



Mokhtari, M., & Malek Ahmadi, H. (2017). Phenomenology of mobile phone users' experiences about mobilization in social relationships. *Journal of Iran Cultural Research*, 10(3), 101-124. doi: 10.22631/JICR.2017.898.1761

Doi: <https://www.doi.org/10.22631/JICR.2017.898.1761> URL: [http://www.jicr.ir/article\\_344.html](http://www.jicr.ir/article_344.html)

2008-1847 / © The Authors. Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the JICR Journal. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

## Phenomenology of Mobile Phone Users' Experiences About Mobilization in Social Relationships

Maryam Mokhtari<sup>\*1</sup>, Hakimeh Malek Ahmadi<sup>2</sup>

Received: Mar. 04, 2017; Accepted: Jun. 17, 2017

### Extended Abstract

Technology has important role in communications and shapes people's relations but also imposes its principles on these relationships. The term "Mobilization" refers to special form of life style characterized by properties such as speed and quantity. This investigation aimed at studying user experiences with regard to mobilization in human relationships. To this purpose, we conducted a phenomenological approach and arranged in-depth interviews with 12 users of mobile phones focusing on different virtual spaces. The use of mobile and virtual networks was researched with the view of "satisfaction and happiness." The obtained data were analyzed with Colaizzi's 7 steps method and the results revealed 2 themes: "experience from technology" and "relational experiences" with more detailed sub-themes. Results showed that users pass through the stages of "experience from technology" i.e., from "familiarity", to "attraction", then "drown to nakedness, "to" pointlessness," and ultimately "control". Also participants' communication experiences showed different types of confounded relationships. This process called mobilization, in which the characteristics, application context, and specific nature of the mobile phone use enter the human relationships and change them. Indeed, mobilization is not a technologic process but is a cultural one. The problem is not the invention but is the feel and urge to use this technology.

**Keywords:** phenomenology, mobilization, experience from technology, relational experiences

---

1. Associate Professor of Sociology, Faculty of Literature and Human Sciences, Yasouj University, Kohgiluyeh and Boyer-Ahmad, Iran. (Corresponding author).

✉ Mmokhtari@yu.ac.ir

2. PhD Student of Sociology, Faculty of Literature and Human Sciences, Yasouj University, Kohgiluyeh and Boyer-Ahmad, Iran.

[hakime\\_malekahmadi@yahoo.com](mailto:hakime_malekahmadi@yahoo.com)



## Introduction

Today, communication technologies have become an integral part of life and extend social relationships from local communities to the far and unlimited boundaries of time-space (Giddens, 2005, 25). In order to understand the stress and necessity of these devices in everyday life imagine just one day or even half a day, without such devices.

## Purpose

Considering the extend and ever increasing mobile phone users as well as the stresses of virtual networks in everyday life, the present study aimed to investigate and identify the benefits and damages associated with using cell phones.

## Methodology

This study has been done with phenomenological approach which is one of the qualitative methods. Phenomenology studies human experiences. The research sample consisted of 12 mobile phone users who were able to express their communication experiences in the field of virtual communication. The study tool was a semi-standard and in-depth interview with mobile users. For data analyses, we used Colaizzi' 7 step analyzing method.

The use of mobile phones and virtual networks was considered in the framework of "satisfaction and happiness." Additionally, we used theory of device spirit. The purpose of this theory is to overcome the limitations of functionalism and structuralism by considering issues like the way people use mobile technologies in their daily lives and the relationships between these technologies with physical body, social role, rhetoric, and meaning that occurs through social interactions (Katers and Akhous, cited in Javadi Yegane, et al., 2012). Another approach was used in the theory of Jhan Grouhel. Based on this theory, behaviors in virtual network are tentative and fade away after a while (Olsoon, 2014).

## Results

The obtained data analyses revealed two themes of "experience from technology" and "relational experiences" in association with "mobilization".

Findings indicate that users pass through different stages of "experience from technology" i.e., from "familiarity" to "attraction", then "drown to nakedness", to "pointlessness", and ultimately "control". Also participant's communication experiences showed different types of confounded relationships. This process called mobilization, in which the characteristics, application context, and specific nature of the mobile phone use enter the human layers of relationships and change them.

Users reported their experience of virtual communication as in complete and some as unsuccessful. Because the components of a complete communication are missing in virtual communication, the level of "misunderstandings" rises especially when bringing up meanings and understandings in the communication.

Furthermore due to the technical features of these devices, users of the communication tools, especially mobile phones, transfer more messages and less the meaning. The ability to write messages, character limitation, and lack of physical presence all reduce the level of communication from meaning transfer to message relay.

The participants' experiences in using virtual networks for close relationships were a feeling of failure because off indignant unrealistic image of the other side of conversation, that results in individualistic reading instead of mutual understanding.

While interpersonal relationships require reflection and understanding, in virtual communication, speed replaces reflection. Moreover quantity of the relationship dominates the quality. Although the virtual environment encourages communication with many people, these relationships are superficial.

### **Innovation and implications**

The present research has examined novel aspect of the communication age. So far, such research has not been done in Iran. Although, mobile phone is a technology, the term "mobilization" is concept that refers to a feature of social relationship. In this regard, anew social relationship caused by a dominant technology has entered into the real life. In other words, the effects of mobile phone using in social relationships has become new scientific investigation and understanding that mobile phone principles dominate the ones of social relationships.

The present study with its qualitative approach investigated mobile phone users' experiences, and in this regard, found new concepts. These new concepts are the result of the scientific research in the field of sociology of communications. These concepts can be used by other researchers to do quantitative investigation. Because the grounded and qualitative research have always been context for applied research.

Since social research aims at studying the society, and therefore predicting and controlling the social behavior, the results of this research can be applied in determining the social effects of mobile phone use in people's lives. In fact, this study demonstrated how mobile phone features affect social life and showed that by ever increasing use of this technology, the real world of communication becomes distorted. Given the consequences of such a procedure, the results of this study can be used to advice people on the correct use of these devices. The right use of this technology is in preventing and controlling the domination of mobile phone principles over social life. In this regard, the person consciously adopts measures to reject control of the cyberspace and determine when and where to use mobile phone. People should understand that the mobile phone use can distort social relationships and result in "communication misunderstandings", "lack of full contact", "unrealistic representations", "use of much energy to form relationships", and "interference with the boundaries of communication" in social life.



