیام کوتاه و ارتباطات میان فردی جوانان بادوستان بررسی شد که این فرضیه تأیید شد. به این معنا که استفاده ازپیام کوتاه ارتباطات میان فردی بادوستان را افزایش داده است. جوانان باتکیه برخدمات نوین وسایل ارتباطی، نوع و ماهیت ارتباطات میان فردی خودرا تغییرداده‌اند وافزایش سطح ارتباطات میان فردی آنها با دوستان نیزحاکمی از آن است. امتیازات و ویژگی‌های پیام کوتاه ازقبیل خصوصی بودن، عدم وابستگی به زمان و مکان خاص و... سبب گرایش جوانان به استفاده از پیام کوتاه در ارتباط با دوستان شده است.

در بررسی فرض چهارم که رابطه استفاده از پیام کوتاه و ارتباطات میان فردی جوانان باجنس مخالف را مورد توجه قرار داده بود رابطه معناداری به دست آمد و مشخص گردید که استفاده از پیام کوتاه ارتباطات جوانان با جنس مخالف را افزایش داده است. این رابطه نشان میدهد که استفاده بیشتر از پیام کوتاه ارتباط بیشتر و نزدیکتری با جنس مخالف را به همراه دارد. پیش از این معیار ارتباط با جنس مخالف (دختر-پسر) و (پسر- دختر) دارای تعریف مشخص وقاعده مندی مانند دیدار، همراهی و . . . بود اما پیام کوتاه به علت خصیصه‌های متنوع و حذف زمان و مکان نوعی حریم سازی خاص، جای ویژه ایی در روابط بیناجنسیتی پیدا کرده است و موجب گسترش این ارتباطات در بین جوان هاشده است. ارتباطاتی که در حال و در مکان می‌تواند به وقوع بپیوندد بدون آنکه نیاز به جلب توجه و اطلاع دیگران داشته باشد.

همچنین در آزمون‌های فرعی ضریب همبستگی دی سامرز از رابطه متغیرهای استفاده از پیامک در ارتباطات میان فردی جوانان با اقوام و یا ارتباط کاری آنها نشان می‌دهد که در مورد اول سطح معناداری تاییدکننده ایی میان استفاده از پیام کوتاه و ارتباط با خویشاوندان در بین جوانان وجود دارد. به عبارتی دیگر، جوانان تحقیق ما برای تداوم ارتباطات خود با اقوام و خویشان از امکانات خدمات ارتباطی تلفن همراه و پیامک زنی آن استفاده کرده اند. این رابطه نشان میدهد که استفاده بیشتر از پیام کوتاه ارتباط بیشتر و نزدیکتری با اقوام را به همراه دارد. سهولت ارتباطی، صرفه اقتصادی و سرعت بالای انتقال از دلایل عمده این رویکرد می‌باشد.

Archive of SID

فهرست منابع:

