

فردگرایی جدید و تلفن همراه: تکنولوژی فردگرایی و هویت

سعید رضا عاملی

استادیار گروه ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران ssameli@ut.ac.ir

برای بسیاری از نسل جوان، ارتباط موبایلی، "خط ارتباطی زندگی" محسوب می شود.

(والسکی، ۲۰۰۳: ۴۴۹، به نقل از اوکسمن و روتینن، ۲۰۰۱).

برای نسل جوان، زندگی بدون موبایل غیر قابل تصور است و به نوعی موبایل "ادامه دست"

محسوب می شود. (آمیت شوکلا، ۲۰۰۵)

چکیده: موبایل نه صرفاً بعنوان یک تکنولوژی جدید مخابراتی، بلکه به عنوان یک صنعت همه رسانه ای فرد مورد توجه مطالعات فرهنگی قرار می گیرد. فردگرایی پدیده ای است که محصول تحولات مربوط به حوزه فهم، تجربه اجتماعی و توسعه تکنولوژی های ارتباطی است که ابزار مند شدن آن با موبایل، وجوه جدیدی از فهم فردیت را بازتولید کرده است. این سؤال جدی مطرح است که آیا تا کنون تجربه فردی و در عین حال تجربه های اجتماعی فرد با "تکنولوژی فردی"، ابزارمند شده است یا خیر؟ به نظر می رسد همه صنایع ارتباطی قبلی ضمن فردی بودن، به حوزه فردی فرد استقلال نمی بخشیده و بستر توسعه فردی را فراهم نمی کرده است. موبایل مهمترین تکنولوژی فردی است که ضمن ایجاد "خلوت مستقل فردی" رابطه اجتماعی فرد را در یک بستر شبکه ای معنا دار کرده است و می توان از آن تعبیر به "تکنولوژی همه رسانه ای فردی" نمود. در این مقاله ابتداءً نگاه مفهومی و نظری خواهیم داشت به جنبه های فردی و هویتی موبایل و سپس با نگاه به عناصر توسعه فردی موبایل به تحلیل مطالعه موردی که نگارنده در خصوص ارتباط موبایل با هویت فردی و زندگی روزمره داشته است، پرداخته خواهد شد. در بخش دوم مقاله ابعاد کمی مطالعه منعکس می شود و در بخش سوم نتایج کیفی تحیق در قالب جنبه های شخصی و خصوصی موبایل مورد بحث قرار خواهد گرفت

کلیدواژه ه: تلفن همراه، فردیت، هویت فردی. زندگی روزمره، اس ام اس، تکنولوژی فردی، دسترسی فوری و فرهنگ فوری،

حوزه خصوصی زندگی.

مقدمه:

فردگرایی پدیده‌ای است که محصول تحولات مربوط به حوزه فهم، تجربه اجتماعی و توسعه تکنولوژی‌های ارتباطی است. این سؤال جدی مطرح است که آیا تا کنون تجربه فردی و در عین حال تجربه‌های اجتماعی فرد با "تکنولوژی فردی"، ابزارمند شده است یا خیر؟ به نظر می‌رسد همه صنایع ارتباطی قبلی ضمن فردی بودن، به حوزه فردی فرد استقلال نمی‌بخشیده و بستر توسعه فردی را فراهم نمی‌کرده است. موبایل مهمترین تکنولوژی فردی است که ضمن ایجاد "خلوت مستقل فردی" رابطه اجتماعی فرد را در یک بستر شبکه‌ای معنا دار کرده است. موبایل بعنوان وسیله ارتباطی مطرح است که ظرفیت‌های رو به توسعه آن، این ابزار ارتباطی را تبدیل به ظرفیت کامپیوتری و چند رسانه‌ای کرده است. با این نگاه، تلفن همراه "تکنولوژی فردی" محسوب می‌شود که حوزه استقلال جدیدی از "فرد گرایی" را منعکس می‌کند. این فردگرایی لزوماً با "خود خواهی" باز تعریف نمی‌شود، بلکه لایه "انتخابگری فردی" را منعکس می‌کند که بصورت ابزارمند حوزه مستقل تری را برای فرد فراهم کرده است. در این روند، موبایل توسعه کامپیوتر و اینترنت محسوب می‌شود که ظرفیت دیجیتالی را فراهم آورده است که "انعطاف گسترده‌ای" را برای فرد بوجود آورده است. این توسعه تابع توسعه‌های دیجیتالی با منطق ریاضی است که ترکیب، تقسیم، ضرب و منها شدن را امکان پذیر می‌کند. در این روند داده‌ها اعم از متن، قابلیت هر نوع تغییر و ترکیب را پیدا می‌کنند.

نظام برنامه‌ای تلفن همراه، قابلیت‌های متنوع چند رسانه‌ای و ظرفیت‌هایی مثل صدا برداری، فیلم برداری و عکاسی و علاوه بر آن اتصال به اینترنت و انطباق پذیری برنامه‌های کامپیوتری را پیدا کرده است. اگر عناصر مادی نیازهای فردی را در یک تعامل اجتماعی، عناصری مثل لباس، وسیله حمل و نقل و "وسایل شخصی" زندگی فرد بدانیم، تلفن همراه نیز بر نیازهای فردی اجتماعی فرد اضافه شده است. موبایل یک رنگ محسوب می‌شود که شاخص "ابراز فردی" نیز شده است. وقتی شما زنگ خاص را به شماره خاص وصل می‌کنید، ایجاد یک رنگ هویتی برای تماس‌های خود می‌کنید و در واقع زنگ خاص موبایل "نمایندگی" می‌کند یک معنای

اجتماعی را که با خود کدهای هویتی را به همراه دارد. همانطور که منتظر قائم (۱۳۸۲) در سنخ شناسی رادیو و دوران معاصر طرح می کند، تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات، حوزه تحولات ارتباطی و اجتماعی را توسعه بخشیده و قلمروهای گسترده ای مثل محله، شهر، کشور و منطقه را به همه جهان توسعه بخشیده است. لذا "سایت قدرت ارتباطی" یک عرصه جهانی پیدا کرده است. از این منظر تلفن همراه یعنی فرد در همه حال، پیوند خورده با جهان.

موبایل یک سیستم ارتباطی بدون سیم است که امکان دسترسی را در شرایط متفاوت و جغرافیای متفاوت فراهم می کند. بر این اساس، تلفن همراه نماد "ارتباط همه جا حاضر" است. این خصیصه موبایل را به مفهوم "جامعه مجازی فراگیر" نزدیک می کند. از طرف دیگر تلفن همراه بعنوان یک تکنولوژی کاریزماتیک در مقایسه با تکنولوژی های موبایل دیگر مثل کامپیوتر های لپ تاپ و تلفن ماشین، تجسم فرهنگی پیدا کرده است و بصورت گسترده ای وارد مسیر زندگی اجتماعی شده است (فورچونیتی، ۲۰۰۱). تلفن همراه از قابلیت مردمی بودن، فراگیر بودن و کثرت کاربران برخوردار است. تلفن همراه یک صنعت ارتباطی چند رسانه ای است که به نوعی بازگشت به سنت ارتباطی اولیه یعنی تلفن های بی سیم که آغاز صنعت ارتباطی است، محسوب می شود. این صنعت ارتباطی و چند رسانه ای، همچون اجداد خود یعنی تلفن های ثابت مهمترین صنعت تعاملی ارتباطی است که هر دو طرف ارتباط یعنی فرستنده و گیرنده پیام فعال هستند و بصورت همزمان همچون حضور رو در ایجاد تعامل می کنند و در این روند تفاوت بین فرستنده و گیرنده را از بین می برند. در روند پیشرفت موبایل، موبایل کامپیوتر ها یک نقطه عطف محسوب می شوند که به لحاظ فنی یک کاربرد پیشرفته از نظامهای کامپیوتری قابل حرکت است که در عین حال که ظرفیت روابط شبکه ای ارتباطی را فراهم می کند، از ظرفیت های "نظام فراگیر کامپیوتری" نیز برخوردار است (ین و همکاران، ۱۹۹۷). روند تحولات رسانه ای و دو فضای شدن جهان، ضرورت تحول معرفتی در فهم مقوله های اجتماعی را به بقول عبداللهمیان (۱۳۸۴) ضرورت می بخشد. از همین منظر مطالعات مربوط به موبایل و فرهنگ و یا اجتماعی شدن، ساز و کار متفاوتی را نیاز دارد.