Iran Cultural Research

9

Abstract



## Bibliography

- Abdollahian, H., Zahedi, M., & Sheikh Ansari, M. (2013). Arzyābi-ye sāxtār, konešhā-ye motaqābel, gomnāmi va bāznamāyi-ye xod dar Čāhār šabake-ye majāzi [Evaluation of structure, interaction, anonymity and self-representation in Four social networks of the virtual world]. *Journal of Media & Culture*, 3(6), 103-129.
- Adib Hajbagheri, M., Parvizi, S., & Salsali, M. (2010). *Ravešhā-ye tahqiq-e keyfi* [Qualitative research methods]. Tehran, Iran: Bošrā.
- Alipour, S., Ghasemi, V., & Mir Mohammad Tabar, S. M. (2014). Ta'sir-e šabake-ye ejtemā'i-ye Facebook bar hoviyat-e farhangi-ye javānān-e šahr-e Isfahan [The effect of Facebook on social identity of Isfahan youth]. *Journal of Iran Cultural Research*, 7(1), 1-28. doi: 10.7508/ijcr.2014.25.001
- Ameli, S. (2006). Fardgerāyi va hoviyat [New individualism and mobile: Technology of individualism and identity]. *Journal of Global Media*, 1(1).
- Azizi Nejad, B., Pourheydar, R., Ranji, Zh., & GolineZhad, Z. (2014). Barresi-ye vazīyat-e e'tiyād be internet dar miyān-e dānešjuyān va rābete-ye ān bā mo'allefehā-ye šaxsiyat va ezterāb [Study of the internet addiction amount among students and its relationship between personality elements and anxiety]. *Journal of Nursing and Midwifery, Urmia University of Medical Sciences*, 12(10), 959-964.
- Bouman, Z. (2005). *Ešq-e sayyāl; Dar bāb-e nāpāydāri-ye peyvandhā-ye ensāni* [Liquid love on the frailty of human bonds] (E. Sabeti, Trans.). Tehran, Iran: Qoqnus.
- Castells, M., & Ince, M. (2004). *Goft-o-guhāyi bā Manual Castells* [Conversations with Manual Castells] (H. Chavoshian, & L. Joafshani, Trans.). Tehran, Iran: Ney.
- Crystal, D. (2001). Keypad shorthand. *The A-Level English Magazine*, 11, 26-27.
- Crystal, D. (2004). *Language and the internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2008). Txtng: The Gr8 Db8. Oxford: Oxford University Press.
- Flick, U. (2009). *Darāmadi bar tahqiq-e keyfi* [An introduction to qualitative, research] (H. Jalili, Trans.). Tehran, Iran: Ney.
- Forgas, J. P. (2000). *Ravānšenāsi ta'āmol-e ejtemā'i: Raftār-e miyānfardi* [Interpersonal behavior: The psychology of social interaction] (M. Firuzbakht, & Kh. Beygi, Trans.). Tehran, Iran: Abjad.
- Giddens, A. (2009). *Čašmandāzhā-ye jahāni* [Global perspectives] (M. Jalayipoor, Trans.). Tehran, Iran: Tarh-e Now.
- Golmohammadi, A. (2007). Goft-o-gu dar donyā-ye majāzi; Ta'sir-e fanāvarihā-ye ertebāti va ettelā'ati bar goft-o-gu-ye miyān-e farhanghā [Dialogue in virtual world; Impact of communicational-informational technologies on dialogue among cultures]. *Journal of Political Science Research*, 4, 165-177.

- Habermas, J. (1985). *The theory of communicative action* (Vol. 1: Reason and the rationalization of society (T. McCharthy, Trans.). Boston: Beacon Press.
- Hall, S. (2003). *Ramzgozāri va ramzgošāyi* [Encoding and decoding] (Sh. Vaghfipoor, & N. Malek Ahmadi, Trans.). In S. During, (Ed.). *Cultural Studies*, Tehran, Iran: Pažuhešhā-ye Simā.
- Hooman, H. (2006). *Rāhnamā-ye amali-ye pažuheš-e keyfi* [A practical guide to qualitative research]. Tehran, Iran: Samt.
- Javadi Yeganeh, M., Kousari, M., & Kheyrkhah, T. (2012). Telefon-e hamrāh va kārkerdhā-ye ān barāye kārbarān-e Irāni, bā ta'kid bar tafāvotā-ye jensiyati [Cell phone and its functions for Iranian users; Focusing on gender differences]. *Journal of Social Research Studies*, 1(2), 23-54.
- Kaffashi, M., & Fathi, S. (2005). Herbert Markuze va nazariyehā-ye enteqādi [Herbert Marcuse and critical theory]. *Journal of Iran Social Science*, 3(4), 87-107.
- Xabargozāri-ye Jomhuri-ye Eslāmi (2015). *Zarib-e nofuz-e internet dar Iran 53 darsad va te'dād-e kārbarān 40 Million ast* [Rate penetration of internet in Iran is 53 percent and the number of users is 40 Millions]. Šenāse Xabar (4916044). Retrieved from <http://www.irna.ir/fa/News/81789708>
- Xabargozāri-ye Tasnim (2016). *Āmār-e kārbarān-e ozv-e šabakehā-ye ejtemā'i / 59 darsad donbāl-e sargarmi hastand* [Users statistic of social networks member / 59% are looking for hobby]. Šenāse Xabar (1295256). Retrieved from <http://tn.ai/1295256>
- Kousari, M., & Kheirkhah, T. (2008). Tahlil-e mohtavā-ye payāmhā-ye kutāh-e dānešjuyān-e dānešgāhhā-ye Tehran [Content analysis of short messages of Tehran universities students]. *Journal of Iran Cultural Research*, 1(2), 57-77. doi: 10.7508/ijcr.2008.02.003
- McQuail, D. (2006). *Moxātabšenāsi* [Audience analysis] (M. Montazerolqaem, Trans.). Tehran, Iran: Bureau of Media Studies and Planning.
- Mohammad Pour, A. (2010). *Raveš dar raveš darbāre-ye sāxt-e ma'refat dar olum-e ensāni* [Method for method on construction Knowledge in the humanities]. Tehran, Iran: Jāme'ešenāsān.
- Montazerghaem, M., & Kavand, R. (2014). Nahve-ye xāneš va ramzgošāyi-ye šabakehā-ye Fārsizabān-e māhvārei; Motāle'e-ye mowredi xāneš-e javānān-e Tehran az šabakehā-ye siyāsi va tafrihi-ye Fārasizabān) [Reading and decoding the Persian language satellite channels' procedure the case study of Iranian youth reading Persian language pastime and political satellite channels]. *Journal of Iran Cultural Research*, 7(3), 107-125. doi: 10.7508/ijcr.2014.27.005
- Myerson, G. (2014). *Heidegger, Habermas va telefon-e hamrāh* [Heidegger, Habermas and the mobile phone] (M. Moqadas, Trans.). Tehran, Iran: Afsun-e Xiyāl.
- Nikbakht Nasrabadi, A., & Sanei, A. (2004). *Raveššenāsi-ye tahqiqāt-e keyfi dar olum-e pezeški* [Qualitative research in health sciences]. Tehran, Iran: Barāye Fardā.



Iran Cultural Research

11

Abstract



- Padilla-Walker, L. M., Coyne, S. M., & Fraser, A. M. (2012). Getting a high speed family connection: Association between family media use and family connection. *Family Relations*, 61(3), 426-440. doi: 10.1111/j.1741-3729.2012.00710.x
- Palen, L., Salzman, M., & Youngs, E. (2001). Discovery and integration of mobile communications in everyday life. *Personal and Ubiquitous Computing*, 5(2), 109-122. doi:10.1007/s007790170014
- Pashaei, F., Nikbakht Nasrabadi, A., & Tavakkol, Kh. (2008). Tajrobe-ye javānān az zendegi bā internet: Motāle'e-ye keyfi [Youth experience of living with internet: A qualitative study]. *Journal of Behavioral Science*, 2(4), 333-337.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *From on the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Ghasemi, V., & Malek Ahmadi, H. (2010). Tabayin-e e'tiyād be internet dar beyn-e kārbarān-e Kāfinethā-ye Shahin Shahr [Examining internet addiction among users in the Coffee Nets of Shahin Šahr]. *Journal of Communication Research*, 17(4), 51-77. doi: 10.22082/cr.2010.23800
- Sadipour, S. (2014). Asarāt-e internet bar jāme'epaziri-ye nowjavānān [The effects of internet on sociability of adolescents]. *Journal of Society, Culture, Media*, 3(10), 83-102.
- Severin, W. J., & Tankard, J. (2002). *Nazariyehā-ye ertebātāt* [Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media] (A. Dehghan, Trans.). Tehran, Iran: Tehran University Press.
- Shin, H. K., Kim, K. K. (2010). Examining identity and organizational citizenship behaviour in computer-mediated communication. *Journal of Information Science*, 36(1), 114-126.
- Slevin, J. (2001). *Internet va jāme'e* [The internet and society] (A. Gilgury, Trans.). Tehran, Iran: Ketābdār.
- Smith, P. D. (2004). *Darāmadi bar nazariye-ye farhangi* [Cultural theory: An introduction] (H. Puyan, Trans.). Tehran, Iran: Iran Cultural Studies.
- Wiliams, K. (2007). *Dark-e te'ori-ye rasāne* [Understanding media theory] (R. Qasemiyan, Trans.). Tehran, Iran: Entešārāt-e Sāqi.
- Zhao, Sh., Grasmuck, Sh., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24, 1816–1836. doi: 10.1016/j.chb.2008.02.012



## پدیدارشناسی تجربه کاربران از موبایلی شدن روابط

مریم مختاری<sup>\*</sup>، حکیمه ملک احمدی<sup>†</sup>

دریافت: ۱۳۹۵/۱۲/۱۴ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۳/۲۷

### چکیده

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

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

۱. دانشیار جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، کهگیلویه و بویراحمد، ایران (نویسنده مستول).  
[Mmokhtari@yu.ac.ir](mailto:Mmokhtari@yu.ac.ir)

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، کهگیلویه و بویراحمد، ایران.  
[hakime\\_malekhamadi@yahoo.com](mailto:hakime_malekhamadi@yahoo.com)

## مقدمه

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



فصلنامه علمی-پژوهشی

۱۰۲

دوره دهم  
شماره ۳  
پاییز ۱۳۹۶

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

1. Giddens

2. Castells & Innes



پژوهشی تجربی  
کاربران از ...