- اسولیوان، تام ودیگران. مفاهیم کلیدی ارتباطات، ترجمه میرحسین رییس زاده، نشر فصل نو، تهران، ۱۳۸۵.
- اکرامی، محمود. مردم شناسی ارتباطات خودمانی (پژوهشی درپدیده اس ام اس)، نشر ایوار، مشهد، ۱۳۸۶.
- برکو، ری ام ودیگران. مدیریت ارتباطات، ترجمه سیدمحمداعرابی و داود ایزدی، ناشر پژوهشهای فرهنگی، تهران، ۱۳۸۶.
- بهرامی کمیل، نظام. نظریه رسانه ها (جامعه شناسی ارتباطات)، نشر کویر، تهران، ۱۳۸۸.
- جان، لیتل. نظریه‌های ارتباطات، ترجمه سیدمرتضی نوربخش و سیداکبر میرحسینی، نشر جنگل، تهران، ۱۳۸۴.
- ریچموند، ویرجینیا. رفتار غیر کلامی در ارتباطات میان فردی، ترجمه غلامرضا آذری و فاطمه سادات موسوی وژیلا عبدالله پور، نشر دانژه، تهران، ۱۳۸۷.
- ساروخانی، باقر. جامعه شناسی نوین ارتباطات (رسانه‌ها در جهان امروز)، انتشارات اطلاعات، تهران، ۱۳۹۱.
- عاملی، سعید رضا و شاهو صبار و مهدی رنجبر. مطالعات تلفن همراه (زندگی در حال حرکت)، سازمان مطالعه. تدوین کتب علوم انسانی، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی، تهران، ۱۳۸۷.
- فرهنگی، علی اکبر. مبانی ارتباطات انسانی (جلداول) نشر رسا، ۱۳۸۴ (چاپ هشتم)
- فیسک، جان. نگاهی به نظریه‌ها و مکاتب ارتباطات، ترجمه ناصر فرونچی، کنکاش دانش، تهران، ۱۳۸۴.
- کازنو، ژان. جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، انتشارات اطلاعات، تهران، چاپ هشتم، ۱۳۸۴.
- کویلی، پل. نظریه‌های ارتباطات. ترجمه سعید عاملی ودیگران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، تهران، ۱۳۸۷ (جلد دوم)
- گیل، دیوید و بریجت آدامز. الفبای ارتباطات، ترجمه رامین کریمیان و دیگران، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، ۱۳۸۴.
- مایرز، گیل و میشله تی مایرز. پویایی ارتباطات انسانی، ترجمه حواصابری، دانشکده صدا و سیما، تهران، ۱۳۸۳.
- محسنیان راد، مهدی. ارتباط شناسی (فردی، گروهی، جمعی) انتشارات سروش، چاپ دوم، تهران، ۱۳۸۴.
- موسوی، سید کمال. قدرت اجتماعی موبایل، نشر بهینه گستر تهران، تهران، ۱۳۸۹.
- موسسه فرهنگی امیرالمومنین، جوان و تلفن همراه، نشر جلال الدین، قم، ۱۳۹۰.
- مهرداد، هرمز. مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، فاران، تهران، ۱۳۸۰.
- مهدی زاده، محمد. نظریه رسانه ها (اندیشه‌های رایج و دیدگاههای انتقادی) همشهری، ۱۳۸۹.
- میلر، جرالدرز. ارتباط کلامی، ترجمه علیرضا قراگوزلو، انتشارات سروش، تهران، ۱۳۸۵.
- ویندال، سون و بنو سیگناتیزر جین الوسون. کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، جامعه شناسان، تهران، ۱۳۸۷.
- هارپر، کریستوفر. رسانه‌های نوین، ترجمه علی اصغر کیا، نشر علم، تهران، ۱۳۹۱.
- هارجی، اون و کریستین ساندرز و دیوید دیکسون. مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان فردی، ترجمه خشایار بیگی و مهرداد فیروزبخت، نشر پژوهش، تهران، ۱۳۸۶.
- رسول زاده، نیما. اس ام اس تعطیل نمی‌شود، روزنامه شرق، دوشنبه ۶ بهمن، ۱۳۸۶، تهران
- کوثری، مسعود و طاهره خیرخواه. تحلیل محتوای پیام‌های کوتاه دانشجویان دانشگاه تهران، پایان نامه ارشد، تهران، تابستان ۱۳۸۷ (این پایان نامه به صورت مقاله در فصلنامه تحقیقاتی فرهنگی شماره ۲ دانشگاه تهران درج شده است)

- نادری، احمد. گفتمان اس ام اس در جامعه امروز، مجله علمی انسان شناسی و فرهنگ، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، تهران، ۱۳۸۶.
- معیدفر، سعید و احمد گنجی. کاربرد تلفن همراه در بین دانش آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، ۱۳۸۴. (مقاله ایی نیز از این پایان نامه در مجله جهانی رسانه در پاییز ۱۳۸۸ درج شده است)
- خسروی، زهرا. تلفن همراه و آسیب های فرهنگی _ اجتماعی آن، پایان نامه کارشناسی ارشد، واحد خوراسگان دانشگاه آزاد اسلامی، تابستان ۱۳۹۰.
- ذکایی محمد سعید و وحید ولی زاده. فرهنگ جوانان و تلفن همراه، فصلنامه تحقیقات فرهنگی. دانشکده علوم اجتماعی تهران، ۱۳۸۹.
- زندی، بهمن و فاطمه ربانی. بررسی میزان همخوانی زبان پیام کوتاه با زبان فارسی معیار فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، شماره یک، بهار ۱۳۸۸.
- سایتها و وبگاههای اینترنتی

- www.zibaweb.com/mobile5.htm
- www.psalehi.com
- www.en.wikipedia.org/wiki/Short_Message_Service
- www.zibaweb.com/mobile5.htm
- www.zahedan-tebyan.ir/main.asp?id=21697
- www.3nasl.com/contents/view/five-one-seven-four www.bartarin.ir
- www.gsmaria.com/reviews
- www.aftab1363.blogfa.com/post-183.aspx www.dananews.net/news.php.show=news&id=3720
- www.hamshahrtraining.ir/news
- www.mobile-ir.blogspot.com/category/cat-6
- www.iaocsc.ir/Note/nId=177
- www.iranmobilecongress.com/Default.aspx?tabid=1185
- www.3noqte.com
- www.mobile.ir