

# فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی / دوره اول شماره ۲ تابستان ۱۳۹۱: ۲۳-۵۴

## تلفن همراه و کارکردهای آن برای کاربران ایرانی با تأکید بر تفاوت‌های جنسیتی

محمدرضا جوادی یگانه<sup>۱</sup>، مسعود کوثری<sup>۲</sup>، طاهره خیرخواه<sup>۳</sup>  
(تاریخ دریافت: ۹۰/۷/۱۱ تاریخ پذیرش: ۹۰/۱۰/۳)

### چکیده

تلفن همراه علاوه بر تامین نیاز ارتباطی میان فردی در حال حاضر به عنوان وسیله سرگرمی و وسیله ارتباط جمعی نیز به کار می‌رود و استفاده از آن معانی متعددی را برای کاربرانش دارد. مقاله حاضر می‌کوشد تا صرف‌نظر از کاربرد ارتباطی تلفن همراه، کارکردهای این وسیله را در میان کاربران مورد مطالعه قرار دهد. بدین منظور پیمایش آنلاینی از دارندگان این وسیله صورت گرفته است و پاسخگویان درباره کارکردهای مختلف این وسیله در تامین نیازهایشان اظهار نظر کرده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که تلفن همراه علاوه بر کاربردهایی نظیر تسهیل ارتباطات میان فردی به واسطه سیار بودن و همراهی همه زمانی و همه مکانی پاسخگویان، کارکردهایی چون تامین امنیت، مد، خودابرازی، هویت، هماهنگی و سرگرمی را نیز به همراه داشته است.

**کلمات کلیدی:** تکنولوژی ارتباطی، تلفن همراه، پیام کوتاه، کارکردهای تلفن همراه، هویت، امتداد خود، مد، امنیت.

---

<sup>۱</sup>. دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران myeganeh@ut.ac.ir

<sup>۲</sup>. دانشیار گروه ارتباطات دانشگاه تهران

<sup>۳</sup>. کارشناس ارشد ارتباطات دانشگاه تهران

## مقدمه

در حال حاضر ضریب نفوذ مشترکان تلفن همراه در ایران ۹۱,۲ اعلام شده که با احتساب جمعیت ۷۵,۱ میلیون نفری ایران و در نظر گرفتن شاخص فوق می توان نتیجه گرفت که هم اکنون بیش از ۶۸ میلیون اشتراک تلفن همراه در ایران وجود دارد.<sup>۱</sup>

نظر به کاربران بسیار تلفن همراه در سراسر جهان، تلفن همراه هم به عنوان واسطه<sup>۲</sup> ارتباطات میان فردی، هم به عنوان رسانه، و هم وسیله سرگرمی<sup>۳</sup> مطالعه و بررسی شده است. چرا که علاوه بر کاربردهایی برای تسهیل ارتباطات میان فردی، استفاده شرکت های تجاری برای تبلیغات بازرگانی، تبلیغات سیاسی کاندیداهای ریاست جمهوری، مجلس و شوراها، ارسال اخبار بعضی از روزنامه ها از طریق سرویس پیام کوتاه برای مشترکان، نظرسنجی ها و مسابقات رادیو تلویزیونی را می توان از جمله کاربردهای ارتباط جمعی پیام کوتاه برشمرد؛ رادیو، امکان دریافت برنامه های تلویزیونی، امکان اتصال به اینترنت و یا دریافت صفحات روزنامه می تواند مجموعه کاربردهای رسانه جمعی را در تلفن همراه شامل شود و بازی های موبایلی، امکان دریافت و ارسال فایل های صوتی و تصویری جالب، ضبط و پخش موسیقی، عکاسی و فیلمبرداری نیز سرگرمی های جدیدی را، با استفاده از تلفن همراه، شکل داده است.

تلفن همراه از منظر امکانات (در انتخاب مارک و مدل گوشی و رضایت کاربران تعریف می شود)، کاربردها و کارکردهای آن در دانشگاه ها و مؤسسات مطالعاتی دنیا بررسی شده است. این مطالعات با مطمح نظر قرار دادن تفاوت های کاربران در سراسر دنیا انجام شده است، مثلا تفاوت زنان و مردان در کاربرد و کارکردهای تلفن همراه نشان داده است که جنسیت ها رفته رفته طرز استفاده از موبایل را تغییر می دهند. همانگونه که فاکس<sup>۴</sup> (۲۰۰۱)،

۱. مهر ۱۳۹۰ به نقل از خبرگزاری فارس

۲. Media

۳. Entertainment

۴. Fox

گفته است، زنان به موبایل به عنوان یک «محافظ شخصی» نگاه می‌کنند (۲۰۰۱). آنها موبایل را وسیله‌ای برای حمایت از خود در مقابل حملات بیرونی و درونی می‌دانند. آنها موبایل را شبکه‌ای سالم می‌دانند و بسیاری از خانم‌ها بدون موبایل جایی نمی‌روند. آنها احساس می‌کنند که می‌توانند با هر شخص، در هر مکان و در مورد هر چیزی که نیاز دارند صحبت کنند. تلفن‌ها، روش ارتباط با دیگران را از تماس‌های مهم به سمت شایعات تغییر می‌دهند. غیبت و شایعه هزاران سال است که جزیی از ملزومات اجتماعی را خلق می‌کنند: ما از فناوری عصر فضا برای بازگشت به شایعات عصر حجر استفاده می‌کنیم. این مطلب نشان می‌دهد که موبایل‌ها روشی را برای ارتباطات خلق می‌کنند که از روش‌های قبل بسیار آسان‌تر است! زنان و مردان از فناوری موبایل برای برنامه‌ریزی با دیگران یکسان استفاده می‌کنند، اما زنان بیشتر به تماس با افراد برای امور اجتماعی تمایل دارند.

به عنوان مثال بررسی لینگ در سال ۲۰۰۱ نشان داده است که زنان اغلب جایگزین‌های نقل و انتقالی پیچیده و متعاقباً محدودی دارند، که دقیقاً به دلیل تعهد خانوادگی است؛ زنان نزدیک به خانه کار می‌کنند و به این دلیل گزینه‌های کمتری برای ارتباط با بازار کار جغرافیایی در پیش رو دارند. تحرک زنان ماکول به مسئولیت‌خانوادگی است و بنابراین سفرهای آنها اغلب ترکیبی از چند کار است. این امر، به ویژه در مورد خانواده‌هایی که بچه‌های پیش دبستانی یا دبستانی دارند، صادق است. اگر این موضوع را در بافت اندیشه‌های فالک و ابلر قرار دهیم (۱۹۸۰) خواهیم دید که زنان «فواصل تلاش» بیشتری نسبت به مردان دارند.

با نگاه به بخش ارتباطات از راه دور این مجموعه، می‌توان به این حس رسید که تلفن نوعی از چندکارگی را فراهم می‌کند و زنان را قادر می‌سازد که هم از خانه دور باشند و هم به مسئولیت‌های خانگی خود برسند. راکو و ناوارو و همچنین وستبی این امر را مادری از راه دور می‌نامند. یعنی استفاده از تلفن برای ارتباط با فرزندان که از مدرسه بازگشته‌اند و نیاز دارند که والدین آنها را کنترل کند (راکو و ناوارو: ۱۹۹۳). به تلفن همراه در این زمینه نیز توجه شده است در واقع راکو و ناوارو به طور خاص این تکنولوژی را مد نظر داشته‌اند.

با نگاهی عام‌تر باید به بحث در باب این امر پرداخت، چون موبایل به مکان خاصی پیوند نخورده است (لانگ، ۱۹۹۳). در بافتی که اینجا مد نظر است، مثال‌هایی تجربی در دست داریم که در آنها موبایل به شخص اجازه می‌دهد به ماموریت خانوادگی خود برسد در عین حال در تعاملات کاری نیز حضور داشته باشد. این امر با توجه به سابقه استفاده فزاینده شخصی از فضای عمومی انجام می‌شود (کینگ، ۲۰۰۰؛ لینگ، ۱۹۹۷)

این مقاله نیز به عنوان بعد مهمی از مطالعات مربوط به تلفن همراه، کارکردهای این وسیله ارتباطی را مورد مطالعه قرار داده است. در ادامه نخست به اجمال به کاربردهای تلفن همراه اشاره‌هایی می‌شود تا تفاوت مفهومی بین کاربرد<sup>۱</sup> و کارکرد<sup>۲</sup> ارتباطی روشن گردد سپس وارد بحث کارکردها خواهیم شد و می‌کوشیم به این سؤال پاسخ گوئیم که موبایل ضمن تامین نیاز ارتباطی افراد چه کارکردهای برای دارندگان با مدنظر قرار دادن تفاوت جنسیتی دارد؟ آیا تفاوتی بین روش استفاده از تکنولوژی ارتباطی موبایل مردان و زنان وجود دارد؟ زمانی که ما روش ارتباط با یکدیگر را بفهمیم، می‌توانیم یکپارچگی و ساختار اجتماعی را درک کنیم. این تحقیق بر اساس نظرسنجی آنلاین و مصاحبه با دارندگان تلفن درباره استفاده از تلفن همراه انجام گرفته است. این مطالعه عمدتاً بر طرز استفاده از فناوری بین دو جنس توجه دارد و با فرضیه وجود تفاوت در کارکردهای تلفن همراه برای زنان و مردان ایرانی پژوهش حاضر را انجام داده است.