پالن، سالزمن و یونگ (۲۰۰۱) طی مطالعه کیفی روی فرایند اجتماعی شدن موبایل در زندگی روزمره مطالعه کردند. در این مطالعه ۶ هفته اول استفاده از موبایل ۱۹ نفر مورد توجه قرار گرفت. این مطالعه نشان می دهد که فرد از یک نقطه مبهم و استفاده گسترده به مرحله استفاده بهینه و مشخص منتقل می شود. بطور کلی می توان گفت استفاده از موبایل یک امر فردی است که شدیدا تحت تاثیر عوامل و فرایندهای اجتماعی است. این مطالعه نشان می دهد که روندی رو به تغییری در نهادینه شدن موبایل در روند اجتماعی شدن آن در زندگی فردی کاربر دارد. در دسترس بودن دائمی، مزاحمت ها و یا دردهای و یا برنامه های ناخواسته زیادی را به فرد تحمیل می کند. خاموش کردن موبایل نیز می تواند منشاء خستگی، انتظار و یا تنش های روحی طالب تماس واقع شود و به نوعی موجب تضعیف کارآمدی فرد شود. لذت گرایی، میدان دید داشتن و روشننگری، خصیصه های نسل جوان در تعامل با تلفن همراه تشخیص داده شده است (ویلسکا، ۲۰۰۳). استفاده از موبایل در میان جوانان و نوجوانان بعنوان ابزار سرگرمی و ارتباطات بین گروهی و توسعه فضاهای "همزمان دوستی" امر فراگیری است که صنعت جدیدی را به حوزه سرگرمی ها اضافه کرده است. در کشور فنلند در سال ۱۹۹۴، ۳۰ درصد نسل جوان بین ۱۶ تا ۲۴ سال تلفن همراه داشته اند و طی مدت کوتاه یعنی سال ۱۹۹۸ این میزان به ۹۰ درصد افزایش پیدا کرد. از آن تاریخ میزان مصرف بصورت پیوسته افزایش پیدا کرد و سن مصرف را کاهش داد. در سال ۲۰۰۱ یک سوم بچه های ۷ تا ۱۰ سال صاحب موبایل بودند و ۷۰ درصد آنها اجازه استفاده از موبایل بصورت معمول را داشته اند (ویلسکا، ۲۰۰۳:۴۴۴).

به مرور موبایل از یک وسیله ارتباط صرف به یک ابزار چند منظوره شخصی توسعه پیدا کرده است. مطالعات ویلسکا (۲۰۰۳) نشان می دهد که بطور میانگین جوانها در روز ۶ تا ۸ تلفن و به همین تعداد پیام تبادل می کنند. ۹۳٪ افراد از تقویم، زنگ ساعت و ماشین حساب موبایل استفاده می کنند. و بطور متوسط ۷۹٪ جوانها از زنگ جدید و لوگو جدید استفاده می کنند. کارکرد های جدید موبایل محل توجه نسل جوان هست و به همین دلیل شرکت های تجاری روی کارکردهای جدید موبایل تاکید می کنند. موبایل ظرفیت ابزاری شده است برای

“تعاملات جمعی همزمان” که فرد را با افراد و موسسات و از طرفی با علائق مختلف اعم از امور تفریحی و سرگرمی ها و همچنین مسائل جدی کاری و حتی پیوند های جماعتی و دینی مرتبط می سازد. امروز مراکز دینی هم در عالم مسیحیت و هم در عالم اسلام از ظرفیت های موبایل برای پیوند روزمره فردی با کاربران موبایل استفاده می کنند. کاتولیک ها با اعلام علاقه به دریافت پیام های معنوی، بصورت روزانه “پیام های معنوی دریافت می کنند. مثلا در ایرلند با تماس با شماره ۵۳۱۴۱ این امکان فراهم می شود که ۱۰ دقیقه پیام های مذهبی را به صورت صوتی گوش دهند. در تایوان، از تصویر مذهبی برای صفحه اصلی موبایل گرفته تا صدای زنگ موبایل و پیام های دینی ظرفیت سازی شده است و یا مسلمانان در سراسر جهان با استفاده از موبایل اف ۷۱۰۰ که توسط کمپانی ال جی کره جنوبی طراحی شده، امکان اعلام اوقات نمازه برای ۵۰۰ شهر جهان فراهم شده است. دینی شدن موبایل به قلمروهای دیگر نیز توسعه پیدا کرده است. جهت قبله و امکان پرداخت صدقات و کمک های مالی مثل خمس و زکات توسط موبایل فراهم شده است. مثلا صدقه روزانه که توسط موبایل صورت می گیرد و روی قبض موبایل منعکس می شود (اکونومیست، ۱۰ مارچ ۲۰۰۵). پخش اذان نماز که قابل انطباق با اکثر کشورهای جهان هست، نیز کارکردهایی را در موبایل های جدید بوجود آورده است که این تکنولوژی را ضمن اجتماعی بودن، فرهنگی بودن، اقتصادی بودن، تبدیل به یک “صنعت دینی” نیز نموده است. در واقع با وصل شدن کامپیوتر و کامپیوتری شدن موبایل، موبایل بعنوان یک “صنعت کامپیوتری برتر” مطرح شد که ضمن برخورداری از همه قابلیت های کامپیوتر، از امکاناتی مثل عکاسی، فیلمبرداری و ضبط صوت برخوردار است و در عین حال همه امکانات مورد نیاز حرفه ای و در عین حال انواع سرگرمی های شخصی را برای کاربر فراهم می آورد. این ظرفیت در سیستم های “منشی شخصی دیجیتالی” در یک ظرفیت آسان و خود راهبر طراحی شده است. در این مقاله ابتداء نگاه مفهومی و نظری خواهیم داشت به جنبه های فردی و هویتی موبایل و سپس با نگاه به عناصر توسعه فردی موبایل به تحلیل مطالعه موردی که نگارنده در خصوص ارتباط موبایل با هویت فردی و زندگی روزمره داشته است، پرداخته خواهد شد. در بخش دوم مقاله ابعاد کمی مطالعه

منعکس می شود و در بخش سوم نتایج کیفی تحقیق در قالب جنبه های شخصی و خصوصی موبایل مورد بحث قرار خواهد گرفت.

موبایل، هویت فردی و فردگرایی

هویت فردی، منعکس کننده تلقی است که فرد از خود و دیگری از او دارد. چگونگی خود و یا فرد، در ارتباط معنا داری با ذهنیت و عینیت های فردی است. تلقی فرد از زندگی و انتظارات او از "نقش اجتماعی" و "حوزه فردی" همراه با نوع ارتباطی که با دیگران در مسیر زندگی برقرار می کند حوزه فردی او را شکل می دهد. فردگرایی اشاره به یک حوزه ترجیحی دارد که "جهان فعال و ارزشی" فرد را تشکیل می دهد. وجه منفی فرد گرایی "خود خواهی" و یا "خود مرکزی" است که موجب بی توجهی فرد به مسائل و مشکلات دیگران می شود. وجه مثبت آن عدم دخالت در حوزه فردی دیگران و توجه به "امر شخصی" خود است. از طرفی فرد گرایی، اشاره به "جهان مستقل فرد" و انتخاب های مستقل و فراجمعی و یا شکسته شدن نظام "هنجار اجتماعی" در یک جامعه است. به تعبیر الیوت و مارگارات تاچر در زمان نخست وزیری خود جمله معروفی را طرح کرد که منعکس کننده جامعه آروز غرب و توسعه آن به سایر جوامع در جهان جدید بود. او گفت جامعه جدید، چیزی نیست مگر "افراد" و "خانواده". به عبارتی هویت جمعی اجتماعی را مورد سؤال قرار داد (الیوت و لمرت، ۲۰۰۶). از نظر الیوت و لمرت، فرد گرایی در این معنا، یک نوع فاصله گرفتن از توده ها و یا "رفتار توده ای" است. عوامل ساختاری مثل توسعه انتخاب های فردی، از بین رفتن حوزه استقلال بومی، وصل شدن به جهان ها و فرهنگ های متکثر، جامعه یکپارچه قدیم را که با نظام هنجاری جمعی فهمیده می شد، به تکثر فردی با پیوندهای حرفه ای، دوستی و خانوادگی تبدیل کرده است که برای درک آن باید فرد را کانون توجه قرار داد (همان منبع: ۱۰). از نگاه انتونی الیوت (۲۰۰۵) در کتاب "مفاهیم خود"، خود از یک ماهیت منعطف، شکننده، تجزیه پذیر و غیر مرکزی برخوردار است. بر همین مبنا، خود مفهومی است که در جامعه پیچیده جدید، موضوع "پراکندگی" و چند رگه ای شدن هویتی و حوزه مستقل اجتماعی، شده است. از همین منظر است که تحلیل