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

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

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

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

### پیشینه پژوهش

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

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





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

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

1. Zhao

2. Padilla-Walker

3. Shin &amp; Kim

## چهارچوب مفهومی

استفاده از تلفن همراه و شبکه‌های مجازی را می‌توان با دیدگاه «رضایتمندی و خشنودی»<sup>۱</sup> بررسی کرد. بر اساس این دیدگاه، افراد از وسایل ارتباطی برای برقراری رابطه یا در موقعی قطع رابطه استفاده می‌کنند و به این وسیله می‌خواهند هدفمند یا غیرهدفمند ارتباطات خود را با دیگران ساماندهی کنند. در این دیدگاه، منشأ و ریشه همه صور رضایتمندی فرد نیاز به «در ارتباط بودن» اوست. این نیازها در ۴ دسته نیازهای شناختی (کسب اطلاعات، آگاهی، شناخت)، نیازهای عاطفی (تجارب عاطفی، لذت‌جویانه یا زیبایی‌شناسانه) نیازهای انسجام‌بخش شخصی (تفویت اعتبار، اعتماد، ثبات و پایگاه) و نیازهای گریز از تنش (فراغت و آسایش) قرار می‌گیرند (کاتز<sup>۲</sup> و همکاران به نقل از سورین و تانکارد، ۱۳۸۱<sup>۳</sup>، ۴۲۰).

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

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



1. Katz

2. Surin and Tankard



که فکر می‌کنند به اینترنت معتقدند می‌خواهند از مشکلات خود فرار کنند. روشن کردن تلویزیون به دلیل بی‌میلی به صحبت کردن با همسر یا بیرون رفتن از خانه و گردش با دوستان به دلیل فرار از خانه، هیچ تفاوتی با استفاده از اینترنت ندارد؛ تفاوت فقط در شیوه عمل است.

طبق نظر گروهی دیگر درباره استفاده افراطی از اینترنت، مقطعی بودن این رفتارهای احتمالاً بیشتر کسانی که به استفاده از اینترنت معتقدند، کاربران جدید آنند. این افراد اولین مرحله خوگرفتن با محیط جدید را با غرق کردن کامل خود در آن تجربه می‌کنند و از آنجا که این محیط بسیار بزرگ‌تر از همه چیزهایی است که در گذشته تجربه کرده‌ایم، بعضی افراد در مرحله خوگرفتن اشتیاق بیشتری در مقایسه با برخی دیگر دارند. بنابراین، این رفتارها مقطعی است و بعد از مدتی میزان آن کاهش می‌یابد. گروهی می‌گوید: میلیون‌ها نفر دقیقاً همین مسیر را در مواجهه با بازی‌های ویدئویی، استریوهای پخش صوت، ماشین‌ها، کلاس‌های جدید، ورزش جدید طی می‌کنند (قاسمی و ملک‌احمدی، ۱۳۸۹، ۶۴-۶۲). رویکرد دیگر در چهارچوب مفهومی پژوهش «رویکرد دریافت» برگرفته از مقاله هال درباره رمزگذاری و رمزگشایی است. بنابر دیدگاه او رمزگشایی یا قرائت از محتوای رسانه‌ها سه نوع است: قرائت مسلط، قرائت تطبیقی و قرائت مخالف. وقتی مخاطب پیام را مطابق با رمزگان مرجعی که رمزگذاری با استفاده از آن صورت گرفته رمزگشایی می‌کند، می‌توان گفت که بیننده درون رمزگان غالب قرار دارد. ایستادن در جایگاه رمزگان توافقی به این معناست که افراد هدف و ایدئولوژی پنهان پیام را درک می‌کنند، اما به دلایل متفاوت از جمله منافع فردی، رفتار خود را تغییر نمی‌دهند. ایستادن در جایگاه متعارض به این معناست که مخاطب می‌تواند هم معنای لفظی و هم معنای ضمنی را درک کند و پیام را به شیوه‌ای کاملاً متصاد بهمود (هال، ۱۳۸۲، ۳۳۷).

بر این اساس، رویکرد بازتاب بر استفاده از رسانه به مثابه بازتابی از زمینه اجتماعی -فرهنگی و نیز بر فرایند معناسازی برای تجربیات و محصولات فرهنگی تأکید می‌کند و مدل محرک-پاسخ اثرات رسانه‌ها و نیز باور به پیام‌ها یا متن‌های دارای قدرت تمام و تمام را مردود می‌داند (اسمیت<sup>۱</sup>، ۱۳۸۳، ۶۵). همچنین، یکی از اصولی که سنت تحلیل دریافت بر پایه آن بنا شده است، چندمعنایی بودن متون است (ولیامز<sup>۲</sup>، ۱۳۸۶، ۱۲۰). از نظر مک‌کوایل نیز، پیام‌های ارتباطی را می‌توان از سوی دیگر گروه‌های اجتماعی و فرهنگی به راههای متفاوت (بسته به هدف و منظور تولیدکنندگان آن پیام‌ها) بازخوانی یا رمزگشایی کرد (مک‌کوایل<sup>۳</sup>، ۱۳۸۵، ۸۶).

1. Hall

2. Smith

3. Williams

4. McCoylee

پیش‌فرض بنیادین در تحلیل دریافت این است که متون رسانه‌ای معنایی ثابت یا ذاتی ندارند، بلکه متون در لحظه دریافت از طرف مخاطب معنا می‌یابند و متن نمی‌تواند بدون واستگی به خواننده معنا تولید کند (لیوینگستون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰، به نقل از منتظرقائم و کاوند، ۱۳۹۳، ۱۱۵). محتوای رسانه‌ها به دلیل خاصیت چندمعنایی‌شان قابلیت پذیرش تفاسیر و برداشت‌های گوناگون را دارند و مخاطب در رمزگشایی متون رسانه‌ای از شرایط و موقعیت‌های خاص و مهمتر از همه درک و شناختی که از خود دارد یا، به معنای دیگر، هویتی که دارد، متأثر است (فیسک<sup>۲</sup>، ۱۹۹۴، به نقل از منتظرقائم و کاوند، ۱۳۹۳، ۱۱۶).