## الف) کاربردهای تلفن همراه

کاربرد تلفن همراه ناظر بر استفاده ابزاری این وسیله است، و مهمترین کاربرد آن تسهیل ارتباطات غیرفردی از راه دور است و به عنوان وسیله برقراری رابطه نقش ایفا می‌کند: نامه اولین وسیله ارتباطات غیر چهره‌به‌چهره بوده و پس از آن تلفن و ایمیل و حالا تلفن همراه، که مهمترین وجه تمایز آن از تلفن ثابت، و همینطور دیگر واسطه‌های ارتباطی، دسترسی

<sup>۱</sup>. Application

<sup>۲</sup>. Function

هرزمانی و هرمکانی و نیز برقراری ارتباط دائمی و همیشگی<sup>۱</sup> است. کاربردهایی نظیر بهبود کیفیت ارتباطات میان فردی، دسترسی همیشگی، سیار بودن (چان وی<sup>۲</sup> و دیگران ۲۰۰۵: ۷۳)، پاتز<sup>۳</sup> (۲۰۰۴: ۸)، (پیترز و آلوچ<sup>۴</sup> ۲۰۰۵: ۱۰). در میان منابع مختلف دیده می‌شود که مختصراً به برخی از آنها اشاره می‌شود. در مقابل کارکرد تلفن همراه مطرح می‌شود که یک سطح از تسهیل ارتباطات همه‌زمانی و همه‌مکانی فراتر می‌رود و نتایجی که استفاده از این وسیله برای کاربر حاصل می‌کند نیازهایی غیر از ارتباط را تامین می‌کند: مانند حس امنیت دارندگان آن، نماد پایگاه اجتماعی و یا کارکرد خود اظهاری.

کوثری و دیگران (۱۳۸۵: ۲۱۵) بر مبنای تئوری استفاده و خوشنودی، به کاربردهایی اشاره می‌کنند که به سبب رضایتمندی از داشتن تلفن همراه حاصل می‌شود. این کاربردها عبارتند از:

۱. نیاز اطلاع‌جویی<sup>۵</sup>: که در ذیل این امر اطلاعات ترافیکی، اتفاقات و رخدادها، تیتز روزنامه‌ها، اطلاعاتی مربوط به قیمت‌ها و انواع سرگرمی‌ها را می‌توان گنجانند که از منظر استفاده‌های ابزاری مطالعه می‌شود و یا تامین نیازهای اطلاعاتی شخصی، مثل خبردادن و خبرگرفتن از اتفاقات خانه.

۲. فواید اجتماعی: شایعه، چت، لذت بردن از صحبت کردن، گذران وقت و احساس آرامش، که انگیزه‌های استفاده را در بر می‌گیرد؛ امکان برقراری ارتباط به بهانه‌هایی چون درد دل کردن یا گذران وقت و همچنین برقراری ارتباط با دوستان و خانواده و از سویی بازی با گوشی تلفن همراه یا سرگرم شدن با امکانات آن به هنگام تنهایی یا در جمع دوستان، مثل انتقال اطلاعات از طریق بلوتوث<sup>۶</sup> یا عکس گرفتن با استفاده از دوربین گوشی.

---

<sup>1</sup>. Permanent access

<sup>2</sup>. Chan

<sup>3</sup>. Potts

<sup>4</sup>. Peters and S. Allouch

<sup>5</sup>. Information seeking

<sup>6</sup>. Bluetooth

۳. رضایتمندی‌های عاطفی: که تسهیل ارتباط با خانواده، احساس نزدیکی با اعضای خانواده، نمایش مراقبت از یکدیگر، و دانستن نگرانی دیگران نسبت به ما را شامل می‌شود.

۴. تحرک و در دسترس بودن، به عبارتی حذف محدودیت گشتن به دنبال تلفن عمومی و در صف تلفن ایستادن: بی‌تعلقی به مکان برای در ارتباط بودن با دیگران، دسترسی همیشگی بدون دغدغه مکان، دسترسی هرزمانی و هر مکانی، حفظ ارتباط همیشگی و در دسترس بودن برای اعضای مسن‌تر یا بیمار خانواده، که این دو گزینه آخر رضایتمندی تازه و منحصر به فرد تلفن همراه در میان وسایل ارتباطی میان‌فردی به شمار می‌آید.

### ب) اهمیت مطالعه کارکردهای تلفن همراه

در حال حاضر استنباطی که از موبایل وجود داشت، در حال تغییر است؛ موبایل معنای جدیدی به خود گرفته است و استفاده از آن نیز، به عنوان ابزاری فقط برای مکالمه تلفنی، دگرگون شده است. موبایل در روندی روزافزون به عنوان وسیله‌ای چند کارکردی شناخته می‌شود.

در توضیح چند کارکردی بودن این وسیله همزمان با ظهور مساله پیامدهای اجتماعی تکنولوژی‌های ارتباطی شخصی، کاتز و آخوس نظریه «روح دستگاه»<sup>۱</sup> را مطرح کرده‌اند که می‌کوشد شکلی از ارتباطات میانجی از طریق تکنولوژی‌های شخصی نظیر تلفن همراه را شرح دهد. نظریه روح دستگاه می‌گوید: «این روح ماشین است که هم بر روی طراحی‌های تکنولوژی و نیز بر روی اهمیت اولیه و ثانویه (کاربرد و کارکرد) یک وسیله برای کاربران، تاثیر می‌گذارد» (کاتز و آخوس، ۲۰۰۲: ۳۰۵). هدف این نظریه غلبه بر محدودیت‌های نظریه‌های کارکردگرا و ساخت‌بندی است، از طریق توجه به مسائلی مانند شیوه‌ای که مردم از تکنولوژی‌های، موبایل به عنوان ابزاری در زندگی روزمره خود استفاده می‌کنند و رابطه بین این تکنولوژی‌ها، بدن و نقش اجتماعی و بلاغت و معناسازی‌ای که با تعامل اجتماعی میان

<sup>۱</sup>. Apparatgeist theory

کاربران رخ می‌دهد (همان، ۳۱۵). به بیان دیگر، نظریه روح دستگاه بیان می‌کند که کاربران معانی مختلفی را به آن تخصیص می‌دهند. در نتیجه، این نظریه این سؤال را مطرح می‌کند که چه نوع معانی و به وسیله چه کسی به آنها نسبت داده می‌شود. با مد نظر قرار دادن این مساله، نکته مهم این است که به استفاده از ابزارهای ارتباطی در زمینه عضویت گروهی و هویت اجتماعی توجه کنیم (کاتز، ۲۰۰۳).

از این رو، لازم است تا فرهنگ‌های گوناگون را برای جستجوی معانی نمادین تکنولوژی های ارتباطی شخصی، مقایسه کنیم.

اگرچه پژوهش راجع به موبایل و مد در یک زمینه فرهنگی خاص در حال ازدیاد است (برای نمونه، فورتناتی، ۲۰۰۲؛ لینگ و یتری، ۲۰۰۲)، به نظر می‌رسد که مطالعات مقایسه‌ای بین فرهنگ‌های گوناگون هنوز کمیاب است؛ به‌ویژه، فرهنگ‌هایی که به طور سنتی «متمایز» از سایر فرهنگ‌ها - بر اساس ارزش‌ها و رفتارهای اجتماعی مختلف - تلقی شده‌اند، هنوز مورد مطالعه قرار نگرفته‌اند.

پالن و سالزمن در سال ۲۰۰۱ با مطالعه ۱۹ نفر که به تازگی از تلفن همراه استفاده می‌کردند، دریافتند که این افراد در ابتدا به درستی نمی‌دانند که چرا به این وسیله نیاز دارند، اما با گذر زمان، رفته‌رفته کاربردهای این وسیله را در موقعیت‌های مختلف درمی‌یابند. به نظر می‌رسد گرایش گسترده‌ای برای تبدیل تلفن همراه از وسیله‌ای برای موارد اضطراری به ابزاری برای استفاده‌های معمول و برقراری ارتباط به شیوه‌ای رساتر وجود دارد. انگیزه‌ی اولیه استفاده از تلفن همراه برای بیشتر افراد، کاربردهای ارتباطی آن است. به عنوان مثال موبایل‌ها امکان بدست آوردن اطلاعات اطمینان بخش درباره وضعیت عزیزانمان و یا درخواست کمک برای موارد اضطراری مثل تصادفات خیابانی را به ما می‌دهد (لینگ و یتری، ۱۹۹۲ و ۲۰۰۱؛ پالن و سالزمن، ۲۰۰۱). تصور بسیاری از کاربران اولیه تلفن‌های همراه همواره این بوده است که این وسیله را تنها در موارد اضطراری به کار خواهند بست، و نه برای کاربردهای عادی روزمره. اما با گذر زمان می‌توان تغییراتی را که در نحوه استفاده از تلفن‌های همراه رخ می‌دهد مشاهده کرد:

۱. موبایل‌ها هرروز بیشتر و بیشتر به فعالیت‌های روزمره ما در همه زمینه‌ها حمله می‌آورند. مرحله اول پذیرش است. پذیرش در بنیادی‌ترین شکل خود، به معنای استفاده از موبایل برای حل مشکل است. مثلا در مواردی که تصادفی رخ داده است، یک تماس به بازگرداندن حس امنیت به ما کمک می‌کند. این کار با برقراری تماس و تعامل با فضاهایی صمیمانه‌تر و یا مراکزی که خدمات اورژانس ارائه می‌دهند انجام می‌شود. هرچه استفاده از موبایل معمول تر شود، اشکال متنوع‌تری از هماهنگی با شرایط ایجاد می‌شود (لینگ و یتری، ۱۹۹۹).