”فرد“ در روندی های جدید لذت گرائی، جدای از حلقه های ”هنجاری خانوادگی، خویشاوندی و دوستی“، قابل فهم می باشد. روشن است که فرد به تنهایی هویت و ”خودیت“ خود را نمی سازد، بلکه ”تکنولوژی“ و نوع تعامل با ”دیگری“ است که در مسیر ”زندگی روز مره“ هویت و خود را می سازد. ”جبرهای اجتماعی“ و ”جبرهای تکنولوژیک“ در این روند نقش مهمی را ایفاء می کنند. از این منظر، موبایل هم بعنوان یک ابزار ارتباطی و هم بعنوان یک ابزار رسانه ای و بعنوان یک نقش اجتماعی که در واقع ”امکان دسترسی لحظه ای“ را فراهم می آورد، قابل مطالعه است. به تعبیر وثوقی، میرزایی و رحمانی (۱۳۸۴) در این روند فرد خود یک هدف غایی و مهم است.

موبایل یکی از فردی ترین ابزار زندگی امروز است که امکان ”خود اظهاری هویتی“ را فراهم می آورد. وقتی فرد از خانه خارج می شود، کلید منزل، کیف پول و موبایل را با خود همراه می کند. ابزاری است که قابلیت انعطافی ارتباطات را فراهم کرده است. (۱) امکان ارتباط دو سویه یا چند سویه دائمی، (۲) قابل برنامه ریزی بودن ارتباطات، (۳) انتخابی بودن پذیرش ارتباطات، (۴) انتخابی بودن در دسترس بودن و در دسترس نبودن، (۵) استفاده های چند منظوره رسانه ای، گوش دادن به رادیو، موسیقی و تماشای تلویزیون و ورود به جهان مجازی اینترنت. این قابلیت ها، خصلت های است که کانونی بودن فرد و خواسته های فرد را معنا می بخشد. عرصه های دیگری که انتخاب فرد و هویت فردی را در تعامل با موبایل تجسم می بخشد (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 بدون سیم که نمادهای هویتی از تشخص و یا ویژگی های فردی را منعکس می کند. باید توجه داشت که موبایل فضا و حس واقعی تری را در ارتباطات انسانی در مقایسه با سایر وسایل ارتباط جمعی فراهم آورده است. فرد بدون سناریو در تعاملی زنده با فرد یا افراد دیگر قرار می گیرد. این تعامل در سطح یک ارتباط صوتی تمام نمی شود، بلکه از خصلت ارتباط صوتی و تصویری و در عین حال ارتباط همراه با رویت تصویر و یا ارتباط از طریق نامه الکترونیک و یا ارسال صدا و تصویر بصورت پیام نیز برخوردار است. مثلا در قلمرو دینی این ارتباط، کلیسای یکشنبه را و یا مسجد جمعه و اوقات نماز را به یک ارتباط گسترده تر با

واسطه موبایل تبدیل کرده است. کاتولیک ها می توانند با ورود به فضایی خاص "پیام معنوی روزانه" را از "پاپ" دریافت کنند. در ایرلند با شماره خاصی (۵۳۱۴۱)، کاربران موبایل وارد فضای معنوی می شوند. عیسویان ایرلندی نیز بخش خدماتی را به نام "تماس مقدس" طراحی کرده اند که فرد بصورت روزانه از طریق موبایل های تیز هوش، وارد فضای معنوی می شود و بصورت انتخابی در زمانی ۱۰ دقیقه ای گوش دل به پیام های و قطعات مقدس می دهد. تقدس حتی به خود ابزار منتقل شده است و در موبایل های تیز هوش جدید، قطب نمایی تعبیه شده است که امکان یافتن جهت خانه خدا را فراهم می کند (اکونومیست، ارتباط معنوی، ۱۰ مارچ ۲۰۰۵).

کلمه "فرد گرایی" در قرن نوزدهم توسط توکویل تعریف شد. او فرد گرایی را منعکس کننده، پدیده منزوی شدن فرد در جامعه آمریکائی قرن نوزدهم می دانست (کواتس، ۲۰۰۶). با این نگاه فرد گرایی محصول "قدرت گرفتن هویت جمعی" است. اندریس بوس (۲۰۰۰:۱) ریشه شکل گیری فرد گرایی را به تحولات برخاسته از "تهست های دینی" در قالب اخلاق پروتستان می داند. آنتونی گیدنر (۲۰۰۱:۶۱) فردگرایی جدید را محصول جهانی شدن و در واقع تحولات ناشی از صنعت ارتباطات می داند. از نظر او "فردگرایی" در دوره جدید در مقایسه با کل گذشته تاریخ، ابزارمندتر شده است. در فضای جدید، از نظر گیدنر، هنجارهای جمعی و "کدهای اجتماعی" منبع هویت فردی نیست، بلکه فرد در تعامل با فضاها و هنجارهای خارج از محیط خود قرارداد. جهانی شدن به معنای جدید آن، ظرفیت فردگرایی را توسعه بخشیده است، محدوده های جغرافیائی ارتباطات را از بین برده، محدودیت های انگیزه ای فرد را که در کانون "اقلیم فرهنگی محلی" تعریف می شده، به "اقلیم های فرهنگی فرامحلی" توسعه داده است. انتخاب های فردی را "تنوع" و "تکثر" بخشیده، نگاه فرامحلی را در ظرفیت های "محلی گرایی"، "جهانی گرایی" و محلی-جهانی گرایی "تنوع و توسعه بخشیده است. تکثر، تنوع، توسعه و انعطاف فضای جدید و بی معنا شدن "دور" و "نزدیک" و از همه مهمتر شکل گیری جهان موازی جدید در کنار جهان شناخته شده قدیم یعنی دو فضائی شدن جهان (عاملی، ۱۳۸۲، ۱۳۸۳) فردیت و فردگرایی را "لایه ای" و به صورت همزمان متکثر کرده است. اگر بتوانیم لایه های مختلف فرد و فردیت را تعریف کنیم، فهم فضای تعاملی

امروز آسان می شود. لذا قبل از تحلیل لایه های فرد و فردیت لازم است تفاوت فرد و فردیت را توضیح دهیم تا از این زوایه تفاوت بین شکل و محتوا برجسته شود. فرد یا شخص، اشاره به واحد انسانی یا حتی حیوانی دارد که یک فرد را از دیگری جدا می کند و به نوعی منعکس کننده شکل و قالب است. فردیت منعکس کننده معنا، شخصیت و هویت فرد است که "بر" و در "فرد" انعکاس می یابد. بنا بر این، فرد و فردیت به هم پیوسته و مرتبط با یکدیگر هستند، اما فرد قالب را منعکس می کند و فردیت "محتوای این قالب" را بیان می کند. به نظر می رسد، پیوند موبایل و فرد، ۵ لایه مهم را برای فردیت فرد بدنبال می آورد

(۱) توسعه فردی

(۲) توسعه نظام ارتباطات بین فردی

(۳) توسعه انتخاب ها و تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فرد

(۴) تغییر در پیوندها، دلبستگی های فردی و حوزه خصوصی زندگی

(۵) دسترسی فوری یا فرهنگ فوری

تلفن موبایل بعنوان "ابزار فردی" که فردیت را ایزار مند می کند و حوزه علائق فردی را تسهیل می کند، می تواند با لایه های مختلف فردیت پیوند معنا داری برقرار کند. در بخش بعدی مقاله ابتداء مطالعه موردی که در خصوص تلفن همراه و زندگی روز مره با تاکید بر فرد گرایی و تلفن همراه توسط نگارنده صورت گرفته معرفی می شود و سپس با تاکید بر پیامدهای پنجگانه فردی تلفن همراه، به تحلیل داده های کمی و کیفی این مطالعه پرداخته خواهد شد.