### روش مطالعه

روش مطالعه این پژوهش پدیدارشناسی<sup>۳</sup> است؛ این روش یکی از انواع روش‌های کیفی است که تجربیات انسان‌ها را بررسی می‌کند. محققان در این روش به دنبال مطالعه تجربیات کاربران از ارتباطات مجازی هستند. در تحقیقات پدیدارشناسانه معمولاً از نمونه‌گیری هدفمند استفاده می‌شود. منطق و قدرت نمونه‌گیری هدفمند در انتخاب افراد غنی از اطلاعات به منظور مطالعه عمیق آن‌ها نهفته است. پولیت و هانگر، ۲۰۰۰، برآورد که حجم نمونه معمولاً کمتر از ۱۰ نفر است (ادیب حاج‌باقری و همکاران، ۱۳۸۹، ۹۶). نمونه‌گیری پژوهش مشتمل بر ۱۲ کاربر است که قادرند تجربیات خود را در استفاده از وسایل ارتباطی مجازی گوناگون بیان کنند. نمونه‌گیری به شکل هدفمند از کاربرانی انتخاب شد که روابط مجازی خود را آگاهانه بازاندیشی کرده بودند و تا اشباع داده‌ها<sup>۴</sup> ادامه یافت. اشباع عبارت است از اینکه با ادامه جمع‌آوری داده‌ها، داده‌های جمع‌آوری شده تکرار داده‌های قبلی باشد و اطلاعات جدیدی حاصل نشود. بنابراین، در تحقیقات کیفی تکرار اطلاعات قبلی یا تکرار تِم‌ها و نکات برجسته نشانه کفایت حجم نمونه است (همان، ۳۶).

ابزار مطالعه این تحقیق استفاده از مصاحبه نیمه‌استاندارد و گفت‌وگوی عمیق و ژرف با کاربران بود. مصاحبه‌ها بین ۳۰ تا ۷۰ دقیقه به طول انجامید و مکالمات با دستگاه ضبط صوت ثبت شد و سپس لغت‌به‌لغت و دقیق روی کاغذ پیاده شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش آتاالیز<sup>۷</sup> مرحله‌ای کولایزی استفاده شد (نیکبخت نصرآبادی و صانعی، ۱۳۸۳، ۱۴۲)؛ بدین صورت که ابتدا گفته‌های شرکت‌کنندگان بدقت خوانده شد و جملات مهم مرتبط با پدیده مورد بررسی



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



استخراج شد و معنای هر یک از جملات فرموله شد. سپس این معانی به صورت خوشها و تم‌هایی از موضوعات دسته‌بندی شد و در نهایت به یک ساختار بنیادی تقلیل داده شد.

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

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

جدول ۱. مشخصات جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان

ردیف	اسم مستعار	سن	تحصیلات
۱	نیما	۴۰	دکتری
۲	علی	۳۷	دکتری
۴	سمانه	۲۹	دکتری
۵	مهندی	۲۴	کارشناسی ارشد
۶	سارا	۲۳	کارشناسی ارشد
۷	آرش	۲۵	کارشناسی ارشد
۸	لاله	۲۰	کارشناسی
۹	محمد	۲۱	کارشناسی
۱۰	مینا	۲۲	کارشناسی
۱۱	صادق	۲۰	کارشناسی
۱۲	مریم	۱۷	دیپلم

## یافته‌ها

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



فصلنامه علمی - پژوهشی

۱۱۰

دوره دهم  
شماره ۳  
پاییز ۱۳۹۶



شکل ۱. نتایج حاصل موبایلی شدن روابط

## موبایلی شدن روابط

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



فصلنامه علمی-پژوهشی

۱۱۱

پدیدارشناسی تجربه  
کاربران از ...

مورد دیگر جایگزین کمیت رابطه به جای کیفیت رابطه است. «خوبی فیسبوک اینه که می‌تونی دوستای قدیمیت رو پیدا کنی» یا «فیسبوک رو دوست دارم. خیلی وقتنه عضوش شدم. چند تا دلیل داره، یکی اینکه بیشتر اقوام و فامیل‌هایمون خارج از کشور زندگی می‌کنن و تنها وسیله ارتباطیم باهاشون فیسبوکه؛ از طرفی یه دیواره که می‌تونم احساساتم رو روشن بنویسم، مثل کاغذ چرک‌نویسم می‌مونه» یا وسائل ارتباطی ممکنه «ارتباط رو سست کنه، ولی از پاره‌شدن اون جلوگیری می‌کنه. خوبی واپس همینه! ارتباط رو سست می‌کنه، ولی نمی‌ذاره پاره بشه. تا وقتی موبایل نبود خیلی از دوستی‌ها تمام می‌شد، ولی الان طرف میره ولی نموده. دوستم داشت از ایران می‌رفت احساس می‌کردم داره می‌میره، رفت تمام شد. ولی بعد از چت‌کردن باهاش به خودم قبولوندیم که رفته، ولی زنده‌ست». اما سؤال دیگری مطرح است که «کمیت رابطه چه اهمیتی داره؟ شما» تا رابطه سست پاره‌نشده داشته باشی چه فایده‌ای برات داره؟ تو یه سطح دیگه شخصیت تو همین طوری شکل می‌گیره. اینا مثل خط‌هاییه که روح تو رو خط‌خطی کرده و تو عادت کردی آدم‌ها رو معلق نگه داری، تکلیفسون مشخص نشه. تکنولوژی یه گلکی به ما می‌زننه، مثلاً اگه فیسبوک نبود، من فلان دوست قدیمیم رو یادم نمی‌اومند یا با اون کسی که اون سر دنیاست، رابطه نداشتم، ولی این به چه درد می‌خوره. از طرفی خود تکنولوژی این جدایی رو ایجاد کرده. اگه تکنولوژی نبود، هوایپیمایی هم نبود که تو بری اون سر دنیا. تکنولوژی خودش این بستر رو ایجاد می‌کنه و برآش وسیله فراهم می‌کنه تا با هم ارتباط بگیریم».

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

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

### تجربه استفاده از تکنولوژی

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

هر وسیله ارتباطی جدیدی بهویژه در حوزه فضای مجازی، در وهله اول، در کاربر شوq آشنایی و کاوش را برابر می‌انگیزد. برای چنین هدفی باید با شیوه‌های گوناگون، مانند افزودن کاربری‌های جدید، بهروزسانی مداوم، ایجاد محیط‌های گرافیکی جدید مخاطب را جذب کرد. به چنین مواردی باید رایگانی یا کم‌هزینه بودن را افزود، مثلاً برای نرم‌افزارهای موبایل، مانند «واپیر» که یه تلفن مجازی با کارایی بالاست، تو براش کارکرد تعریف نمی‌کنی! فقط میزان استفاده‌های روازش زیادتر می‌کنی! عملاً هر ایده هرزی هم به سرت بزنه، می‌توانی با واپیر بهش جامعه عمل پوشونی!، «می‌خوام بگم که دقیقاً هر چی رایگان باشه، به سمت استفاده هرز میره!



بین وقتی یه چیزی ارزش یا هزینه داشته باشه، تو برای خرج کردنش برنامه ریزی می‌کنی و سعی می‌کنی بهترین استفاده رو ازش بکنی، ولی وقتی نه، تو فقط مصرفش می‌کنی مهم نیست کجا؟» مثل «دوربین‌های عکاسی آنالوگ و دیجیتال، اون موقع همه عکس‌ها رو باید تنظیم می‌کردن همه باید درست و مرتب می‌ایستادن تا یه عکس گرفته بشه! چون عکس و اون فیلم عکاسی هزینه بالایی داشت، ولی الان همه با گوشی‌شون یه دوربین دیجیتال دارن که بدون هزینه عکس می‌گیره. برای همین این همه عکس چرت‌وپرت و مزخرف دارین الان! و پدیده جدیدی به نام سلفی یا خودکی! مردم با موبایل از خودشون عکس می‌گیرن» یا اینکه «تو وقتی یه گوشی جدید می‌خوی، روز اول چقدر وقت می‌ذاری تا برى همه چیزشو یاد بگیری؟ روز صدم چطور؟ بین واپسی الان در مرحله جذابیت‌شده! الان استفاده از فیسبوک کمتر شده! نشده؟ این جذابت، هزینه‌ای برای کاربر نداره! تنها هزینه‌ای که برآش داره وقت کاربره! پس الان تو یه چیز جذاب داری که هزینه‌ای هم برات نداره. پس تا مدت زیادی باهاش بازی می‌کنی! تا وقتی که یه اسباب‌بازی جدید بہت بدن یا اینکه برای وقتی یه کاربری دیگه پیدا کنی!»