۲. پس از این مرحله رفته‌رفته تماس‌هایی افزایش می‌یابند که چندان جنبه کارکردی ندارد و بیشتر مقاصدی عاطفی و اجتماعی دارند، مثل نشان دادن نگرانی، همبستگی و تعهد، نزدیکی، شفقت، همدردی و عشق رخ می‌نماید (پالن و سالزمن، ۲۰۰۱). زمانی که خطوط تلفن ثابت در قرن ۱۹ توسعه پیدا می‌کردند نیز می‌شد الگوی مشابهی را در استفاده از آنها مشاهده کرد، ایمنی، کسب و کار و ارتباط با خویشان دلایلی بودند که مردم را به استفاده از تلفن وامی‌داشت (فیش، ۱۹۹۲). با اینحال باید اشاره کرد که بسیاری از کارکردهای موبایل با تلفن‌های ثابت متفاوت است و استفاده از آنها هنوز با انگیزه‌هایی است مانند بحث بر سر مشکلات لاینحل، تغییرات ناگهانی در برنامه‌ها و یا دادن اطلاعات حیاتی به مخاطب، که گاه می‌تواند از وقوع فاجعه‌ای خبر دهد (گلدن سان، ۲۰۰۰). باید اضافه کرد موبایل‌ها امکان برقراری اشکال جدیدی از تماس مانند فرستادن ایمیل و پیامک را برای ما فراهم کرده‌اند که با خطوط تلفن ثابت مقذور نبود. دریافت تماس‌های موبایل به خودی خود و فارغ از آنکه تماس درباره چه امری باشد، نشان‌دهنده آن است که یک فرد و ارتباط به فراموشی سپرده نشده است (استودال، ۱۹۹۹؛ لیکوپ و هرتین، ۲۰۰۲: ۱۰۶). بسیاری از تماس‌های تلفن همراه تنها نوعی یادآوری قدرتمند از وجود یک ارتباط‌اند. این امر در ناامیدی افرادی خود را نشان می‌دهد وقتی که هیچ پیامی بر روی دستگاه پیام‌گیر آنها ثبت نشده است و به این معنا تعبیر می‌شود که هیچ‌کس نخواست به آنها صحبت کند و یا تماسی از طرفشان داشته باشد (کوکس و لینارد، ۱۹۹۰).



این مقاله به دنبال درک این موضوع است که موبایل چه معنایی برای افراد دارد، هم به عنوان یک وسیله و هم از نظر کارکردهایی که دارد. چنانکه، هنگامی که موبایل برای نخستین بار به بازار آمد، در اصل همان کاربرد را داشت یعنی تنها وسیله‌ای بود برای تلفن زدن. هنگامی که سطوح نفوذ موبایل افزایش یافت، امکان انجام کارهای دیگر با آن نیز فزونی یافت. موبایل می‌تواند به عنوان ارتباط‌گر برای تلفن زدن و ارسال پیام کوتاه، به عنوان وسیله سرگرمی از طریق بازی‌های موجود در آن، و همچنین به عنوان ساعت زنگ‌دار و دفترچه آدرس به کار رود. دیدگاه‌های مختلفی درباره نقش و کارکرد موبایل در حال شکل‌گیری است، کارکردهایی نظیر: **هویت فردی** (عاملی، ۱۳۸۵)، (هولم و پیترز، ۲۰۰۱) و (وی و ون وی، ۲۰۰۷)؛ **خودآبرازی** (کمبل، ۲۰۰۷)؛ **امتداد خود** (هولم و پیترز، ۲۰۰۱)؛ **چان** و **دیگران**، (۲۰۰۵)؛ **مدگرایی** (کاتز و سوجیاما، ۲۰۰۶)؛ **دیوید و دیگران**، (۲۰۰۳)؛ **فورتوناتی**، (۲۰۰۲) و **کمبل**، (۲۰۰۷) و **هماهنگی** (کاتز، ۱۹۹۹)؛ **لینگ**، (۱۹۹۸)؛ **لینگ و یتری** (۱۹۹۹ و ۲۰۰۲) که در استفاده از موبایل به هم گره خورده‌اند؛ را می‌توان به عنوان کارکردهای موبایل برشمرد.

#### ۱) هویت

در اینجا نظریه‌های گیدنز (۱۹۹۱) درباره پروژه انعکاسی هویت شخصی درباره اینکه چگونه موبایل می‌تواند باعث ایجاد هویتها (ی گوناگون) شود، بکار می‌آیند: گیدنز می‌نویسد، یک هویت شخصی باید کمابیش به طور مداوم در برابر پرده پشت صحنه تجارب متغیر زندگی روزمره و گرایش‌های «تکه‌تکه»کننده نهاد‌های مدرن خلق شوند. (هولم و پیترز، ۲۰۰۱)

وقتیکه پرتال‌های هوشمند موبایل در دسترس قرار بگیرند، کاربر قادر خواهد بود تا انتخاب کند که به چه کسی و چیزی دسترسی بهتری از طریق این وسیله بسیار شخصی داشته باشد. موبایل نسبت به هر وسیله دیگری از نظر شخصی بودن، در جایگاه بالاتری قرار می‌گیرد. از نظر گیدنز، کاربران موبایل افرادی باهوش، بی دغدغه و دچار تردیدهای پست مدرن هستند و در انعکاس هویت، دارای مهارت هستند (هولم و پیترز، ۲۰۰۱:۱)؛ وی و ون وی، (۲۰۰۷:۵۵)

از سوی دیگر چنانکه عاملی (۱۳۸۴) مطرح می‌کند: موبایل از فردی‌ترین ابزار زندگی امروز است که امکان «خود اظهاری هویتی» را فراهم می‌آورد. وقتی فرد از خانه خارج می‌شود، کلید منزل، کیف پول و موبایل را با خود همراه می‌کند. ابزاری است که قابلیت انعطافی ارتباطات را فراهم کرده است. قابلیت های انعطافی همچون: ۱) امکان ارتباط دو سویه یا چند سویه دائمی؛ ۲) قابل برنامه‌ریزی بودن ارتباطات؛ ۳) انتخابی بودن پذیرش ارتباطات؛ ۴) انتخابی بودن در دسترس بودن و در دسترس نبودن؛ ۵) استفاده‌های چند منظوره رسانه ای، 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 موبایل تجسم می‌بخشد عبارتند از: ۱) انتخابی بودن زنگ موبایل؛ ۲) انتخابی بودن تصویر یا جعبه تصویری آن؛ ۳) انتخابی بودن دستگاه و جلد موبایل و حتی نوع ارتباط با دستگاه از طریق گوشی‌های با سیم یا بی‌سیم که نمادهای هویتی از تشخیص و یا ویژگی‌های فردی را منعکس می‌کند.

## ۲) امتداد خود<sup>۱</sup>

موبایل ارتباط بسیار نزدیکی با هویت پیدا کرده است و بسیاری از افرادی که تلفن همراه دارند، تاندازه‌ای به آن وابسته شده‌اند که آن را بخش ضروری و بسطی از خود آنها تلقی می‌کنند: «موبایل بخشی از من است». هیچ وسیله دیگری تا این میزان وسیع و اینقدر سریع، مانند موبایل، به جامعه نفوذ نکرده است که بتواند به اندازه موبایل سبک‌های زندگی را تغییر دهد و هیچ وسیله دیگری، به جز موبایل، را نمی‌توان دائماً استفاده کرد. موبایل در حال باز کردن جای خود در جامعه است و در واقع تبدیل به بخشی از فرهنگ جوامع متاخر مدرن می‌شود. اتکا به این وسیله بسیار ژرف و عمیق است: «اگر به ما گفته شود که درست فردا صبح، ما تلفن موبایل شما را از شما می‌گیریم، ممکن است احساس کنید که دست راست خود را از دست می‌دهید.» گم کردن هیچ وسیله شخصی دیگری مانند موبایل

<sup>1</sup>. Extension of self

سراسیمگی ایجاد نمی‌کند؛ گم شدن موبایل مردم را به تعبیری عزادار می‌کند. از این نظر از دست دادن موبایل مشابه متلاشی شدن فیزیکی است. آیا امکان دارد همین اظهار نظر در مورد کامپیوتر نیز بیان شود؟ گویی که تلفن موبایل نیازی بیولوژیک را برطرف می‌کند، موبایل در حال تبدیل شدن به بخشی از بدن ماست و بنابراین از خود ما می‌شود (هولم و پیترز ۲۰۰۱: ۱).

همچنین چان و دیگران (۲۰۰۵: ۷۳) نیز از مک لوهان (۱۹۶۴) نقل می‌کنند که: پیامد اجتماعی و فردی استفاده از هر رسانه ای - امتداد هر کدام از ما - از توازن جدیدی نتیجه می‌گیرد که هر کدام از امور ما را به وسیله هر کدام از امتداد حواس ما و یا هر تکنولوژی نشان می‌دهد. او اشاره می‌کند که هر گاه از وسیله‌ای استفاده کنیم در امتداد خود عمل می‌کنیم. به عبارت دیگر، هر فرد متضمن تصویری از خود در هر زمانی به هنگام استفاده از رسانه است.

### ۳) مد<sup>۱</sup> و تلفن همراه

کاتز در پژوهشی که سال ۲۰۰۶ بر روی دانشجویان دانشگاهی در آمریکا انجام داده است نشان می‌دهد یکی از انگیزه‌های مهم کاربران، «تلفن همراه به عنوان مد» است که بستگی به «زمینه فرهنگ» کاربران دارد. طبق این تحقیق مردم مدگرا بیش از دیگران از موبایل استفاده می‌کنند و اکثر مردم از موبایل فقط به دلیل مد بودن این وسیله استفاده می‌کنند. دیوید و دیگران (۲۰۰۳: ۱) تجلی مد در تلفن همراه را در طرح و شکل تلفن همراه، مانند دردار بودن یا کشویی بودن، رنگ قاب و ... و نیز در گزینه‌هایی مانند منشی تلفنی، بلوتوث و ... عنوان می‌کنند.

کاتز و سوچیاما (۲۰۰۶: ۳) از دیویس (۱۹۸۵: ۲۴) نقل می‌کنند که به بحث درباره دوگانگی احساسی که مردم درباره مد تجربه می‌کنند می‌پردازد. مطابق گفته دیویس، چنین دوگانگی‌ای شامل تنش ذهنی جوانان در قبال سن، مذکر بودن در برابر مونث بودن، کار در

---

<sup>۱</sup>.Fashion

برابر بازی، محلی بودن در برابر جهانی بودن، افشاگری در برابر اختفاء، مجاز شمردن در برابر ممانعت، و همنوایی در برابر شورش است.