۲. مطالعه موردی در ایران: تلفن همراه بعنوان تکنولوژی ارتباطی فردی

در این قسمت، بخشی از پژوهش میدانی در خصوص موبایل، هویت و زندگی روزمره که توسط نگارنده صورت گرفته منعکس می شود. به همین منظور، پرسشنامه روی خط (آن لاین)، همراه با توزیع پرسشنامه در فضای

واقعی هر دو گروه را هم در فضای واقعی و هم در فضای مجازی با سؤال های مربوط به تلفن همراه، هویت و زندگی روزمره مورد سؤال قرار داد. در این پرسشنامه هم در سؤال های بسته و هم در سؤال های باز، جنبه های فردی و هویتی پاسخگوها مورد بررسی قرار گرفت. به مدت ۵ هفته پرسشنامه را در اختیار کاربران "هات میل" و "ياهو" و همچنین از طریق وب لاگ ها بصورت نمونه گیری تصادفی، افراد مختلف با خصوصیات متفاوت مورد سؤال قرار گرفتند. روش تحقیق ترکیبی کمی و کیفی که هم به تحلیل اطلاعات آماری و هم به تحلیل پاسخ های کیفی پاسخگوها توجه می کند، مورد استفاده قرار گرفت. تحلیل آماری بر فراوانی داده ها و معنادار بودن آماری روابط بین متغیر های تاکید می کند و اطلاعات کیفی که از پرسشنامه های باز استخراج شده است، ابعاد عمیق تری از نظر پاسخگوها را منعکس می کند و لزوما دیدگاه پاسخگوها را در چهارچوب پاسخ های تعیین شده توسط محقق قرار نمی دهد. روش ترکیبی در مطالعات زیادی توسط نگارنده این مقاله (عاملی، ۲۰۰۲، عاملی و همکاران، ۲۰۰۴ الف، ۲۰۰۴ ب، ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶) مورد استفاده قرار گرفته است و در این تجربه، نتایج معنا دار و عمیقی از این تجربه انعکاس پیدا کرده است. در این بخش لایه های مختلف فردیت را که در عرصه تحولات تکنولوژیک و خصوصا با آمدن "تکنولوژی فردی موبایل" که هم حلقه مستقل فردی را فراهم آورده است و هم فرد را از همه گذشته تاریخ متصل تر و مرتبط تر با دیگری قرار داده است مورد توجه قرار گرفته است. پنج عنصری را که در بخش قبل، بعنوان لایه های مختلف فردیت در پرتو "فردگرایی" جدید منعکس شد، مورد آزمون قرار می گیرد.

۱-۲ توسعه های فردی در پرتو موبایل

در درجه اول باید توجه داشت که علیرغم ظرفیتهای گسترده ای که موبایل در قلمروهای مختلف پزشکی، حرفه ای، رسانه ای، دینی و سرگرمی ها دارد، دو ظرفیت مهم تلفن همراه یعنی تماس تلفنی و ارسال و دریافت "پیام متنی" و همچنین "پیام صوتی" و "پیام تصویری" استفاده غالب و شایع آن می باشد. این دو قابلیت، ظرفیت های فردی را توسعه می بخشند و همچنین حوزه خصوصی فرد را توسعه می دهند. نمونه این تحقیق نشان می دهد

بخش قابل توجهی از کاربران موبایل از قابلیت پیام متنی تلفن همراه استفاده می کنند. همانطور که در جدول ۱ منعکس شده است، از میان ۷۰۰ پاسخگوی، ۷۶ درصد از سیستم فعال ارسال پیام متنی استفاده می کنند. پیام متنی چه در قالب "نوشته"، "صدا" و یا "تصویر" لایه عمیق تری از اندیشه انسانی را منعکس می کند و لزوماً به معنای انعکاس "فرهنگ و اندیشه فوری" نیست.

جدول ۱: آیا سیستم اس ام اس تلفن همراه شما فعال هست؟

پاسخ	تعداد	درصد
بله اس ام اس تلفن همراه فعال است.	۵۳۲	۷۶٪
خیر اس ام اس تلفن همراه فعال نیست.	۱۶۸	۲۴٪
تعداد کل	۷۰۰	۱۰۰٪

در سئوالی که از پاسخگوها سئوال شده است که آیا پیام های را که به دلال محدودیت ها و یا محذور های اجتماعی بصورت چهره به چهره به دیگران منتقل نمی کنید، از طریق پیامهای متنی، ارسال می کنید یاخیر؟ بیش از ۴۰ درصد گفته اند، بله و فقط ۱۳٪ اعلام کرده اند که تلفن همراه چنین نقش واسطه ای را ایفاء نمی کند. جمعیت قابل توجهی (۴۶٪) اظهار کرده اند که برای آنها تفاوتی نمی کند. این نشان می دهد که موبایل نقش مهمی در تغییر نظام هنجاری بین فردی دارد و به نوعی "محدودیت های هنجاری" را کاهش می دهد. درصد قابل توجهی از کسانی که موبایل را ابزار ارسال پیام های خصوصی خاص می دانند، جامعه دانشجویان (۵۲/۲٪) هستند، که این نسبت در میان کسانی که از تحصیلات دکترا (۲۸/۶٪) و یا فوق لیسانس (۳۰/۵٪) برخوردار هستند، کمتر است.

جدول ۲: آیا شما پیام هایی را که در ملاقات چهره به چهره، از بیان آن خجالت می کشید، توسط موبایل راحت تر ارسال می کنید؟

جمع	سطح تحصیلات						
	دکترا	فوق لیسانس	لیسانس	دانشجوی کارشناسی	دیپلم	دبیرستان	
۲۸۶	۴	۳۲	۷۰	۱۱۹	۴۶	۱۵	<p>آیا محبت های خصوصی را که رو در رو به دوستانتان نمی توانید بگوئید، به صورت اس ام اس به آنها می فرستید؟</p>
۰.۱۰۰٪	۴.۱٪	۲.۱۱٪	۵.۲۴٪	۶.۴۱٪	۱.۱۶٪	۲.۵٪	
۹.۴۰٪	۶.۲۸٪	۵.۳۰٪	۷.۳۸٪	۲.۵۲٪	۵.۳۶٪	۶.۳۳٪	
۹۱	۱	۱۷	۲۷	۲۲	۱۸	۶	
۰.۱۰۰٪	۱.۱٪	۷.۱۸٪	۷.۲۹٪	۲.۲۴٪	۸.۱۹٪	۶.۶٪	
۰.۱۳٪	۱.۷٪	۲.۱۶٪	۹.۱۴٪	۶.۹٪	۳.۱۴٪	۰.۱۳٪	
۳۲۳	۹	۵۶	۸۴	۸۷	۶۲	۲۵	
۰.۱۰۰٪	۸.۳٪	۳.۱۷٪	۰.۲۶٪	۹.۲۶٪	۲.۱۹٪	۷.۷٪	
۱.۴۶٪	۳.۶۴٪	۳.۵۳٪	۴.۴۶٪	۲.۳۸٪	۲.۴۹٪	۳.۵۴٪	
۷۰	۱۴	۱۰۵	۱۸۱	۲۲۸	۱۲۶	۴۶	
۰.۱۰۰٪	۰.۲٪	۰.۱۵٪	۹.۲۵٪	۶.۳۳٪	۰.۱۸٪	۶.۶٪	
۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	
							جمع

نکته قابل توجه اینکه به دلیل گران بودن موبایل در ایران، طبقه کم درآمد جامعه امکان برخورداری از تلفن همراه را ندارند. جامعه آماری مورد مطالعه این تحقیق نشان می دهد، ۸۸.۴ درصد پاسخگوها خود را متعلق به طبقه متوسط دانسته اند و فقط ۴.۹ درصد از طبقه پائین بوده اند. البته باید توجه داشت که اکثریت بالایی از ایرانی ها، علیرغم عدم برخورداری از درآمد کافی برای زندگی متوسط، خود را متعلق به "طبقه متوسط" جامعه می دانند. این مهم اشاره به قوی بودن حس حرکت و تغییر وضعیت اجتماعی و "پیشرفت طلبی" و در عین حال فرار از واقعیت در جامعه ایرانی است، یعنی افراد ترجیح می دهند خود را بعنوان طبقه متوسط معرفی کنند تا طبقه پائین.