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

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

عريانی گاهی با «دلزدگی» همراه است. «مریضی شده من دوشش ندارم. قدیما راحت‌تر بودم؛ وابستگی به وسیله‌ای رو دوست ندارم که ارتباط چهره به چهره رو از می‌گرفته، چاقم کرده، تبلیم کرده، کمتر با غریبه‌ها دوست می‌شم، تازه اگه شارژش هم تمام شد که مصیبته، ایناش رو دوست

ندارم. قبلًا می‌رفتم خواهرم رو می‌دیدم الان فقط تلفن می‌زنم. اگه دو ساعت خونه نبود، دلوپس می‌شدم، می‌رفتم طرفش. اگه خونه نبود، با بقال سر کوچه آشنا می‌شدم، حرف می‌زدم، تا خواهرم بیاد، ولی الان یه زنگ می‌زنم به موبایلش می‌فهمم رفته خرید. البته اینا لزوماً بد نیست، ولی ندیدنش بده»، «می‌دونی برای من و شما خوبه، ولی برای من و مامانم بده، برای شما و مادرت بده، باید رفت، دید، دستش رو گرفت، تو چشمash نگاه کرد، پیر شدنش رو لمس کرد، چروک شدن دستش رو، استخونی شدن دستش رو».

چنین چیزی در نهایت به «کنترل عامدانه» وسائل ارتباطی منجر می‌شود که شامل حذف برخی از نرم‌افزارهای موبایل یا استفاده صرفاً ابزاری و نه ارتباطی از آن می‌شود؛ «من حتی رفتم یه گوشی خریدم که واپس روش نصب نشه تا فقط در موقع استراحت و تفریح با لپتاپ بشینم پاش» یا «من مچش رو گرفتم. هیچ وقت من رو در محیط مجازی با واقعی متفاوت تجربه نمی‌کنم، همونی که در واقعیت هستم، اینجا هم هستم، عامدانه هم تلاش می‌کنم. اگه تو واقعیت شوختی‌های آن چنانی نمی‌کنم، اینجا هم نمی‌کنم. البته وسوسه و امکانش وجود دارد. از زمانی که با این شکاف آشنا شدم، نذاشتمن برای خودم اتفاق بیفته. خودمم و بهش ورود نکردم، چون دیدم یه دالانیه که کل انرژیت رو می‌بره از این راهرو به اون راهرو. حتی مشارکت من در دنیای مجازی مثل دنیای واقعیمه».

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

## تجارب ارتباط مجازی

تجربه کاربران از ارتباطات مجازی، تجربه ارتباطی ناقص و تا حدی ناموفق بوده است. به دلیل نبود مؤلفه‌های یک ارتباط کامل در ارتباط مجازی میزان «سوءتفاهم‌ها»، بهویشه در زمان رساندن معنا و قابل فهم کردن آن، بالا می‌رود. «افراد خیلی دچار سوءتفاهم می‌شون. وقتی آدم رو در رو با یکی حرف می‌زنند می‌میمیک صورتش رو می‌بینند، می‌توانند متوجه حال و احوالش بشون، ولی توی چت اینطور نیست و این بده».



ماهیت چنین وسایلی بیشتر به شکلی است که «بهترین استفاده‌ای که می‌شده ازش کرد، یه نوع استفاده ابزاریه؛ اینکه به عنوان یه ابزار ازش استفاده کنی تا ملاقات‌های رودررویی رو برنامه‌ریزی کنی، مخصوصاً توی این گروه‌های واپری، یا همون استفاده تلگرافی که من می‌گم. به نظر من ارتباط مجازی هیچ وقت نمی‌تونه یه ارتباط واقعی باشه». حتی نرم افزارهایی که کاربری‌های گوناگونی مثل، متن، صدا و تصویر را با هم دارند، باز هم از این انحراف به دور نیستند، مثلاً (واپری یه تقاوتهایی با ارتباط شفاهی داره، یه تقاوتهایی هم با ارتباط مکتوب. بیناینه؛ سرعتش از کتبی بیشتر و از شفاهی کمتره. ابهام کتبی رو داره. درسته سریع شفاف می‌کنی، ولی بازم ابهام داره. به محض اینکه تلفنی می‌شده دستیافتنی تر می‌شده، یهו زمینی تر می‌شده، ولی اینجا یه موجود مبهم کاملاً بیگانه است که تو می‌تونی باهاش هر کاری کنی یا می‌تونی هر چیزی بهش بگی. حتی اگه شناخته‌شده هم باشی بازم یه سری قواعد سرجاش هست. می‌تونی غلو بزنی، مثلاً درحالی که خوابیدی، بگی دارم می‌خندم».

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

به علاوه، در ارتباط‌های نزدیک و عمیق استفاده‌های فراتر از ماهیت و کارکرد تعریف شده این وسایل منجر به ایجاد سوءتفاهم‌های اساسی و «شکست کامل رابطه» می‌شود. «چند وقت پیش داشتم با یه آقایی آشنا می‌شدم. خیلی هم ازش نگذشته بود. رابطه‌مون هم کاملاً واقعی بود و اصلاً تو دنیای مجازی زیاد حرف نمی‌زدیم. بعد از حدود یه ماه یه بار تو چت فیسبوک یه مسئله‌ای رو که قبل از سرش بحث کرده بودیم و به نتیجه هم رسیده بودیم، باز کرد. بعدهمون بالا گرفت و همون جا ختم رابطه ما شد. مایی که کاملاً ارتباط‌مون حساب شده و تعریف شده بود و به بهترین نحو داشت پیش می‌رفت، ولی سر یه موضوع بی‌خود، اون هم مجازی، قطع شد. خب من شک ندارم اگر توی دنیای واقعی این بحث رو می‌کردیم، حتماً درست حل و فصل می‌شد، ولی این طوری نه».

جز موارد شکست در رابطه، رابطه مجازی مستلزم صرف انرژی زیادی برای برقراری و نگهداری است. «ارتباط از نزدیک هزار تا وسیله داره، انرژی کمتری می‌بره، چشم و ابرو، دست، شونه به شونه شدن، زبان بدن، لحن، ولی ارتباط بدون چهره خیلی انرژی می‌گیره. باید از جملات پیچیده‌تر استفاده کنی که کار چهره و دست و پا رو بکنه؛ یعنی باید بری سر یه قراردادهایی که

وجود داره، مثلاً<sup>۱</sup> یه استیکر تو واپیر». البته این قراردادها نیز به شکلی است که به طور کامل خلاهای ارتباطی را پر نمی‌کند. «نصفه می‌تونه! مثلاً اگر قراره تو ش خیلی احساس باشه، منظور رو نمی‌رسونه! مثلاً تصور کن می‌خوای به یکی بگی دوست دارم، سه تا قلب هم باشکل براش می‌فرستی، ولی اگه تو چشم یکی نگاه کنی، یه دست رو صورتش بکشی، آروم و با صدای نرم بگی خیلی قابل باورته تا با عکس و شکلک».

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

تجربه مشارکت‌کنندگان در استفاده از فضای مجازی برای روابط نزدیک احساسی حاکی از شکست در رابطه و همچنین به دست آوردن تصویر غیرواقعی از شخص مقابل است و در نهایت، منجر به «قرائت فردگرایانه به جای درک متقابل» می‌شود، زیرا کاربران، به علت کامل نبودن ارتباط، فهم و برداشت خود را از متن گفت‌وگو دارند، تاینکه واقعاً منظور طرف مقابل را درک کرده باشند. «آدم‌ها با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، روابط واقعی شون رو با آدم‌های واقعی کم می‌کنن و روابط مجازی شون رو توی فضای مجازی افزایش میدن»؛ چنین چیزی بستگی زیادی به خاصیت نوشتاری بودن رابطه دارد، زیرا «متن و نوشتار قرائت‌پذیره و تعبیر‌پذیریش بالاست، وقتی ما چندین و چندبار اونا رو می‌خونیم به دروغ، یه متن رو اغراق‌آمیز می‌کنیم، یا اینقدر این متن را تکرار می‌کنیم، جمله‌ها هی بزرگ و بزرگ‌تر می‌شه و در نهایت به یه متن مقدس تبدیل می‌شه. ما این جمله‌ها را حفظ می‌کنیم و شدیداً شیرین می‌شه و فاعل جمله یه موجود قدسی می‌شه که هویتی فراز مینی داره».