این تنش‌های دوگانه احتمالاً هنگامی رخ می‌دهند که مردم «خود»شان را درون گروه‌های اجتماعی معین قرار می‌دهند. کایزر (۱۹۹۷) اشاره می‌کند که دوگانگی (ابهام) هویتی را می‌توان به‌ویژه در بسیاری از فرهنگ‌های امروزی که در آن جامعه و مد به سرعت تغییر می‌کند، مشاهده کرد. این موضوع در مقابل، بیان می‌کند که این نوعی ابهام درباره مد است که از نیاز عاطفی مردم برای حفظ همنوایی با تغییرات مد، به منظور حفظ هویت اجتماعی آنان، نشأت می‌گیرد. این ابهام توجه مردم به تغییرات مد را تسریع می‌کند. درون این محیط مد به سرعت در حال تغییر، در دنیای مدرن است که تکنولوژی‌ها به عنوان تسریع‌کننده‌ها در نمایش «خود» ما به کار گرفته می‌شوند و بنابراین درون مجموعه‌ای از «جلوه شخصی» ترکیب می‌شوند. شیوه‌ای که مردم طرح و مارک ساعت مچی‌شان را انتخاب می‌کنند، مثال خوبی است، به نظر می‌رسد چنین پدیده‌ای به شیوه‌ای که مردم تلفن‌های موبایل خود را انتخاب می‌کنند نیز گسترش یافته است (به نقل از کاتز و سوجیاما ۲۰۰۶: ۳).

فورتوناتی (۲۰۰۲: ۵۴) نیز دلالت‌های اجتماعی تلفن موبایل در ایتالیا را با متمرکز شدن بر بعد زیبایی‌شناختی آن، بررسی کرده است. فورتوناتی موفقیت موبایل را به «مد بودن» آن منتسب می‌کند. در نتیجه او معتقد است که موبایل تبدیل به یک «وسیله اضافی ضروری» شده است. علاوه بر این او معتقد است که داشتن موبایل نشانگر تعلق به طبقات بالاتر در جامعه ایتالیا است. از این رو، به گفته فورتوناتی، موبایل یک وسیله همراه است که کسانی که آنرا را دارند را توانمند می‌سازد، زیرا نشان می‌دهد که چه مقدار آنها از سوی دیگران به آنها توجه ارتباطی می‌شود و دیگران نسبت به آنها تمایل دارند. فورتوناتی به یک نکته جالب اشاره می‌کند مبنی بر اینکه داشتن موبایل و کاربرد آن، درباره شخص اطلاعاتی را منتقل می‌کند. این موضوع به این منجر می‌شود که ما تلفن موبایل را نه تنها به عنوان وسیله ای برای گفتگو، بلکه وسیله‌ای برای انتقال معنایی درباره خودمان به صورت نمادین تلقی کنیم. تلفن موبایل بر روی اینکه مردم چگونه دیگران را درک می‌کنند و همینطور اینکه آیا

مردم باید امیدوار باشند که رابطه‌ای شخصی را شکل دهند، تاثیر می‌گذارد و در مقابل، موبایل درباره اینکه چگونه مردم تصمیم می‌گیرند تا آن را با ایمازهای خودشان ترکیب کنند، نقش دارد.

کارکرد ابرازی موبایل به ارتباط عاطفی و اجتماعی اشاره می‌کند، از قبیل گفتگو با دوستان. شیوه‌های مناسب معرفی خود به نوع تلفن همراهی که مناسب است، شیوه‌ای که بر روی بدن حمل می‌شود و مکان‌هایی که موبایل در آنجا استفاده می‌شود، اشاره می‌کند. آنها در گزارش مصاحبه‌هایی که با نوجوانان نروژی انجام داده‌اند، با ذکر گفته‌های یک نوجوان ۱۷ ساله که چگونه وی درباره یک گوشی موبایل بزرگ از مد افتاده صحبت کرده است، به این نکته اشاره می‌کنند که از نظر نوجوانان کاربرد ارتباطی موبایل در درجه دوم اهمیت قرار دارد. لینگ و یتری گزارش کرده‌اند که داشتن سبک و نوع مناسب این وسیله یک نکته حیاتی برای خودابرازی نوجوانان است (همان).

فورتوناتی (۲۰۰۲: ۵۴) نیز به اهمیت «اینکه چگونه از موبایل استفاده کنیم» تا «شایسته» به نظر برسیم و در نتیجه «مطابق مد روز» باشیم توجه کرده است. او اظهار می‌کند که از یک طرف، دانستن اینکه چگونه با آسودگی از موبایل استفاده کنیم، به کاربران پرستیژ می‌دهد؛ از سوی دیگر، استفاده از آن با بی‌ملاحظگی یا با تشویش ناشی از تماس پی‌درپی، عوامانه و زننده دانسته شده است. این امر بیانگر این است که داشتن موبایل، و سعی در «مطابق مد روز بودن» آن، کفایت نمی‌کند. شیوه‌ای که مردم از گوشی موبایلشان استفاده می‌کنند، جنبه مهمی است که بر روی درک دیگران از «مد بودن» تاثیر می‌گذارد.

سعیدی (۱۳۸۴) در توضیح تلفن همراه و مدگرایی از تعبیر «مصرف تظاهری» استفاده می‌کند: می‌توان علت اینکه استفاده‌کنندگان از تلفن همراه را مصرف‌کنندگان تظاهری می‌نامیم، با استفاده از اصطلاح «مصرف تظاهری» که در نظریه طبقه مرفه تورشتاین و بلن (۱۹۷۵) [۱۸۹۹] به کار رفته است، توضیح داد: علت خودنمایی در استفاده تظاهری از تلفن همراه کسب پایگاه اجتماعی است.

علاوه بر این باید خاطر نشان ساخت که افراد با تشبیه مدل‌های قدیمی گوشی به آجر، از مصرف آنها اجتناب می‌کنند. در عوض، استفاده از گوشی‌های کوچک جیبی که امکانات بیشتری دارد، معمول است، در حالی که استفاده از گوشی‌های قدیمی زنگار بسته در خطوط تلفن ثابت نشانه دور بودن از مد تلقی نمی‌شود.

#### ۴) هماهنگی خرد

یکی از کارکردهای اصلی تلفن همراه را لینگ و بیتری (۱۹۹۹) هماهنگی خرد زندگی روزمره می‌دانند. به هنگام معرفی این مفهوم، لازم به نظر می‌رسد که زمینه‌ای که در آن معرفی می‌شود را نیز توصیف کنیم. نیاز برای هماهنگ کردن فعالیت‌ها کارکردی اجتماعی اساسی است. بسیاری از نهادهای اجتماعی بزرگ به عنوان بخشی از فعالیت‌هایشان، هماهنگی تعامل را نیز دارند. هماهنگی اهمیتی کلیدی دارد، به هنگام مد نظر قرار دادن حمل و نقل، به‌ویژه در زمینه ترتیبات شهری مدرن.

اکنون تلفن موبایل، حمل و نقل تقریباً مداوم و همه جا حاضر را امکان‌پذیر کرده است. این مانع فروریخته است و آنهایی که در حال حرکتند یا از یک مکان « ثابت » شناخته شده دورند، نیز تلفنی در دسترسند. این موضوع سبب می‌شود چندین نوع مختلف هماهنگی ظهور یابد (کاتز ۱۹۹۹ و لینگ ۱۹۹۸).

اولین نوع هماهنگی را می‌توان به عنوان هماهنگی لجستیک اصلی<sup>۱</sup> توصیف کرد. در اینجا می‌توان جهت دادن دوباره به سفرهایی که قبلاً آغاز شده است را مشاهده کرد، یک نفر به همسرش تلفن می‌زند و از او می‌خواهد که در یک مغازه در سر راهش به خانه توقف کند. این موضوع ممکن است به همه راه‌ها به مغازه نیز گسترش یابد که در آن شوهر به همسرش تلفن می‌کند در حالی که او در مغازه ایستاده است و می‌خواهد بداند که در لیست خرید، که او آنرا بر روی میز آشپزخانه جا گذاشته است، شیر پرچرب یا شیر بی‌چربی نوشته شده است.

<sup>۱</sup>. Basic logistics

نمونه دیگر « نرم شدن<sup>۱</sup> » زمان است، یعنی گیر کردن در یک راهبندان و تلفن زدن به محل جلسه برای اینکه دیگران مطلع شوند که شما تاخیر خواهید داشت. متغیر سوم ترتیب دادن دقیق یک جلسه به صورت تدریجی است. ممکن است دو طرف توافقی کنند که در جایی در یک زمان تقریبی همدیگر را ملاقات کنند. وقتی که هر دوی آنها در راهند، می‌توانند به یکدیگر زنگ بزنند و زمان و مکان ملاقات را تعیین کنند. بالاخره اینکه اگر این دو نفر نتوانند همدیگر را در محل توافق‌شده و در زمان توافق‌شده پیدا کنند، می‌توانیم یک دور سومی از تماس‌ها برقرار کنیم تا محل نهایی ملاقات آنها با یکدیگر را تعیین کنیم. بنابراین ارتباطات موبایل ساخت‌بندی و عقلانی کردن تعامل، به‌ویژه در مورد مشارکت‌کنندگان مجزا را امکان‌پذیر می‌سازد (لانگ، ۱۹۹۳: ۲۰۴).

این نوع از هماهنگی هسته مرکزی ایده هماهنگی خرد را تشکیل می‌دهد. مواردی که استفاده از تلفن موبایل برای هماهنگ کردن فعالیت‌های یک فرد را توصیف می‌کند، از مصاحبه‌های گروهی با والدین دو شغله در تحقیقات لینگ ویتتری به دست آمده است (لینگ و ویتتری ۱۹۹۹).

لینگ و ویتتری نظریه «فرا-هماهنگی<sup>۲</sup>» را نیز در سال ۲۰۰۲ مطرح کرده‌اند که به جنبه نمادین موبایل، به‌علاوه جنبه‌های کارکردی و ابزاری آن، توجه کرده‌اند. به گفته لینگ و ویتتری، فراهم‌آوردن دو بعد را به هماهنگی ابزاری اضافه می‌کند: «کاربرد ابزاری تلفن موبایل» و «بحث درون‌گروهی و توافق در مورد شیوه‌های مناسب معرفی خود از طریق تلفن موبایل» (۲۰۰۲: ۱۴۰).