جدول ۳: کسانی به صورت فعال از اس ام اس استفاده می کنند به تفکیک طبقه اجتماعی

جمع	گروه های درآمدی (طبقه اجتماعی)				
	طبقه بالا	طبقه متوسط	طبقه پایین		
۵۳۲	۳۹	۴۷۱	۲۲	بله	آیا سیستم اس ام اس موبایل شما فعال هست؟
۰.۱۰۰٪	۳.۷٪	۵.۸۸٪	۱.۴٪		
۰.۷۶٪	۰.۸۳٪	۷۶٪.۱	۷.۶۴٪		
۱۶۸	۸	۱۴۸	۱۲	خیر	
۰.۱۰۰٪	۸.۴٪	۱.۸۸٪	۱.۷٪		
۰.۲۴٪	۰.۱۷٪	۹.۲۳٪	۳.۳۵٪		
۷۰۰	۴۷	۶۱۹	۳۴	Total	
۰.۱۰۰٪	۷.۶٪	۴.۸۸٪	۹.۴٪		
۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪		

همانطور که قابل پیش بینی است، قابلیت‌های اضافی تلفن همراه مثل استفاده از سیستم انتقال پیام آن، رابطه معناداری با طبقه اجتماعی دارد. اس ام اس تلفن همراه ۸۳٪ کاربران طبقه بالا فعال است، در حالیکه این نسبت در میان طبقه متوسط ۷۶/۱٪ و در میان طبقه پائین ۶۴/۷٪ می باشد. این مطالعه نشان می دهد که رایج ترین استفاده متنی از موبایل، متن های "جوک" می باشد که در صد استفاده از متن های جوک در میان مردان (۶۵،۲٪) بیشتر است، در مرحله بعد پیام های کاری قرار دارد. کلمات عاشقانه نیز در مرتبه سوم قرار گرفته است که ارسال اینگونه پیام ها از ناحیه دختران رواج بیشتری دارد. جوک منعکس کننده نوعی تعامل بین قدرت، فرهنگ و فردیت در جامعه می باشد. جوک، به عنوان عامل قدرت و دشمنی موضوع مطالعه فلاسفه ای همچون هابز و ارسطو و یا بعنوان تنش و خشونت، مورد توجه روانشناسانی مثل فروید (۱۹۸۴) بوده است. کولینسون (۲۰۰۲)، جوک را بعنوان بخش سطحی رفتار اجتماعی در درون سازمان اجتماعی مورد مطالعه قرار داده و معتقد است، جوک نوعی مکانیسم مدیریت و کنترل است. جوک در فضای مجازی، در تعامل جدی با جوک در فضای واقعی است. در بسیاری از موارد نوعی فرایند این همانی را منعکس می کند و در واقع تکرار انتظارات و نگاه فرد به فرایند فرهنگی است. جوک در بسیار از موارد منعکس کننده جدی ترین پیام های اجتماعی است، در بسیاری از موارد اقتدار فرد بر دیگران و یا تنش زدائی از روابط اجتماعی و یا نوعی تخلیه روحی محسوب می

شود. با توجه به این واقعیت که وجه غالب پیام های تلفنی، جوک می باشد، لازم است تحلیل محتوای جوک و خصوصا گفتمان های غالب بر جوک که گفتمانی جنسی است مورد مطالعه و تحلیل دقیق قرار گیرد. خصوصا "راحت بودن" فضای پیام متنی تلفنی در مقایسه با گفتگوی حضوری و یا تلفنی، بستر انعکاس گسترده تر از "وجه پنهان ذهنی" را فراهم می کند که از همین منظر، تحلیل عمیق تر و دقیق از فرد، فردیت و روابط متقابل اجتماعی را منعکس می کند. در عین حال در تمامی امور فرهنگی، معانی سیاسی رفتار اجتماعی، "معانی سیاسی ذهن" را پنهان می کند و در بسیاری از موارد ظاهر و باطن فرهنگ یکی می شود و در واقع ابعاد پنهان فرهنگ کم رنگ می شود. نگاه ریموند ویلیامز (۱۹۸۹) در تحلیل جنبه های "معمولی فرهنگ" به کم رنگ شدن ابعاد پنهان توجه دارد. جوک هم ظرفیت یک رفتار سیاسی پنهان را دارد که پیام را "واژگونه" می کند و خواسته های جدی اجتماعی را در قالب یک "شوخی" و "طنز" بیان می کند و هم یک شوخی جهت تفریح و تفرج ذهن است که ابعاد معمولی فرهنگ را منعکس می کند. شوخی دیدن شوخی، طنز دیدن طنز، نگاه عادی به فرهنگ است، نگاهی است که فرهنگ را در بسیاری از موارد به جنبه های عادی ذهن و عمل اجتماعی مرتبط می داند

جدول ۴: محتوای پیام های کوتاه شما، بصورت غالب در مورد چیست؟

جمع	جنسیت		
	مرد	زن	
۲۷۳	۱۷۸	۹۵	جوک
۰.۱۰۰٪	۲.۶۵٪	۸.۳۴٪	
۰.۳۹٪	۳.۴۲٪	۱.۳۴٪	کلمات عاشقانه
۵۹	۲۸	۳۱	
۰.۱۰۰٪	۵.۴۷٪	۵.۵۲٪	کلمات حکیمانانه
۴.۸٪	۷.۶٪	۱.۱۱٪	
۱۸	۷	۱۱	معما
۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰٪	
۶.۳٪	۷.۱٪	۹.۳٪	پیام های کاری
۱	۱	۰	
۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰٪	آگهی های تبلیغاتی
۱۰۴	۸۰	۲۴	
۰.۱۰۰٪	۹.۷۶٪	۱.۲۳٪	پیام های مذهبی
۹.۱۴٪	۰.۱۹٪	۶.۸٪	
۲۳	۱۵	۸	اطلاعاتی های نیروی انتظامی
۰.۱۰۰٪	۲.۶۵٪	۸.۳۴٪	
۳.۳٪	۶.۳٪	۹.۳٪	اخبار
۵	۳	۲	
۰.۱۰۰٪	۰.۶۰٪	۰.۴۰٪	سایر موارد
۰.۵۷٪	۰.۵۷٪	۰.۵۷٪	
۷	۵	۲	جمع
۰.۱۰۰٪	۴.۷۱٪	۶.۲۸٪	
۰.۱٪	۲.۱٪	۰.۵۷٪	
۱۴	۴	۱۰	
۰.۱۰۰٪	۶.۲۸٪	۴.۷۱٪	
۰.۲٪	۰.۱٪	۶.۳٪	
۱۹۶	۱۰۰	۹۶	
۰.۱۰۰٪	۰.۵۱٪	۰.۴۹٪	
۰.۲۸٪	۸.۲۳٪	۴.۳۴٪	
۷۰۰	۴۲۱	۲۷۹	
۰.۱۰۰٪	۱.۶۰٪	۹.۳۹٪	
۰	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	

محتوای اس ام اس های که می فرستید و
با دریافت می کنید، بیشتر به چه
موضوعاتی اختصاص دارد؟

جدول ۵: نظر شما در مورد نقش موبایل در زندگی روزمره چیست؟

موبایل چه نقشی در زندگی روزمره شما داشته است؟	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی
موجب خستگی بیشتر شده است	۱۲	۷،۱
موجب تسریع در حرکت اطلاعات شده است، بنابراین مشکلات را افزایش داده است	۵۶	۰،۸
زندگی را راحتتر کرده و موجب آسایش بیشتر شده است	۱۸۶	۶،۲۶
زندگی را راحتتر و امور را حرفه ای تر کرده است	۴۱۳	۰،۵۹
تغییرات مهمی را نمی بینم	۳۳	۷،۴
جمع	۷۰۰	۰،۱۰۰

در مورد نقش موبایل در زندگی روزمره، نیز دیدگاه ها، حکایت از جایگاه مهم این "تکنولوژی در زندگی روزمره" می کند. فقط ۱/۷ درصد پاسخگوها، موبایل را عامل خستگی بیشتر و از دست دادن انرژی دانسته اند. ۸٪ پاسخگوها، ضمن اعتراف بر نقش موبایل در "حرکت آسانتر اطلاعات" بر بعد "زحمت آفرینی" آن تاکید کرده اند. ۲۶٪ پاسخگوها به نقش آسایش آفرینی و آسان سازی زندگی و ۵۹٪ ضمن تاکید بر نقش "آسایش آفرینی" موبایل بر بعد حرفه ای سازی روندهای کار و زندگی به واسطه موبایل تاکید کرده اند. درصد کوچکی (۴/۷٪) نیز معتقد به این هستند که موبایل تغییر جدی در زندگی بوجود نیآورده است.