این درحالی است که «ارتباط چهره‌به‌چهره خیلی زمینی‌تره، خیلی انسانی‌تر و مدنی‌تره. تو آدم رو بروت رو به لحظه درک می‌کنی، چون توی کانتکس گفت‌وگو هست، می‌گی، می‌شنوی، این رفت و برگشت قرائت‌پذیری متن رو خیلی کم می‌کنه. اگه خطای ریافت کنی طرف مقابل سریع اصلاح می‌کنه که منظورم این نبود. اشتباه برداشت نکن» در واقع «گفت‌وگو ذوب افق‌هاست. من و شما تو یه زمینه‌ای متفاوت فکر می‌کنیم. چون هر کدوم از یه جهانی او مدیم بعد شما برای من

توضیح میدی. همین که بشنوم باعث میشه بفهمم. با گفت و گو افق‌ها را از بین می‌بری، به هم شبیه می‌شیم. اینا هنر گفت و گوست» بنابراین، «واقعاً برای شروع یه رابطه و شناخت، ابزارهای مجازی به درد نمی‌خورن و از طرف مقابل فهم اشتباھی به ما میدن. ما با یه متن خام رو به رویم بدون هیچ حسی و بدون اینکه بدلونیم این متن چه تفسیری داره و چون از طرف مقابل هم شناخت نداریم اون رو در چهارچوب ذهنی خودمون تفسیر می‌کنیم».

## نتیجه‌گیری

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



مؤلفه‌های موبایلی شدن نخست «ظهور اعداد» و دوم مفهومی است که جیمز گلیک آن را «شتاب‌بخشی» می‌نامد. در فرایند موبایلی شدن فقط مردم نیستند که با یکدیگر پیوند می‌یابند، بلکه فناوری‌ها و سیستم‌ها نیز به هم متصل می‌شوند. پارادوکس موبایلی شدن این است که افراد بی‌شمار جداگانه در پی برآوردن خواسته‌های خود هستند، و با این حال نادانسته در چنبره یک سیستم بزرگ گرفتارند، که اگر این فرایند به طور کامل شکل بگیرد، الگوی اصلی ارتباطات نه دو نفره بلکه یکنفره خواهد بود. در چنین عصری ارتباطات اساساً به جریان درون سیستم اشاره خواهد داشت (مارسن،<sup>۱</sup> ۱۳۹۳، ۳۷-۱۷). بر این اساس با روش پدیدارشناسی با ۱۲ نفر از کاربران وسایل ارتباطی، با تأکید بر فضای مجازی به طور عمیق گفت و گو کردیم. نمونه‌گیری به صورت هدفمند انتخاب شد و با کاربرانی که فضای مجازی را آگاهانه و بازنده‌یانه ارزیابی کرده بودند و با آن مواجه شده بودند، مصاحبه کردیم. یافته‌ها در بخش «موبایلی شدن روابط» نشان داد که ۴ مقوله «سرعت به جای تأمل»، «کمیت به جای کیفیت»، «انتقال پیام به جای انتقال معنا» و «ارتباط با ابزار به جای ارتباط با افراد» در تجارب مشارکت‌کنندگان در استفاده از فضای مجازی قابل بررسی است.

تجربه‌های مشارکت‌کنندگان نشان داد سرعت برقراری ارتباط به ویژه در موبایل، پیامک و نرم افزارهای ویژه آن، مانند واپییر و واتس آپ فرصت تأمل را از افراد گرفته و به ویژه در روابط نزدیک و صمیمی موجب سوءتفاهم می‌شود.

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

در حالی که روابط بین فردی نیاز به تأمل و فهم دارد، ولی وسائل ارتباطی مجازی، سرعت را جایگزین تأمل در روابط می‌کند. مورد دیگر جایگزینی کیمیت رابطه به جای کیفیت است. محیط مجازی وسوسه ارتباط با افراد زیادی را در کاربران بر می‌انگیزد، بدون اینکه عمق و شناخت را در رابطه تقویت کند، مثلاً عبداللهیان و همکاران در پژوهش خود حلقه آشنایان فعل فیسبوک را به دو دسته کلی دوستان کاربر در زندگی واقعی و دوستان مجازی تقسیم کردند که این دو دسته به زیرشاخه‌های ریزتر هم‌دانشکده‌ای، هم‌دیirstانی سابق، دوستان قدیمی، هم‌ محلی، فامیل، آشنایی از طریق دوستان مشترک و کاملاً غریبیه را در بر می‌گیرد (عبداللهیان و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۰۸).

درست است که «وسائل ارتباط جمعی فواصل را ناپذید می‌سازند» (اسلوین،<sup>۱</sup> ۱۳۸۰، ۸۳)، اما قطعاً این دایره وسیع نمی‌تواند به روابط عمیقی منجر شود و سطح رابطه را به اندازه میزان شناخت قبلی، که در رابطه رودرو حاصل شده، نگه می‌دارد. این طیف وسیع رابطه، با درنظر گرفتن زمان زیادی که صرف آن می‌شود، زمان و انرژی را برای روابط اساسی و رودررو کمتر می‌کند و همچنین بی‌عمقی روابط مجازی و نوع اطلاعات ردوبل شده در آن را به دنیای واقعی می‌کشاند، زیرا ماهیت چنین فضایی، با فشرده‌کردن الگوی مکالمه، اجازه ارتباطی بالاتر را نمی‌دهد و کاربران به لایک کردن و گذاشتن کامنت، حتی سطحی پایین‌تر، یعنی فرستادن متون گوناگون برای هم اکتفا می‌کنند و تصور می‌کنند با دوستان یا طیف وسیعی در ارتباط‌اند و اگر فضای مجازی نبود امکان این ارتباط وسیع هم فراهم نبود. در حالی که این بیشتر به نوعی فریب شبیه است تا ارتباطی که نیازمند گفت‌وگو و فهم متقابل است. در چنین فضایی بین کاربران بیشتر پیام ردوبل می‌شود تا معنا، زیرا ماهیت ابزار، یعنی نوشتاری بودن و چهربه‌چهره نبودن و همچنین «محدود بودن تعداد کلمات مورد استفاده، که اغلب پیام را از نظر محتوایی، کم محتوا و بی ارزش می‌کند و به دلیل انتقال ساده پیام، فرد را در موضعی کاملاً خنثی قرار می‌دهد» (کوثری و خیرخواه، ۱۳۸۷، ۶۴)، فقط امکان انتقال پیام را به کاربر می‌دهد؛ انتقال معنا فضای متفاوت‌تری را می‌طلبد. چنین چیزی ارتباط با ابزار را جایگزین ارتباط با افراد می‌کند؛ کاربران بیشتر با

1. Slevin

موبایل، لپتاپ و تبلت و محیط‌های گوناگون مجازی در ارتباط‌اند تا با دوستان و خویشاوندانشان. بنابراین، در ارتباط‌های مجازی «میزان درگیری طرفین، که مهم‌ترین خصوصیت همگانی روابط انسانی است (فرگاس، ۱۳۷۹، ۲۶۷)، بسیار کم می‌شود. حتی در نرم‌افزارهای چت، که محدودیت کاراکتر ندارند و گفت‌وگو در زمینه و به صورت رفت و برگشتی صورت می‌گیرد. همچنین، محتویات روایی‌شده حاکی از آن است که افراد برای یکدیگر بیشتر متن‌های طنز می‌فرستند و کمتر با هم صحبت می‌کنند. وقتی انگیزه استفاده از متن‌های طنز را از آن‌ها جویا شوی، برای توجیه در پاسخ ایجاد ارتباط راحت‌تر را بیان می‌کنند. در حالی که هیچ‌یک از متون ارسال‌شده ویژگی ارتباطی ندارند. ساعت‌های طولانی پشت سیستم نشستن یا وقت گذراندن با موبایل صرفاً رابطه با ابزار است.