برحسب انتظارات اجتماعی از نقش آنها فردی ممکن است چنین پیش‌بینی کند که زنان باید کاربران فعال‌تر این ابزار باشند. استفاده‌های بسیاری از تلفن ثابت برای هماهنگی در زندگی روزمره وجود دارد و همچنین کارهای بسیاری وجود دارند که از لحاظ جغرافیایی دورند و باید زنان آنها را انجام دهند. فردی ممکن است انتظار داشته باشد که هر چه

---

<sup>1</sup>. Soften

<sup>2</sup>. Hyper-coordination theory

پشتیبانی بیشتری نیاز باشد، طبیعتاً ابزار بیشتری برای تطبیق با زندگی آنها وجود خواهد داشت.

در اینجا نیز گزارش‌ها مانند آنچه که در جاهای دیگر گزارش شده نشان می‌دهد که زنان دسترسی کمتری به تلفن موبایل دارند. توضیح کوتاه دیگر اینکه آنان دسترسی کمتری به موبایل، به عنوان پیش‌نیاز شغلشان، دارند (کلاسی و راو ۱۹۸۸؛ مویال، ۱۹۸۹؛ لینگ، ۱۹۹۸؛ راکو، ۱۹۸۸). تلفن موبایل زنان با هزینه شخصی تامین می‌شود در حالی که موبایل مردان را کارفرمایان آنها فراهم می‌کنند. بنابراین نوعی سوبسیددهی مقطعی دیده می‌شود؛ یعنی تلفن شغلی برای مردان در هماهنگی زندگی خصوصی آنها یاری می‌کند، در حالی که تلفن شخصی زنان در توانایی زنان در هماهنگی کار و خانه به کمک آنها می‌آید.

جنبه دیگری از این امر در نگاهی به این سؤال که زنان در ساعات آغاز صبح با چه کسی تماس می‌گیرند نمایان می‌شود. در مورد تماس‌های اندک آنها در این ساعات باید گفت که آنها به فرزندان خود که در خانه هستند زنگ می‌زدند. اما در مورد مردانی که در خانه بودند، جایی که کودکان کوچک (۱-۳ ساله) یا کودکان نابالغ (۹-۱۲ ساله) هستند، آنها بیشتر مشغول استفاده از تلفن خود بودند، یعنی آنها در این ساعات از تلفن خود استفاده می‌کردند ولی نه برای تماس با خانه. چنان که ذکر شد، تماس‌های آنها ممکن است بر هماهنگی حفاظت ابزاری متمرکز باشد. اما داده‌ها نشان می‌دهد که این زنان بودند که به خانه زنگ می‌زدند تا بچه‌های کوچک خود را بیدار کنند و مطمئن شوند که آنها در راه مدرسه هستند، که خود نوعی مادری از راه دور است.

##### ۵) احساس امنیت

از دیگر سو بنا بر تحقیقات (لینگ و یتری، ۱۹۹۹ و ۲۰۰۰)؛ لینگ (۲۰۰۴) و کمبل (۲۰۰۷) گاهی برخی از تکنولوژی‌ها موجب می‌شود در افراد احساس امنیت به وجود آید؛ یعنی احساس آزادی از در خطر بودن و آسیب دیدن. داده‌های کمی و کیفی این پژوهش نشان می‌دهد که تلفن همراه همان قدر احساس امنیت برای کسانی که بیماری‌های مزمن دارند، ایجاد می‌کند که برای افرادی که در موقعیت‌های نامعلوم و نامشخص قرار می‌گیرند.



این مطلب نیز در میان پاسخ‌دهندگان این تحقیق شایع بود که اظهار کنند تلفن همراه، نوعی بیمه است. جنبه دیگری که به احساس امنیت مربوط می‌شود را نیز می‌توان در استفاده نمادین از تلفن همراه جستجو کرد. بسیاری از زنان می‌گویند حرف زدن با تلفن همراه- حتی به طور نمایشی- وقتی به تنهایی در جایی خلوت در حال عبور و مرور هستند، نشان می‌دهد آنها تنها نیستند و آن لحظات کسی با آن‌ها همراهی کرده و احساس ایمنی و آرامش به ایشان دست می‌دهد و همچنین موجب می‌شود دیگران نیز تصور نکنند آنها زنان تنهایی هستند که در حال حاضر نمی‌توانند با کسی ارتباط برقرار کنند.

اوکسامان و روتیانن(۲۰۰۲: ۲۵) مطرح می‌کنند که در زندگی روزانه خانواده‌ها، تلفن همراه، خطی امن بین فرزند و والدین تشکیل می‌دهد. ارتباطات موبایلی فرزند - والدین از نظر کمی خیلی مهم نیست، بلکه فرصتی است برای تماسی که ارزشمند است. والدین به جنبه امنیت استفاده و خرید تلفن همراه تاکید می‌کنند. تضمین امنیت بچه‌ها مهم‌ترین دلیلی بود که برای گرفتن تلفن همراه برای بچه‌ها ذکر شد.

اغلب والدین به برقراری تماس با فرزندانشان احساس نیاز می‌کنند، خصوصاً وقتی که ارتباطات چهره‌به‌چهره ناممکن است. این فرصت برای تماس به وسیله تلفن همراه ممکن شده است که حس امنیت را تقویت می‌کند: هر عضو خانواده که یک موبایل همراهش دارد، این آگاهی را به وجود می‌آورد که در هر موقعیت از دیگران تنها به‌اندازه یک تماس تلفنی دور است. تلفن همراه به عنوان سرمایه‌ای کوچک برای امنیت بچه‌ها در نظر گرفته می‌شود.

تلفن‌های همراه در نقش محافظان نمادین نیز ظاهر می‌شوند (لاس‌ن، ۲۰۰۲: ب: ۲۷). آنها به پیاده‌سازی استراتژی کاربرانشان کمک می‌کنند تا بتوانند از حداقل فضای خصوصی خود دفاع کنند و از حق بی‌توجهی مدنی در مکان‌های پرجمعیتی که در آنها افراد غریبه‌ای حضور دارند، که بالقوه مزاحم تلقی می‌شوند، لذت ببرند (هادون، ۲۰۰۰ و کوپر، ۲۰۰۰). چنان که گافمن نیز اشاره می‌کند، زنان به‌خصوص در اغلب مواقع علاقه ندارند که خودشان را در محیط‌های عمومی تنها نشان دهند. اینکه آنها با هیچ‌کس در ارتباط نیستند از دو جنبه

برای آنها پیامد دارد: اول آنکه تصویر بدی از موقعیت اجتماعی‌شان به دست می‌دهد و دیگر که آنها را در موقعیت حمایت‌نشده‌ای قرار می‌دهد که مردان دیگر می‌توانند از آن سوءاستفاده کنند. برای کاهش این تبعات تلفن همراه همواره وسیله مفیدی بوده است، زیرا این پیام را منتقل می‌کند که اگر چه من در اینجا تنها به نظر می‌آیم، ولی تنها نیستم و همچنان در تنظیمات اجتماعی خودم قرار دارم (پلانت، ۲۰۰۰).

### د) کارکردهای تلفن همراه و تفاوت‌های جنسیتی

در مورد تاثیر جنسیت بر روی نحوه استفاده زنان و مردان از تلفن همراه عمده تحقیقات مربوط به چند دهه اخیر است و تعداد آنها نسبت به رسانه‌های ارتباطی دیگر کمتر است. یکی از تحقیقات انجام شده مقاله گسر است، با عنوان «آیا دختران بیشتر به تلفن همراه اعتیاد دارند؟». در این مقاله به بعضی از الگوهای جنسیتی در کاربرد موبایل پرداخته شده است. به نظر او، در کنار افزایش کمی استفاده از موبایل در بین دو جنس، تفاوت‌های جنسیتی در نحوه کاربرد و انگیزه‌های استفاده از موبایل وجود دارد. مردان بیشتر به گسترش ارتباطات خود از طریق موبایل گرایش دارند، در حالی که زنان ارتباطات خود را از طریق موبایل به افرادی که آنها را بیشتر می‌شناسند، مثل اعضای خانواده، محدود می‌کنند. زنان از تلفن همراه بیشتر برای فرستادن پیام کوتاه استفاده می‌کنند (توانایی ارتباطی نوشتاری)، اما مردان بیشتر از توانایی‌های تکنیکی موبایل استفاده می‌کنند. نتایج کار او نشان می‌دهد موبایل برای دختران بیشتر وسیله ارتباطات شخصی است، اما پسران بیشتر بر کارکردهای آن به عنوان یک ابزار تاکید می‌کنند، مثلا افزایش تحرک شخصی. زنان امروز کمتر اشکال ارتباط رودررو را ترجیح می‌دهند چون پیام کوتاه راهی ایده‌آل است برای آغاز تماس با جنس دیگر، که صمیمیت و فاصله را همزمان دارد.

بنا بر یافته‌های گسر و همچنین آنچه به عنوان کارکردهای تلفن همراه چون مادری از راه دور، مد، احساس امنیت، خودهماهنگی و... یاد شد، می‌توان کارکردهای تلفن همراه

را با رویکردی به تفاوت‌های جنسیتی کاربران در جامعه ایرانی بررسی کرد. مقاله حاضر، با انجام پیمایشی آنلاین، تفاوت این کارکردها را بررسی کرده است.

### روش تحقیق

مجموع آنچه به عنوان کارکردهای تلفن همراه در این تحقیق به آن توجه می‌شود و در قالب سؤالات از پاسخگویان پرسیده شده است به شرح زیر است: مجموعه کارکردها در اعمال سلیقه شخصی (به عنوان زیرمجموعه‌ای از مد و خوداظهاری)، هماهنگی خرد، تامین امنیت، خود اظهاری (نمایش پایگاه اجتماعی) که در سؤالات بسته و همچنین چند سؤال بر اساس طیف لیکرت از پاسخگویان پرسیده شده است. در تحقیق حاضر، با استفاده از یک پرسش‌نامه ۵۳ سئوالی آنلاین، تعداد ۲۵۶ پرسش‌نامه پاسخ داده شد.