۲-۲ موبایل و توسعه ارتباطات بین فردی

"آزادی" و "احساس آزادی" دو مفهوم به هم مرتبط ولی قابل تفکیک از یکدیگر می باشند. آزادی در یک کشور بستگی به فرصت ها و محدودیت های قانونی و عملی دولت ها دارد که در قوانین مدنی و نظام شهروندی پیش بینی شده و در عمل مورد توجه قرار می گیرد. آزادی در معنای مصطلح خود به اشکال مختلف قدرت انتخاب و مشارکت افراد جامعه را در امور سیاسی و زندگی روزمره توسعه می بخشد. اما "احساس آزادی" یک پدیده اجتماعی است که در ذهن فرد انعکاس پیدا می کند، بنابراین یک بعد شناختی، احساسی و در عین حال معرفتی نسبت به آزادی دارد. احساس آزادی بر "آرامش اجتماعی"، "احساس امنیت" و کاهش "احساس ناستالژیک"

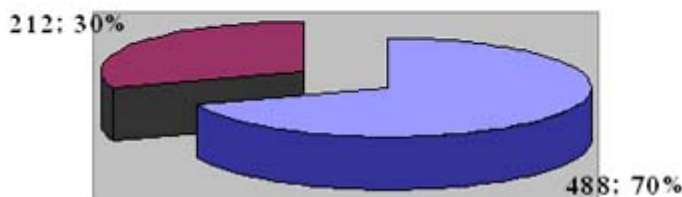
نسبت به سایر جوامع، می‌گذارد. آزادی و احساس آزادی در یک فرایند معکوس در ارتباط معنا داری با "فقر" و "احساس فقر" می‌باشد. از این منظر، تکنولوژی و قدرت و یا به تعبیر دیگر، "تکنولوژی قدرت" که امکان دسترسی به سایر فرهنگ‌ها و یا اساساً "دورافتاده‌ها" را فراهم می‌آورد، اهمیت جدی پیدا می‌کند. در این روند، دسترسی به تکنولوژی پیشرفته، خصوصاً تکنولوژی‌هایی که "دسترسی به اطلاعات و دیگران" را فراهم می‌کند، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. تلفن همراه بعنوان تکنولوژی ارتباطی همه جا حاضر که فرد را در همه ساعات روز و شب و در همه مکان‌ها در یک ارتباط متصل با "دیگران" قرار می‌دهد، ابزاری برای "توسعه قدرت فرد" محسوب می‌شود. اگر چه تلفن همراه در ایران به ظرفیت‌های گسترده اطلاعاتی خود نرسیده است ولی با همین ظرفیت‌های محدود، فرد را وارد یک "فضای متصل" به "دیگری" قرار داده است. ظرفیت‌های جامع این "صنعت چند رسانه‌ای و ارتباطی فردی، که می‌توان از آن تعبیر به "صنعت ارتباطی و چند رسانه‌ای و در عین حال کامپیوتر سیار فردی" کرد، امکانات همه رسانه‌ها اعم از رادیو، تلویزیون، سینما، روزنامه، ضبط و پخش انواع صداها و همچنین همه امکانات کامپیوتری با نرم‌افزارهای مختلف و از همه مهمتر اتصال به جهان مجازی اینترنت را در خود جمع کرده است. ولی در همین مرحله که بخشی از ظرفیت‌های تلفن همراه در اختیار کاربران ایرانی است، این تحقیق نشان می‌دهد که احساس آزادی در میان "موبایل‌داران" افزایش پیدا کرده است. از میان ۷۰۰ نفر پاسخگو، ۴۴،۶ درصد اظهار داشته‌اند که تلفن همراه تاثیر جدی در توسعه آزادی فردی داشته است. فقط ۲۲،۶ درصد این ابزار تکنولوژیک را در فراهم آوردن آزادی بیشتر بی‌نقش می‌دانند.

جدول شماره ۶: آیا تلفن همراه نقش جدی در آزادی فردی شما داشته است؟

دیدگاه پاسخگوها	تعداد	درصد
بله بصورت جدی تاثیر گذاشته است	۳۱۲	۶۰٫۴۴٪
خیر هیچ تاثیری نداشته است	۱۵۸	۶٫۲۲٪
تفاوت خاصی نکرده است	۲۳۰	۹۰٫۳۳٪
جمع	۷۰۰	۱۰۰

احساس متصل بودن به جهان، نیز تاثیر جدی بر توسعه "احساس آزادی" در فرد و جامعه دارد. در واقع احساس انتخاب گر بودن، نقش جدی در "ابراز شخصیتی" دارد. در پاسخ به این سؤال که آیا با داشتن تلفن همراه احساس "اتصال بیشتری به جهان پیرامون" خود دارد یا خیر؟ نزدیک به ۷۰ درصد گفته اند، بله احساس اتصال بیشتری داریم و ما بقی گفته اند خیر. این در واقع همان معنایی است که رابرتسون (۱۹۹۲) در جهانگرایی جدید که برخاسته از جهانی شدن ارتباطات است بیان می کند. جهان گرایی جدید حس درمیان ۶ میلیارد جمعیت جهان بودن را تقویت کرده است که اولین اثر این حس، کاهش ناستالژیای دور افتادگی از جهان است.

شماره ۱: آیا با استفاده از موبایل احساس می کنید، اتصال بیشتری به جهان پیدا کرده اید؟



وابستگی به تکنولوژی و خستگی از آن تکنولوژی دو احساس پارادوکسیکال است که همواره با انسان همراه بوده است. وقتی تکنولوژی واسطه ارتباط با دیگران می شود، سطح وابستگی را توسعه می دهد و خستگی های متفاوتی از ارتباط صرف انسان با خود تکنولوژی را بدنبال دارد. در جدول ۶ ملاحظه می کنید که فقط ۳۲٪ پاسخگوها اظهار داشته اند که همراه داشتن و همراه نداشتن تلفن همراه برای آنها تفاوتی ندارد. این در حالیست که ۴۳٪ پاسخگوها اظهار داشته اند که در صورت جا گذاشتن تلفن همراه "احساس قطع ارتباط" و ۱۵٪

ابراز داشته اند که احساس گم گشتگی دارند. احساس قطع رابطه در میان طبقه بالای جامعه (۴۲/۶٪) و طبقه متوسط (۴۳/۹٪) از طبقه پائین (۳۵/۳٪) جامعه بطور نسبی بیشتر است. این در حالیستکه احساس گم گشتگی که بار فرهنگی جدی دارد در میان طبقه پائین (۲۶/۵٪) به مراتب بیشتر از طبقه متوسط (۱۳/۹٪) و بطور نسبی بیشتر از طبقه بالا (۲۳/۴٪) می باشد. شاید دلیل این موضوع به نوع استفاده و حجم استفاده از یک طرفی و تنوع و انحصار ابزار ارتباطی داشته باشد. به این معنا که در میان طبقه پائین موبایل حجم مهمی از تکنولوژی زندگی فرد را به خود اختصاص دهد ولی طبقه بالا ضمن داشتن موبایل از ابزار متنوع دیگر زندگی مثل مثلا کامپیوتر برخوردار هستند که امکان وصل بودن ارتباطی را برای آنها فراهم می کند.