تم دیگر به دست آمده از یافته‌ها «تجربه از تکنولوژی» است که در برگیرنده فرایند «آشنایی اولیه و عامل جذب»، «غرق شدن در محیط و ایجاد الزام ارتباط»، «عربیانی و کشف کامل محیط»، «دلزدگی» و «کنترل عامدانه» است. تجربه مشارکت‌کنندگان نشان داد که آنها در وهله اول با اشتیاق زیادی وارد محیط‌های مجازی می‌شوند. این اشتیاق ناشی از جدید بودن فضا و تلاش برای کشف جوانب گوناگون و متعدد آن است که به نوعی غرق‌شدگی در محیط می‌انجامد. البته مدت زمان این غرق‌شدگی برای کاربران مختلف متفاوت است؛ یعنی برخی مدت زیادی در آن باقی می‌مانند و برخی نه. پس از آن عربیانی و کشف کامل محیط است که در برخی موارد نیز با نوعی دلزدگی همراه می‌شود و استفاده کاربران را از فضای مجازی کمتر کرده و با کنترل بیشتری پیش می‌برد. بیشتر دلزدگی مشاهده شده در کاربران ناشی از انحراف در ارتباطات و آسیب‌ها و لطمehای روحی است که از این طریق متحمل شده‌اند و بخشی از آن نیز به از دست دادن زمان و انرژی زیاد در محیط‌ها مجازی و پی بردن به پوچی و بی‌عمقی آن برمی‌گردد. در کنترل عامدانه، فرد آگاهانه تمهداتی را اتخاذ می‌کند تا از کنترل شدن توسط فضای مجازی دور شده و زمان و نوع استفاده‌اش را خودش تعیین کند. البته به نظر می‌رسد که در سطح وسیع‌تر، چرخه این تجربه به طور کامل طی نمی‌شود، یعنی بیشتر کاربران در مرحله غرق‌شدگی برای مدت طولانی و یا حتی همیشه باقی مانده و فقط از محیطی به محیط دیگر می‌روند.

تجارب ارتباطی مشارکت‌کنندگان انواع تحریف در ارتباط، از جمله «سوءتفاهم‌های ارتباطی»، «عدم شکل‌گیری ارتباط کامل»، «بازنمایی‌های غیرواقعی»، «صرف انرژی زیاد برای ایجاد رابطه»، «تدخّل حریم‌ها و مرزهای ارتباطی»، «قاتلت فردگرایانه به جای درک متناظر» را

نشان می‌دهد. ماهیت روابط مجازی مقتضی روابط سطحی، سرعتی و کوتاه‌مدت است. استفاده از این فضای برای ایجاد روابط عمیق و نزدیک مستلزم صرف انرژی زیاد و برخورد با سوءتفاهم‌های مکرر است و هرگز به معنای دقیق کلمه، به ارتباطی واقعی و کامل منجر نمی‌شود. همانطور که باومن می‌گوید «ظهور هم‌جواری‌های مجازی، پیوندهای انسانی را به طور همزمان بیشتر و سطحی‌تر می‌کند، شدیدتر و کوتاه‌تر می‌کند. پیوندها بسیار سطحی و کوتاه‌تر از آن‌اند که به صورت علقه یا رشتہ الفت در آیند» (باومن،<sup>۱</sup> ۱۳۸۴، ۱۰۶). همچنین، هابرمانس گفت و گو را مشکل از داعیه‌های کلامی مشتمل بر سه جهان خارجی امور و اشیا، جهان درونی آرا، اندیشه‌ها و عواطف، و جهان هنجاری ارزش‌ها و هنجارها به‌شیوه بین‌الاذهانی می‌داند که در قالب مفاهیم صدق، حقیقت و صحت داعیه‌های کلامی تبلور می‌یابد. ادعای صدق به تطابق بین ادعاهای فرد و واقعیت بیرونی مربوط است، ادعای صحت به هنجارهای اجتماعی و ارزش‌های مشترک گفت و گوکنندگان و ادعای حقیقی بودن به انتباط بین نیات واقعی گوینده و ادعاهای کلامی وی باز می‌گردد (هابرمانس<sup>۲</sup>، ۱۹۸۵).

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

در نهایت، باید گفت موبایلی شدن نه فرایندی فتاورانه و تکنولوژیک، که فرایندی فرهنگی است. مسئله اختراع نیست، بلکه واداشتن مان به کاربرد و احساس نیاز کردن است. تقدير تلفن همراه بردن ما از جهان «صحبت کردن» به جهان دیگری است که در آن «ارتباطات» پربار و سریع‌تر است (مارسن، ۱۳۹۳، ۱۸-۱۶). ارتباطات مجازی فقط تکنولوژی و وسیله نیستند، بلکه نوعی شیوه نگریستن به زندگی روزمره‌اند که باور افراد را تغییر می‌دهند. استفاده از این وسائل الگوی مکالمه را فشرده می‌کند.

قائم به ذات شدن چنین رابطه‌ای را می‌توان در جهت جدایی سیستم از زیست جهان هابرمانس قرار داد. تسلط الگوهای موبایلی بر روابط، مشارکت در دیالوگ ناب را امکان‌ناپذیر می‌کند و زندگی را بیش از پیش تحت کنترل قرار می‌دهد و ایجاد جامعه‌ای واقعی را، که مردم در ارتباط به «فهم» یا «اجماع» دست می‌یابند، امکان‌ناپذیر می‌کند و انسان‌ها را تک‌افتاده و منزوی می‌کند. در موبایلی شدن روابط، مهم‌ترین جزء ارتباط یعنی «فهم» مفقود می‌شود، زیرا ماهیت و کارکرد چنین ابزاری برای فهم متقابل نیست. در این سیر «معنا» کنار گذاشته می‌شود، زیرا معنا برای

1. Bowman

2. Habermas

ارتباطات سریع بسیار کند است و در عوض به «پیام» اکتفا می‌شود، چون سریع و کاراست، و پاسخ را در کوتاه‌ترین زمان ممکن منتقل می‌کند. بنابراین، خودبه‌خود ارتباط‌ها از فضای استدلال، مباحثه و توافق دور می‌شود. همچین، تجارب مشارکت‌کنندگان حاکی از آن است که ارتباط طولانی مدت با وسایل ارتباطی، بدون حضور جسمانی، به مرور این تصور را در فرد ایجاد می‌کند که پاسخ از خود سیستم می‌آید نه شخص دیگر، زیرا تجربه «بودن با یکدیگر» که با صحبت کردن شکل می‌گیرد با استفاده از وسایل ارتباطی و شبکه‌های مجازی از افراد گرفته می‌شود. صحبت کردن ویژگی جهان در حضور است و با حضور بدنه و تماس چشمی همراه است، اما در دنیای مجازی چنین حضوری از بین می‌رود. البته این خدشه در ارتباط به زمانی مربوط است که کاربر در صدد انتقال معنا از طریق فضای مجازی باشد، و گرنه استفاده ابزاری از آن نه تنها مشکلی ایجاد نمی‌کند، بلکه خوشایند نیز خواهد بود.



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

## منابع

ادیب حاج باقری، محسن؛ پرویزی، سرور؛ و صلصالی، مهوش (۱۳۸۹). روش‌های تحقیق کیفی. تهران: بشری.