اعتبار صوری<sup>۱</sup> ابزار با استفاده از مشورت با صاحب‌نظران علوم اجتماعی و ارتباطات در طراحی پرسش‌نامه حاصل شده است، و هنگام تدوین مدل تحقیق از پژوهش‌های انجام گرفته<sup>۲</sup> در مؤسسه‌های موبایل‌پژوهشی در سراسر دنیا بر اساس متغیرهای متفاوت و با های گوناگون کمی و کیفی که انجام گرفته‌اند، استفاده شده است.

برای اندازه‌گیری پایایی<sup>۳</sup> ابزار، از آماره آلفای کرونباخ برای گویه‌های طیف لیکرت (سؤالات کارکردهای موبایل) استفاده شده است و اندازه آلفا ۰/۷۰ به دست آمده که میزان مناسبی است و پایایی ابزار را نشان می‌دهد.

### یافته‌های تحقیق

مشخصات پاسخگویان: از مجموعه ۲۵۶ شرکت کننده در این پیمایش بر خط ۱۳۲ نفر مرد و ۱۲۴ نفر زن بوده‌اند که ۶۰ درصد آنها مجرد، ۲۹ درصد متأهل و ۱۱ درصد متأهل دارای

---

<sup>۱</sup>. Formal validity

<sup>۲</sup> هولم و پیترز (۲۰۰۱)؛ وی و ون وی (۲۰۰۷)؛ کمبل (۲۰۰۷)؛ کاتز و سوجیاما (۲۰۰۶)؛ دیوید و دیگران (۲۰۰۳)؛ فورنوناتی (۲۰۰۲)؛ کاتز (۱۹۹۹)؛ لینگ (۱۹۹۸)؛ لینگ و پتری (۱۹۹۹ و ۲۰۰۲).

<sup>۳</sup>. Reliability

فرزند بوده‌اند. ۷۱/۴ درصد از پاسخگویان هر روز با اینترنت سر و کار دارند که بیش از همه برای گرفتن اخبار روز و مطالعه مقالات به اینترنت وصل می‌شوند. استفاده از امکانات گوشی: ۵۷ درصد مردان و ۵۶ درصد زنانی که گوشی آنها امکان بلوتوث دارد از آن استفاده می‌کنند، ۶۸ درصد مردان و ۶۸ درصد زنان دارنده تلفن از دفترچه یادداشت گوشی برای یادآوری امور روزانه بهره می‌گیرند و به وسیله آن امور خود را هماهنگ می‌کنند. ۶۷ درصد مردان و ۶۳ درصد زنان دارنده تلفن از دوربین عکاسی گوشی برای عکاسی یا فیلم برداری استفاده می‌کنند که بیش از همه در مهمانی‌ها، اماکن عمومی، اماکن تاریخی بوده است و پس از آن گرفتن عکس از خود، خانواده و دوستان، گردش روز تعطیل اداره و کلاس درس در میان پاسخ‌ها مشاهده شده است. ۵۴ درصد مردان دارنده تلفن همراه غیر از شماره تماس‌هایی که در گوشی با خود به همراه دارند دفترچه تلفنی ندارند و ۴۵ درصد زنان نیز.

### کارکردهای تلفن همراه

الف) اعمال سلیقه شخصی در استفاده از تلفن همراه: چنانکه جدول شماره ۱ نشان می‌دهد ۳۷/۹ درصد پاسخگویان یکی از زنگ‌های گوشی را به عنوان زنگ تماس های خود انتخاب کرده‌اند. و ۳۸/۶ نیز بخشی از موسیقی بی کلام مورد علاقه شان را به عنوان زنگ برگزیده‌اند و ۸/۳ نیز بخشی از ترانه مورد علاقه شان را انتخاب کرده‌اند. ۵/۳ نیز از زنگی شبیه به صدای زنگ تلفن ثابت برای تماس های خود بهره می‌گیرند و ۹/۱ درصد همیشه گوشی شان را روی ویبره (بدون صدا) قرار می‌دهند و ۰/۸ درصد نیز با استفاده از امکانات گوشی خودشان زنگی ساخته‌اند. مجموعاً به نظر می‌رسد که ۸۸ درصد دارندگان تلفن همراه که معمولاً گوشی شان را روی ویبره قرار نمی‌دهند بر اساس سلیقه شخصی موسیقی، زنگ یا ترانه ای را انتخاب می‌کنند و تفاوت معنی داری بین پاسخگویان زن و مرد در انتخاب زنگ مشاهده نمی‌شود.

جدول شماره ۱: انتخاب زنگ گوشی بر اساس جنسیت

مجموع	جنسیت	زنگ گوشی
-------	-------	----------

	زن	مرد	
یکی از زنگ های گالری گوشی	۳۷,۹	۳۶,۳	۳۷,۱
بخشی از موسیقی بی کلام معروف	۳۸,۶	۳۷,۹	۳۸,۳
بخشی از یک ترانه	۸,۳	۸,۱	۸,۲
خودم ساخته ام	۰,۸	۰,۸	۰,۸
زنگ تلفن ثابت	۵,۳	۲,۴	۳,۹
همیشه روی وایبره است	۹,۱	۱۴,۵	۱۱,۷
مجموع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
معنی داری			۰,۶۹۶

چنانکه جدول شماره ۲ نشان می‌دهد ۲۳ درصد دارندگان تلفن همراه هیچ تصویری به عنوان پس زمینه گوشی انتخاب نکرده‌اند و باقی فراوانی‌ها به تفکیک جنسیت از قرار زیر است؛ ۱۴/۵ درصد عکسی از یک منظره طبیعی را برگزیده‌اند، ۱۸/۴ درصد یکی از عکس های گالری گوشی، ۱۰/۲ درصد عکس یکی از اعضای خانواده، ۹/۴ درصد عکسی که خودشان از جایی گرفته‌اند، ۳/۱ درصد عکس یک دختر، ۲/۷ درصد عکسی از عروسک یا حیوانات، ۲ درصد نیز عکس خودشان را گذاشته‌اند. ۱۵ درصد پاسخگویان نیز گزینه سایر را انتخاب کرده‌اند. تنوع انتخاب‌ها کاملاً آشکار است و تفاوت معنی‌داری بین جنسیت دارندگان مشاهده نمی‌شود.

جدول شماره ۲: انتخاب پس زمینه گوشی بر اساس جنسیت

عکس پس زمینه گوشی	جنسیت		مجموع
	زن	مرد	
عکس خودم	۲,۴	۱,۵	۰,۲
عکس یکی از اعضای خانواده ام	۸,۱	۱۲,۱	۱۰,۲
عکس یکی از دوستانم	۰,۸	۰,۸	۰,۸
یک دختر fashion	۱,۶	۴,۵	۳,۱
یک پسر	۰,۰	۰,۸	۰,۴
منظره	۱۱,۳	۱۷,۴	۱۴,۵
عکسی که خودم با گوشی از جایی گرفتم	۱۲,۹	۶,۱	۹,۴
یکی از عکس های گالری گوشی	۲۵,۸	۱۱,۴	۱۸,۴
عروسک یا حیوانات	۴,۰	۱,۵	۲,۷
صفحه سفید	۱۷,۷	۲۸,۸	۲۳,۴
سایر	۱۵,۳	۱۵,۲	۱۵,۲
مجموع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
معنی داری	۰,۰۲۲		

ب) در دسترس بودن فرد برای همگان از طریق تلفن همراه: چنانکه جدول شماره ۳ نشان می‌دهد ۸۳ درصد پاسخگویان با این جمله که تلفن همراه سبب شده است تا از این طریق همیشه در دسترس باشم موافق بوده‌اند (۸۲/۳ درصد زنان پاسخگو و ۸۳/۷ درصد مردان)، ۱۳ درصد نظری نداشته‌اند و ۷ درصد مخالف بوده‌اند.

جدول شماره ۳: در دسترس دیگران بودن به وسیله تلفن همراه بر حسب جنسیت

مجموع	مخالفم	نظری ندارم	موافقم		تلفن همراه باعث می شود همیشه در دسترس دیگران باشم
۵۱,۰	۸,۵	۷,۸	۸۳,۷	مرد	
۴۹,۰	۸,۹	۸,۹	۸۲,۳	زن	
۱۰۰	۸,۷	۸,۳	۸۳,۰	مجموع	
۰,۹۴۲					معنی داری

ج) احساس امنیت: ۵۷/۸ درصد پاسخگویان (۷۳/۸ درصد زنان و ۴۲/۶ درصد مردان) با این جمله که داشتن تلفن همراه منجر به افزایش حس امنیت آنها می شود موافق بوده اند، ۲۲/۳ درصد نظری نداشته اند و ۱۹/۹ درصد (۹/۸ درصد زنان و ۲۹/۵ درصد مردان) مخالف بوده اند. که تفاوت معنی داری بین دارندگان زن و مرد دیده می شود که اهمیت امنیت به عنوان کارکرد استفاده از تلفن همراه برای زنان را بیش از مردان نشان می دهد (جدول شماره ۴).

جدول شماره ۴: احساس امنیت کاربران از داشتن تلفن همراه

مجموع	مخالفم	نظری ندارم	موافقم		با داشتن تلفن همراه احساس امنیت می کنم
۵۱,۴	۲۹,۵	۲۷,۹	۴۲,۶	مرد	
۴۸,۶	۹,۸	۱۶,۴	۷۳,۸	زن	
۱۰۰	۱۹,۹	۲۲,۳	۵۷,۸	مجموع	
۰/۰۰۰					معنی داری

د) خبر کردن دیگران هنگام احساس خطر: ۸۶/۶ درصد موافق بوده اند (۸۷/۷ زن و ۸۵/۵ مرد)، ۸/۹ بی نظر بوده اند و ۴/۵ هم مخالف بوده اند که تفاوت معنی داری بین زنان و مردان دارنده تلفن همراه از این نظر مشاهده نشده است (جدول شماره ۵).