جدول ۷: رابطه بین احساس فرد در صورت جا گذاشتن تلفن همراه در خانه و طبقه اجتماعی

طبقه اجتماعی			
طبقه متوسط	طبقه پائین		
۲۷۲	۱۲	قطع ارتباط	اگر موبایل را در منزل جا بگذارید، چه احساسی در منزل خواهید داشت؟
۵.۸۹٪	۹.۳٪		
۹.۴۳٪	۳.۳۵٪		
۸۶	۹	احساس گم گشتگی	
۱.۸۱٪	۵.۸٪		
۹.۱۳٪	۵.۲۶٪		
۵۹	۲	احساس آسایش	
۸.۹۰٪	۱.۳٪		
۵.۹٪	۹.۵٪		
۲۰۲	۱۱	احساس خاصی ندارم	
۸.۸۹٪	۹.۴٪		
۶.۳۲٪	۴.۳۲٪		
۶۱۹	۳۴	Total	
۴.۸۸٪	۹.۴٪		
۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪		

نتایج مطالعه آماری این تحقیق نشان می دهد، بخش مهمی از تماس ها تلفنی صاحبان تلفن همراه، مربوط به تماس با دوستان (۶۵،۹٪) و اعضاء خانواده (۲۱،۳٪) می باشد و فقط ۱۲،۶٪ تماس ها، مربوط به ارتباطات کاری

است. لذا با نگاه اقتصادی به تلفن همراه، این تکنولوژی، بیشتر هزینه آور است تا درآمد زا. با این نگاه اگر فردگرائی را دارای لایه های مختلفی بدانیم که بخش اصلی این لایه ارتباطات دوستی است، به صورت قابل توجهی، با واسطه موبایل امکان توسعه پیدا کرده است. همانطور که در جدول ۵، ملاحظه می کنید درصد تماس با دوستان در میان خانم ها (۷۲٪) بیشتر از آقایان (۶۱/۳٪) می باشد و بر عکس درصد تماس های کاری در میان آقایان (۱۵/۹٪) بیشتر از خانم ها (۷/۵٪) می باشد.

جدول ۸: اکثر ارتباطات تلفنی شما از طریق تلفن همراه با چه کسانی است.

جمع	جنسیت			
	زن	مرد		
۴۶۱	۲۰۳	۲۵۸	دوستان	اکثر تماس های شما از طریق موبایل به چه کسانی اختصاص دارد؟
۰،۱۰۰٪	۰،۴۴٪	۰،۵۶٪		
۹،۶۵٪	۸،۷۲٪	۳،۶۱٪		
۱۴۹	۵۵	۹۴	اعضا خانواده	
۰،۱۰۰٪	۹،۳۶٪	۱،۶۳٪		
۳،۲۱٪	۷،۱۹٪	۳،۲۲٪		
۸۸	۲۱	۶۷	تماس های کاری	
۰،۱۰۰٪	۹،۳۳٪	۱،۷۶٪		
۶،۱۲٪	۵،۷٪	۹،۱۵٪		
۲	۰	۲	سایر موارد	
۰،۱۰۰٪	٪۰	۰،۱۰۰٪		
٪۳	٪۰	٪۵		
۷۰۰	۲۷۹	۴۲۱	Total	
۰،۱۰۰٪	۹،۳۹٪	۱،۶۰٪		
۰،۱۰۰٪	۰،۱۰۰٪	۰،۱۰۰٪		

۳-۲ توسعه انتخاب ها و تغییر در نظام ارزشی و ترجیحی فردی

آنتونی گیدنر (۲۰۰۱:۶۱) مهمترین پیامد جهانی شدن را تغییر در تلقی فرد از خود و ظهور فردگرائی جدید می داند. فردگرائی جدید، از نظر او شرایطی است که فرد، "نقش مستقل تری" در ساختن هویت فردی خود پیدا می

کند. در واقع وزن سنت های اجتماعی، ارزش های شکل گرفته گذشته و هنجاری های جمعی اعم از جنسیت، قومیت، نژاد و یا حتی هنجارهای دینی در این روند کم رنگ می شود. کم رنگ شدن این منابع هویتی، به معنای از بین رفتن آنها نیست، بلکه به معنای "خودآگاه شدن روندهای انتخاب" است. فرد گذشته در یک تعامل ناخودآگاه با منابع هنجاری ارتباط برقرار می کرد ولی در روند جدید به دلیل توسعه انتخاب ها، فرد نیازمند یک نظام ترجیحی است که او را بعنوان یک "انتخاب گر"، یکی را بر دیگری ترجیح دهد. تکنولوژی بعنوان "واسطه ابزاری ارتباط"، نقش اصلی در بازتعریف "مکان و زمان" یافته است. همانطور که گفته شد، توسعه و تنوع انتخاب ها، به نوعی منعکس کننده توسعه قدرت فردیت می باشد که فرد را از محدودیت و تعامل تک انتخابی به تکثر انتخاب ها منتقل کرده است. نمونه مهم این قدرت انتخاب در تلفن های همراه دیده می شود. چند منظوره شدن این صنعت فردی ارتباطی به همراه انتخاب های متکثری که در این صنعت فراهم شده، موجب چند انتخابی شدن خود ابزار و دسترسی ها از طریق این ابزار شده است. زنگ تلفن همراه و نظام کد گذاری صدا در پیوند با دوستان و یا طبقه بندی دوستان بر مبنای زنگ موبایل، بعد دیگری از جنبه های فردی تلفن همراه است که منعکس کننده نوع تعامل "فرد" با "صدا و موسیقی" و همچنین نوع رابطه با واسطه فرد، موسیقی و "دیگری" است. در مطالعه یک جامعه ۷۰۰ نفره، به روشنی مشخص می شود که انتخاب ها تعدد و تکثر و در عین حال تنوع گسترده ای پیدا کرده است و لزوماً افراد را حتی بر اساس متغیرهای جمعیتی نمی توان طبقه بندی نمود. طبقه بندی جامعه جدید بر مبنای "انتخاب ها" صورت می گیرد، و نظام طبقاتی متفاوتی را منعکس می کند.

جدول ۹: نظر پاسخگوها نسبت به صدای زنگ مورد علاقه موبایل به تفکیک جنسیت

جمع کل	جنسیت			
	زن	مرد		
۳۹	۹	۳۰	موسیقی شاد ایرانی	چه صدای زنگ موبایلی بیشتر مورد علاقه شماست؟
۰.۱۰۰٪	۱.۲۳٪	۹.۷۶٪		
۶.۵٪	۲.۳٪	۱.۷٪	موسیقی پاپ	
۸۳	۳۵	۴۸		
۰.۱۰۰٪	۲.۴۲٪	۸.۵۷٪	سمفونی	
۹.۱۱٪	۵.۱۲٪	۴.۱۱٪		
۱۰۱	۳۵	۶۶	موسیقی آرام	
۰.۱۰۰٪	۷.۳۴٪	۳.۶۵٪		
۴.۱۴٪	۵.۱۲٪	۷.۱۵٪	موسیقی انقلابی	
۱۷۳	۷۹	۹۴		
۰.۱۰۰٪	۷.۴۵٪	۳.۵۴٪	زنگ معمولی تلفن	
۷.۲۴٪	۳.۲۸٪	۳.۲۲٪		
۱۹	۷	۱۲	صداهای تفریحی	
۰.۱۰۰٪	۸.۳۶٪	۲.۶۳٪		
۷.۲٪	۵.۲٪	۹.۲٪	صدای طبیعت	
۱۲۷	۴۰	۸۷		
۰.۱۰۰٪	۵.۳۱٪	۵.۶۸٪	بدون صدا (لرزش)	
۱.۱۸٪	۳.۱۴٪	۷.۲۰٪		
۳۵	۲۱	۱۴	سایر صداها	
۰.۱۰۰٪	۰.۶۰٪	۰.۴۰٪		
۰.۵٪	۵.۷٪	۳.۳٪	جمع کل	
۳۶	۲۱	۱۵		
۰.۱۰۰٪	۳.۵۸٪	۷.۴۱٪		
۱.۵٪	۵.۷٪	۶.۳٪		
۸۶	۳۲	۵۴		
۰.۱۰۰٪	۲.۳۷٪	۸.۶۲٪		
۳.۱۳٪	۵.۱۱٪	۸.۱۳٪		
۱	۰	۱		
۰.۱۰۰٪	۰٪	۰.۱۰۰٪		
۰.۱٪	۰٪	۰.۲٪		
۷۰۰	۲۷۹	۴۲۱		
۰.۱۰۰٪	۹.۳۹٪	۱.۶۰٪		
۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪		