اسلوین، جیمز (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه (مترجم: عباس گیلگوری). تهران: کتابدار.

اسمیت، فیلیپ (۱۳۸۳). درآمدی بر نظریه فرهنگی (مترجم: حسن پویان). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

باومن، زیگمونت (۱۳۸۴). عشق‌سیال؛ در باب ناپایداری پیوند‌های انسانی (مترجم: عرفان ثابتی). تهران: نشر ققنوس.

پاشایی، فاطمه؛ نیک بخت نصرآبادی، علیرضا؛ توکل، خسرو (۱۳۸۷). تجربه جوانان از زندگی با اینترنت: مطالعه‌ی کیفی. مجله علوم رفتاری، ۲(۴)، ۳۳۳-۳۳۷.

جوادی یگانه، محمدرضا؛ کوثری، مسعود؛ و خیرخواه، طاهره (۱۳۹۱). تلفن همراه و کارکردهای آن برای کاربران ایرانی، با تأکید بر تقاضاهای جنسیتی. فصلنامه مطالعات تحقیقات اجتماعی، ۱(۲)، ۵۴-۲۲.

خبرگزاری تسنیم (۱۳۹۵). آمار کاربران عضو شبکه‌های اجتماعی / ۵۹ درصد دنیا سرگرمی هستند. برگفته از <http://ln.ai/1295256>

خبرگزاری جمهوری اسلامی (۱۳۹۴). ضریب نفوذ اینترنت در ایران ۵۳ درصد و تعداد کاربران ۴۰ میلیون است. برگفته از: <http://www.irna.ir/fa/News/81789708>

سعدي‌پور، اسماعيل (۱۳۹۳). اثرات اینترنت بر جامعه‌پذیری نوجوانان. فصلنامه جامعه، فرهنگ، رسانه، ۳(۱۰)، ۱۰-۸۳.

سورین، جوزف؛ و تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات (مترجم: علیرضا دهقان). تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۵). فردگرانی جدید و تلفن همراه: تکنولوژی فردگرانی و هویت. مجله جهانی رسانه، ۱(۱).

عبداللهیان، حمید؛ زاهدی، محمدجواد؛ و شیخ انصاری، مهین (۱۳۹۲). ارزیابی ساختار، کنش‌های متقابل، گمنامی و بازنمایی خود در چهار شبکه اجتماعی مجازی. دوفصلنامه رسانه و فرهنگ، ۳(۶)، ۲۹-۱۰۳.

عزیزی‌نژاد، بهاره؛ پورحیدر، رحیمه؛ رنجی، ژیلا؛ و قلی‌نژاد، زعفر (۱۳۹۳). بررسی وضعیت اعتماد به اینترنت در میان دانشجویان و رابطه آن با مؤلفه‌های شخصیتی و اضطراب. مجله دانشکده پرستاری و مامایی، ۱۲(۱۰)، ۹۵۹-۹۶۴.

علی‌پور، صمد؛ قاسمی، وحید؛ و میرمحمدتبار، سیدمحمد (۱۳۹۳). تأثیر شبکه اجتماعی فیسبوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۷(۱)، ۲۸-۱.

doi: 10.7508/ijcr.2014.25.001

فرگاس، جوزف پی. (۱۳۷۹). روان‌شناسی تعامل اجتماعی: رفتار میان فردی (مترجم: مهرداد فیروزبخت و خشايار بیگی). تهران: ابجد.





پدیدارشناسی تجربه  
کاربران از ...

فلیک، اووه (۱۳۸۸). درآمدی بر تحقیق کیفی (ترجمه: هادی جلیلی). تهران: نشر نی.

قاسمی، وحید؛ ملک‌احمدی، حکیمه (۱۳۸۹). تبیین اعتیاد به اینترنت در بین کاربران کافی نت‌های شهین شهر. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*, ۱۷(۴)، ۵۱-۷۷. doi: 10.22082/cr.2010.23800

کاستلز، امانوئل؛ و اینس، مارتین (۱۳۸۳). گفتگوهایی با امانوئل کاستلز (ترجم: حسن چاوشیان و لیلا جواشانی). تهران: نشر نی.

کفاسی، مجید؛ وفتحی، سروش (۱۳۸۴). هربرت مارکوزه و نظریه انتقادی. *فصلنامه مطالعات علوم اجتماعی ایران*, ۴(۳)، ۸۷-۱۰۷.

کوثری، مسعود؛ و خیرخواه، طاهر (۱۳۸۷). تحلیل محتوای پیام‌های کوتاه دانشجویان دانشگاه‌های تهران. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*, ۱(۲)، ۵۷-۷۷.

گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۶). گفتگو در دنیای مجازی (تأثیر فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی بر گفتگوی میان فرهنگ‌ها). *پژوهش علوم سیاسی*, ۴، ۱۶۵-۱۷۷.

گیدزن، آتنونی (۱۳۸۸). چشم‌اندازهای جهانی (ترجم: محمدرضا جلایی‌پور). تهران: طرح نو.

مارسن، جورج (۱۳۹۳). هایدگر، هابرمان و تلفن همراه (ترجم: محمود مقدس). تهران: نشر افسون خیال.

محمدپور، احمد (۱۳۸۹) روش در روش درباره ساخت معرفت در علوم انسانی، تهران: جامعه‌شناسان.

مک‌کوابل، دنیس (۱۳۸۵). مخاطب‌شناسی (ترجم: مهدی منتظرقائم). تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

منتظرقائم، مهدی؛ و کاوند، رضا (۱۳۹۳). نحوه خوانش و رمزگشایی شبکه‌های فارسی زبان مهاواره‌ای؛ مطالعه موردنی خوانش جوانان تهران از شبکه‌های سیاسی و تغیریحی فارسی زبان. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*, ۳(۳)، ۷-۱۰۷.

نیکبخت نصرآبادی، علیرضا؛ و صانعی، اشرف السادات (۱۳۸۳). روش‌شناسی تحقیقات کیفی در علوم پژوهشی، تهران: برای فردا.

ولیامز، کوین (۱۳۸۶). درک تئوری رسانه (ترجم: رحیم قاسمیان). تهران: انتشارات ساقی.

حال، استرات (۱۳۸۲). رمزگذاری و رمزگشایی (ترجمان: شهریار وقفی‌پور و نیما ملک‌محمدی) در سایمون دیورینگ، مجموعه مقالات مطالعات فرهنگی، تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما.

هومن، حیدرعلی (۱۳۸۵). راهنمای عملی پژوهش کیفی. تهران: سمت.

Crystal, D. (2001). Keypad shorthand. *The A-Level English Magazine*, 11, 26-27.

Crystal, D. (2004). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.

Crystal, D. (2008). *Txtng: The Gr8 Db8*. Oxford: Oxford University Press.

Habermas, J. (1985). The theory of communicative action. Vol. 1: reason and the rationalization of society (Thomas McChart, Trans.). Boston: Beacon Press.

Padilla-Walker, L. M., Coyne, S. M., & Fraser, A. M. (2012). Getting a high speed family connection: association between family media use and family connection. *Family Relations*, 61(3), 426-440. doi: 10.1111/j.1741-3729.2012.00710.x

Palen, L., Salzman, M., & Youngs, E. (2001). Discovery and integration of mobile communications in everyday life. *Personal and Ubiquitous Computing*, 5(2), 109–122.  
doi:10.1007/s007790170014

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *From on the Horizon*, 9 (5), 1-6.

Shin, H. K., Kim, K. K. (2010). Examining identity and organizational citizenship behaviour in computer-mediated communication. *Journal of Information Science*, 36 (1), 114–126.

Zhao, Sh., Grasmuck, Sh., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24, 1816–1836.  
doi: 10.1016/j.chb.2008.02.012



فصلنامه علمی- پژوهشی

۱۲۴

دوره دهم  
شماره ۳  
پاییز ۱۳۹۶