جدول شماره ۵: استفاده از موبایل هنگام احساس خطر بر حسب جنسیت

مجموع	مخالفم	نظری ندارم	موافقم		هر جا اتفاقی برایم بیفتد که احساس خطر بکنم، سریعا از طریق موبایل می‌توانم به دیگران خبر دهم
۵۰,۴	۵,۶	۸,۹	۸۵,۵	مرد	
۴۹,۶	۳,۳	۹,۰	۸۷,۷	زن	
۱۰۰	۴,۵	۸,۹	۸۶,۸	مجموع	
۰,۶۶۸					معنی داری

ه) پایگاه اجتماعی: ۵۱/۶ درصد با اینکه تلفن همراه نشان دهنده پایگاه و شخصیت اجتماعی‌شان است مخالف بوده‌اند (۴۹/۶ درصد زن و ۵۳/۵ مرد)، ۲۲/۸ درصد نسبت به این کارکرد بی‌نظر بوده‌اند و ۲۵/۶ درصد موافق بوده‌اند (۲۸/۹ زن و ۲۲/۵ مرد) (جدول شماره ۶)

جدول شماره ۶: تلفن همراه به عنوان نماد پایگاه اجتماعی بر حسب جنسیت

مجموع	مخالفم	نظری ندارم	موافقم		داشتن موبایل بخشی از شخصیت اجتماعی من است
۵۱,۶	۵۳,۵	۲۴,۰	۲۲,۵	مرد	
۴۸,۴	۴۹,۶	۲۱,۵	۲۸,۹	زن	
۱۰۰,۰	۵۱,۶	۲۲,۸	۲۵,۶	مجموع	
۰,۵۰۳					معنی داری

و) هماهنگی امور روزانه از طریق تلفن همراه: ۶۴ درصد موافق بوده‌اند (۶۵/۵ درصد زنان و ۶۲/۵ مرد)، ۲۳ درصد بی‌نظر و ۱۳ درصد هم مخالف بوده‌اند. علاوه بر این در سوال جداگانه ای از پاسخگویان پرسیده شده بود که آیا از دفترچه یادداشت (ریمایندر) تلفن همراه برای یادآوری امور روزانه استفاده می‌کنند که ۴۶ درصد پاسخگویان گاهی از



آن استفاده می‌کنند، ۲۱ درصد همیشه و ۳۱ درصد نیز از آن استفاده نمی‌کنند (جدول شماره ۷).

جدول شماره ۷: هماهنگی امور روزانه با استفاده از تلفن همراه بر حسب جنسیت

مجموع	مخالفم	نظری ندارم	موافقم		با استفاده از گوشی
۵۱,۸	۱۳,۳	۲۴,۲	۶۲,۵	مرد	موبایلم به راحتی می‌توانم برنامه‌هایم را هماهنگ کنم.
۴۸,۲	۱۲,۶	۲۱,۸	۶۵,۵	زن	
۱۰۰	۱۳,۰	۲۳,۱	۶۴,۰	مجموع	
۰,۸۷۸					معنی داری

ز) سرگرم بودن با گوشی در هر زمان و هر مکان: ۳۶/۹ درصد با این جمله که تلفن همراه اوقات تنهایی‌شان را با ارسال گاه و بی‌گاه و بدون بهانه (غیر ضروری) پیام به دیگران و بازی پر می‌کند موافق بوده‌اند ( ۳۷/۸ درصد مرد و ۳۶/۱ درصد زن ) ۲۹/۳ درصد نظری نداشته‌اند و ۳۳/۷ درصد نیز مخالف بوده‌اند (جدول شماره ۸).

جدول شماره ۸: سرگرم بودن با گوشی در هر زمان و هر مکان بر حسب جنسیت

مجموع	مخالفم	نظری ندارم	موافقم		از اینکه همیشه چه با برقراری تماس یا ارسال SMS و یا بازی و عکس‌انداختن می‌توانم با گوشی ام سرگرم باشم، احساس خوشایندی دارم.
۵۱,۰	۳۷,۰	۲۵,۵	۳۷,۸	مرد	
۴۹,۰	۳۰,۳	۳۳,۶	۳۶,۱	زن	
۱۰۰	۳۳,۷	۲۹,۳	۳۶,۹	مجموع	
۰,۳۰۵					معنی داری

یافته‌های جدول ۹ نیز بیان دقیق‌تر و جزئی‌تر تفاوت نظر زنان و مردان در باره هر یک از کارکردهای شش‌گانه تلفن همراه است.

جدول شماره ۹: کارکردهای تلفن همراه بر حسب جنسیت دارندگان

	در دسترس بودن		مطلع کردن دیگران هنگام احساس خطر		امنیت		هماهنگ کردن برنامه های روزانه		نشان دهنده پایگاه اجتماعی		سرگرم بودن با موبایل از طریق ارسال پیام کوتاه یا بازی با گوشی	
	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد
مخالفم	۸/۹	۸/۵	۳,۳%	۵,۶%	۹,۸%	۲۹,۵%	۱۲,۶%	۱۳,۳%	۴۹,۶%	۵۳,۵%	۳۰,۳%	۳۷%
نظری ندارم	۸/۹	۷/۸	۹%	۸,۹%	۱۶,۴%	۲۷,۹%	۲۱,۸%	۲۴,۲%	۲۱,۵%	۲۴%	۳۳,۶%	۲۵,۲%
موافقم	۸۲/۳	۱۷/۸۳	۸۷,۷%	۸۵,۵%	۷۳,۸%	۴۲,۶%	۶۵,۵%	۶۲,۵%	۲۸,۹%	۲۲,۵%	۳۶,۱%	۳۷,۸%
مجموع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰%	۱۰۰%	۱۰۰%	۱۰۰%	۱۰۰%	۱۰۰%	۱۰۰%	۱۰۰%	۱۰۰%	۱۰۰%
معنی داری	۰/۹۴۲		۰/۱۶۶۸		۰/۱۰۰۰		۰/۸۷۸		۰/۵۰۳		۰/۳۰۵	

## بحث و نتیجه‌گیری

مقاله حاضر تلاش کرد تا بر مبنای پژوهش‌های انجام گرفته در دیگر کشورهای دنیا، ضمن مطمح نظر قرار دادن کاربردهای تلفن همراه، کارکردهای آن را برای کاربران ایرانی بررسی کند.

اینکه آیا تلفن همراه در ایران هم به عنوان وسیله تامین امنیت، خودابرازی، نشان‌دهنده پایگاه اجتماعی و... دانسته می‌شود یا نه؟ نتایج نشان داد که در ایران هم تلفن همراه صرف نظر از کاربرد ارتباطی نیازهای دیگری را تامین می‌کند و برای کاربران که در هر زمان و هر مکان امکان برقراری ارتباط با دیگران را دارند، وسیله‌ای برای اعمال و نمایان ساختن سلیقه شخصی در انتخاب مدل، مارک، زنگ و حتی پس‌زمینه تصویر گوشی است. علاوه بر اینکه در دسترس بودن دائمی آنان را برای همگان ایجاد می‌کند، حس ایمن بودن از خطرات و امکان برقراری ارتباط در هر لحظه از زمان برای خیر کردن دیگران را نیز تامین می‌کند، اما به زعم دارندگان مورد مطالعه نشانگر شخصیت اجتماعی آنان نیست. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که کاربران ایرانی تلفن همراه کارکردهایی را از تلفن همراه انتظار دارند، از جمله:

- نیاز به امنیت و آرامش (در سایه در دسترس بودن): یافته‌ها نشان دادند که در دسترس بودن و امکان برقراری ارتباط در هر شرایطی، چنانکه پژوهش‌های دیگر نقاط دنیا نیز نشان می‌دهد، مهم‌ترین دلیل استفاده از تلفن همراه بوده است. علاوه بر این، حس امنیت ناشی از داشتن تلفن همراه و خبرگیری و خبررسانی فردی در زمان احساس خطر نیز از سوی پاسخ‌گویان تایید شده است.

- نیاز به تعلق خاطر داشتن: تسهیل دوستی و برقراری ارتباط با دیگران (خانواده، دوستان، همکاران و...); که تلفن همراه به عنوان ابزار ارتباطی، به واسطه مکالمه و هم ارسال پیام بی‌هیچ محدودیت زمانی و مکانی، ارتباط را همیشه برقرار می‌کند.

- نیاز به عزت‌نفس و خودابرازی: افراد نیاز به پایداری، جایگاه ثابت، سطح بالایی از خوداحترامی و احترام از جانب دیگران برای احساس رضایت، اعتماد به نفس و ارزشمند

بودن دارند؛ موبایل در این مقطع، از سویی استقلال مالی را نشان می‌دهد و از سویی دیگر نیز گستره گسترده تعاملی افراد را. وقتی موبایلی در جمعی زنگ می‌خورد یا صدای دریافت پیامی شنیده می‌شود، بی‌شک در تماس بودن افراد با دیگرانی خارج از این جمع نمایش داده می‌شود و وقتی این امر تکرار می‌شود، گویی حس مهم بودن برای دیگران به جمع اطرافیان (از اعضای خانواده و مهمانان یک جمع فامیلی گرفته تا سرنشینان تاکسی و اتوبوس) القا می‌شود. به‌رغم این پاسخ‌گویان با این جمله که موبایل نشان‌دهنده شخصیت اجتماعی آنان است (پرستیژ اجتماعی) مخالف بوده‌اند.

با این‌همه اعمال سلیقه شخصی در انتخاب رنگ، مارک، مدل گوشی، زنگ و تصویر پس زمینه نشان می‌دهد که افراد بر اساس سلیقه شخصی خود عمل می‌کنند و به راحتی می‌توانند علائق و سلیق خود را نشان دهند.

نتایج پژوهش حاضر، اگر چه نمونه آماری کوچکی از جامعه بزرگ دارندگان تلفن همراه در ایران است، می‌تواند مقدمه‌ای برای مطالعات بعدی در سطح ملی باشد.

مطالعاتی که هم دربردارنده کاربردهای ارتباطی (نظیر اینکه تلفن همراه تا چه حد توانسته است ارتباطات معمول بین فردی را تسهیل، تحکیم و یا دچار تغییر کند و حتی چه ارتباطات تازه‌ای برای صاحبانش رقم زده است) و کاردهای تلفن همراه (چنانکه در مقاله اشاره شد امنیت، مد، امتداد خود، خوداظهاری و...) برای کاربران ایرانی باشد و مجموعاً فرهنگ مصرف این وسیله ارتباطی را که نقش مهمی در زندگی روزمره ما یافته است، آشکار می‌کند.

منابع

- سعیدی، علی اصغر (۱۳۸۴)، «اثرات ارتباط پایدار بر رفتار مصرف کننده: مطالعه موردی استفاده کنندگان موبایل در ایران»، **نشریه جهانی رسانه**: شماره اول: <http://dcsfs.ut.ac.ir/gmj01/2.asp>
- کوثری، مسعود؛ جوادی یگانه، محمدرضا و خیرخواه، طاهره (۱۳۸۵)، «کاربرد تلفن همراه برای کاربران ایرانی (با تاکید بر نظریه استفاده و خوشنودی)»، **فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات**: شماره ۷: ۲۰۵-۲۲۶
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۴) «فردگرایی جدید و تلفن همراه: تکنولوژی فردگرایی و هویت»، **نشریه جهانی رسانه**: شماره اول: <http://dcsfs.ut.ac.ir/gmj01/3.asp>
- Baker, Christopher (2006), **Cell Phones for Safety and Security in Case of an Emergency**. *Research Report* AARP Public Policy Institute : [www.aarp.org/.../phone/fs131\\_emergency.html](http://www.aarp.org/.../phone/fs131_emergency.html)
- Campbell, S.W (2007), **A cross-cultural comparison of perceptions and uses of mobile telephony**, New Media & Society.
- Cooper, G. (2000), **The Mutable Mobile: Social Theory in the Wireless World**. Paper presented at the "Wireless World" Workshop. University of Surrey, April 7.
- Cox, Eva / Leonard, Helen (1990), **Weaving Community Links: The Cost Benefits of Telephones in Maintaining the Social Fabric through the Unpaid Work of Women**, The Distaff Papers, Australia, <http://216.92.140.78/hostedpages/Distaff/Telstra/3%20results.htm>
- Davide Agnelli; Buzzini, Dario & Drori Tal(2003) , **Fashion Victims: an unconventional research approach in the field of mobile communication**, at: <http://www.fashionvictims.org>
- Fischer, C. (1992), **America Calling: A Social History of the Telephone to 1940**, University of CA Press.
- Fortunati, L (2002) , **Italy: Stereotypes, True and False**, in J.E. Katz and M. Aakhus (eds) **Perpetual Contact**. Cambridge: Cambridge University Press.

- Fox, Kate (2001), **Evolution, Alienation and Gossip - The role of mobile telecommunications in the 21st century**, at: [www.sirc.org/publik/gossip.shtml](http://www.sirc.org/publik/gossip.shtml)
- Gant and Kiesler; D. Gant and S. Kiesler,(2002), Blurring the boundaries: cell phones, mobility, and the line between work and personal life". In: B. Brown, N. Green and R. Harper, Editors, **Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age**, Springer-Verlag, London
- Geser , Hans (2004), **Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone** , Online Publication, Sociology of Mobile Phone. [http://socio.ch/mobile/t\\_geser1.htm](http://socio.ch/mobile/t_geser1.htm)
- Green N., Harper R.H.R., Murtagh G., Cooper G., (2001), "Configuring the Mobile User: Sociological and Industry Views ", **Personal and Ubiquitous Computing** Springer 5: 146-156 (2)
- Haddon,Leslie (2000), **The SocialConsequences of Mobile Telephony:Framing.Oslo** at: <http://www.mot.chalmers.se/dept/tso/haddon/Framing.pdf>
- Hulme, M. and Peters S. (2001), **Me, my phone and I: the role of the mobile phone**, at :[http://www.cs.colorado.edu/~palen/chi\\_workshop/papers/HulmePeters.pdf](http://www.cs.colorado.edu/~palen/chi_workshop/papers/HulmePeters.pdf) (accessed 21 November 2004).
- Katz, (1999), **Connections: social and cultural studies of the telephone in American life**, Transaction Publishers, New Brunswick, NJ (1999)
- Katz, J.E. (2003), "Bodies, machines, and communication context: What is to become of us?" In J.E. Katz, J. E. (ed.), **Machines that become us: The social context of personal communication technology** (pp.311-319). New Brunswick, NJ: Transaction Publishers
- Katz, J.E. and M. Aakhus (eds) (2002), "Mobile Culture of Children and Teenagers in Finland", in J.E. Katz and M. Aakhus (eds) **Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance**, pp. 170–92. Cambridge: Cambridge University Press.
- Katz.E.J E.Katz and sugiyama.s(2006) , **Mobile phone as fashion statements: evidence from student surveys in the US and JAPAN** ,Sage publication, 2006 ,New Media and society 8(2). P2.
- Lange, K. (1993), Some concerns about the future of mobile communications in residential markets. In: **Telecommunication:**

**Limits to deregulation.** Christofferson, M (ed.) Amsterdam, IOS Press. 197-210

- Lasen, Amparo (2004), **Affective technologies—emotions and mobile phones**. At: [www.receiver.vodafone.com](http://www.receiver.vodafone.com).
- Lasen, Amparo(2002), **A comparative Study of Mobile phone Use in London, Madride and Paris** . [www.receiver.vodafone.com](http://www.receiver.vodafone.com)
- Leung and Wei; L. Leung and R. Wei(2000), "More than just talk on the move: uses and gratifications of the cellular phone", *Journalism and Mass Communication Quarterly* 77 (2000) (2), pp. 308–320.
- Licoppe, C., & Heurtin, J. P. (2001), "Managing One's Availability to Telephone Communication Through Mobile Phones: A French Study of the Development Dynamics of Mobile Phone Use". *Personal and Ubiquitous Computing*, Vol 5, (2 ), 99-108
- Ling and Yttri; R. Ling and B. Yttri (2002), "Hyper-coordination via mobile phones in Norway", In: J.E. Katz and M.A. Aakhus, Editors, **Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance**, Cambridge University Press (2002),
- Ling, R. & Yttri, B. (1999), **Nobody sits at home and waits for the telephone to ring: Micro and hyper-coordination through the use of the mobile telephone**, Telenor FoU Perpetual Contact Workshops
- Ling, R (1997), "One Can Talk about Common Manners!: The Use of Mobile Telephones in Inappropriate Situations." In: Haddon, L (ed): **Themes in Mobile Telephony. Final Report of the COST 248 Home and Work Group, Telia, Farsta**, <http://www.telenor.no/fou/program/nomadiske/articles/09.pdf>
- Ling, R. (1998), **She calls, [but] it's for both of us you know: The use of traditional fixed and mobile telephony for social networking among Norwegian parents R&D Report 33/98**. Kjeller,Norway, Telenor.
- Ling, R (2000) , **The Impact of the Mobile Telephone on Four Established Social Institutions**, Presented at the ISSEI2000 Conference of the International Society for the Study of European Ideas, Bergen Norway, 14 - 18 August.
- Oksman Virpi, ja Rautiainen Pirjo(2003), "I'VE GOT MY WHOLE LIFE IN MY HAND"Mobile communication in the everyday life of children and teenagers in Finland",**Institute for Information Society Tampere University**, Finland, No 3

- Oksman, V. and P. Rautiainen (2002) "Perhaps It Is a Body Part": How the Mobile Phone Became an Organic Part of the Everyday Lives of Finnish Children and Teenagers", in J. Katz (ed.) **Machines that Become Us: the Social Context of Communication Technology**, pp. 293–308. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Palen et al; L. Palen, M. Salzman and E. Youngs (2001) "Discovery and integration of mobile communications in everyday life", **Personal and Ubiquitous Computing**, No 2: 109–122.
- Palen, L., Salzman, M. and Youngs, E. (2001) ., (2005) **oing Wireless: Behavior and Practice of New Mobile Phone Users**, <http://www.cs.colorado.edu/~palen/Papers/cscwPalen.pdf>.
- Peters et al O. Peters ; S. Allouch (2005) , "Always connected: a longitudinal field study of mobile communication", **Annual Meeting of the International Communication Association** , May 26-30, 2004, New Orleans, LA.
- Plant, Sadie (2000), **On the Mobile. The Effects of Mobile Telephones on Social and Individual Life**, <http://www.motorola.com/mot/documents/0,1028,333,00.pdf>
- Potts , Geoff. (2004), **College students and cell phone use: Gender Variation.HC Rhetoric** <http://personalwebs.oakland.edu/~gapotts/rht160.pdf>
- Rakow, L.F and Navarro, V. (1993). "Remote mothering and the parallel shift: Women meet the cellular telephone . critical studies", **mass communication**, No10:144-157
- Stuedahl, D. (1999), "Virklige Fantasier: Kibermedia og Goa Kyberia". In Netts@mfunn Braa, K, Hetland, P. and Leistøl, G. (eds.), **Oslo, Tano Aschehoug**, pp. 219- 232.
- Wei (2001), R. Wei, "From luxury to utility: a longitudinal analysis of cell phone laggards", **Journalism and Mass Communication Quarterly** 78 (4).
- Wu, C. I., Chan, C. W., Chen, Y. C. and Ishii, K. (2005) , "Digital Opportunity: The Digital Gap between Openness and Closeness of Relational Divide Upon the Mobile Phone Usage", **Int. J. Information Policy and Law**, No. 2.