همانطور که در جدول شماره ۹ ملاحظه می شود، موسیقی آرام (۲۴/۷٪) از بالاترین محبوبیت برخوردار است و بدنبال آن زنگ معمولی تلفن (۱۸/۱٪) و موسیقی سمفونی (۱۴/۴٪) قرار دارد. موسیقی پاپ (۱۱/۹٪)، موسیقی شاد ایرانی (۵/۶٪)، صدای طبیعت (۵/۱٪) در مرحله بعدی قرار گرفته اند. ۲۸/۳٪ درصد پاسخگوهای زن نیز، به موسیقی آرام علاقه نشان داده اند و در صد قابل توجهی به سمت موسیقی سمفونی (۱۲/۵٪) و موسیقی پاپ (۱۲/۵٪) متمایل هستند. سؤال جدی که در اینجا می توان طرح کرد، قابل تفسیر بودن انتخاب های موقت و تنوع انتخاب ها، در قالب "هویت های ثابت" فردی و اجتماعی است. به نظر می رسد در بسیاری از موارد، افراد انتخاب های خود را تغییر می دهند و اگر هم جنبه هویتی برای فرد فراهم می آورد، در یک لایه "هویتی موقت" قرار دارد. پیوندهای معنایی که بین مثلا زنگ موبایل و زندگی مورد علاقه و یا پیوست های فرهنگی فرد و جامعه برقرار می شود، نیز محل تامل است. از طرفی، این سؤال که نسل جدید و فرد گرائی جدید، چه مقدار به جمع توجه می کند و اساسا فردگرائی جدید، تا چه حد تفسیر کننده ابعاد "خود خواهانه فردی" و چه مقدار منعکس کننده، سلیقه و علاقه های متفاوت فردی است، و از تجاوز به حقوق دیگران پرهیز می کند. و یا می توان سؤال اساسی تری را که کوثری (۱۳۸۴) در "آنومی اجتماعی فضای مجازی" بدان توجه کرده، در مورد آنومی موبایل بعنوان زیر مجموعه و توسعه دهنده فضای مجازی مطرح کرد و با پارادایم آنومی به تغییر و آشفتگی های ناشی از صنعت فردی موبایل در عرصه اجتماعی توجه نمود. در اینجا نیز موبایل بعنوان یک تکنولوژی فردی که پیامدهای جمعی بسیار زیادی دارد، مثلا صدای زنگ موبایل ممکن است در حالی شروع شود که فرد در میان جمع قرار دارد و خود صحبت کردن در میان جمع، ابعادی است که فرد، موبایل و جمع را به هم مرتبط می سازد. یکی از آنومی های رایج در فضای تکنولوژیک جدید، صدای زنگ موبایل است که در محافل عمومی، سخنرانی ها، کلاس و حتی بیمارستان منشا، آزار روحی و بهم زدن خلوت و یا توجه دیگران می شود. در پاسخ به این سؤال که آیا صدای زنگ تلفن همراه خود را به لحاظ بلندی صدا، در چه وضعیتی قرار می دهید، پاسخ های متفاوتی ارائه شده است. پاسخ به این سؤال از منظر فهم "فردگرائی" و توجه به جمع اهمیت زیادی دارد. اینکه فردگرائی جدید تا چه حد به جمع توجه می کند و اساسا چه تعاملی بین "خود" و

"دیگری" برقرار می کند، و تا چه حد به پرهیز از "صدای اضافی" برای دیگری توجه دارد، اهمیت بسیار زیادی دارد. البته بدیهی است که صدای زنگ، "علامت" عمیق و دقیقی برای انعکاس این معنا نیست و چه بسا محدودیت های فردی منشاء این انتخاب ها باشد ولی آن چیزی که از آن تعبیر به "ملاحظه اجتماعی" و یا "احترام به دیگری" تلقی می شود به نوعی در آن انعکاس پیدا می کند. و اساسا اینکه چه مقدار "موبایل" در تعامل مدنی جدید، مورد توجه قرار گرفته است، به عبارت دیگر، عدم توجه به "دیگری" یا "دیگران" در ارتباطات اجتماعی، خود نیز تفسیر جامعه شناختی متفاوتی از تعامل فرهنگی و "تاخر فرهنگی" را منعکس می کند. بر اساس نظرسنجی این مطالعه، می توان گفت کاربران موبایل توجه جدی به حق دیگران ندارند.

جدول ۱۰: ارتباط بین میزان صدای زنگ موبایل و سن پاسخگوها

جمع کل	گروه های سنی								
	بالای ۴۵ سال	۴۰-۴۴	۳۵-۳۹	۳۰-۳۴	۲۵-۲۹	۲۰-۲۴	۱۵-۱۹		
۶۱	۰	۲	۳	۳	۱۵	۳۲	۶	آنقدر که فقط خودم بشنوم	درجه صدای زنگ موبایل را در چه میزانی تنظیم می کنید؟
۰.۱۰۰٪	۰٪	۳.۳٪	۹.۴٪	۹.۴٪	۶.۲۴٪	۵.۵۳٪	۸.۹٪		
۷.۸٪	۰٪	۶.۹٪	۸.۵٪	۶.۴٪	۵.۹٪	۵.۱۰٪	۵.۸٪		
۴۱۸	۱۵	۱۸	۳۳	۴۲	۱۰۱	۱۷۰	۳۹	خیلی زیاد، به میزانی که هم خودم و هم دیگران بشنوند	
۰.۱۰۰٪	۶.۳٪	۳.۴٪	۹.۷٪	۰.۱۰٪	۲.۲۴٪	۷.۴۰٪	۳.۹٪		
۷.۵۹٪	۴.۷۱٪	۱.۶۲٪	۵.۶۳٪	۶.۶۴٪	۹.۶۳٪	۹.۵۵٪	۹.۵۴٪		
۲۲۱	۶	۹	۱۶	۲۰	۴۲	۱۰۲	۲۶	صدای معمولی تلفن	
۰.۱۰۰٪	۷.۲٪	۱.۴٪	۲.۷٪	۰.۹٪	۰.۱۹٪	۲.۴۶٪	۸.۱۱٪		
۶.۳۱٪	۶.۲۸٪	۰.۳۱٪	۸.۳۰٪	۸.۳۰٪	۶.۲۶٪	۶.۳۳٪	۶.۳۶٪		
۷۰۰	۲۱	۲۹	۵۲	۶۵	۱۵۸	۳۰۴	۷۱	جمع کل	
۰.۱۰۰٪	۰.۳٪	۱.۴٪	۴.۷٪	۳.۹٪	۶.۲۲٪	۴.۴۳٪	۱.۱۰٪		
۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪		

از میان ۷۰۰ نفر پاسخگو فقط ۷/۸ درصد پاسخگوها اظهار کرده اند که صدا موبایل را به میزان بلند می کنند که فقط خودشان بفهمند. ۵۹/۷ درصد آنها اظهار کرده اند که صدای موبایل را به میزانی بلند می کنند که هم خود و هم دیگران بشنوند و ۳۱/۶ درصد اظهار کرده اند که صدای موبایل را سطح صدای معمولی قرار می دهند. بر

اساس پیمایش انجام شده، گروه های سنی بالاتر، توجه کمتری به دیگران دارند. بعنوان مثال ۷۱/۴ درصد افراد بالای ۴۵ سال اظهار کرده اند که صدای خیلی زیاد موبایل را ترجیح می دهند.

۴-۲ موبایل، پیوندها، دلبستگی های فردی و حوزه خصوصی زندگی

رابطه بین تکنولوژی و فرهنگ بطور عام و فهم هویتی که فرد از خود و دیگری در ارتباط با تکنولوژی دارد، منعکس کننده ابعاد گسترده "معنائی"، "هویت فردی" و "هویت جمعی" یک جامعه است. در میان تکنولوژی های تجربه شده زندگی انسان، تکنولوژی و صنعت همزمان ارتباطات که "ارتباط با افراد در فاصله های دور" را بصورت همزمان فراهم آورده است، نسبت جدیدی از فرهنگ، معنا، حافظه و فاصله را بازسازی کرده است. این تجربه درک پیوند خورده ای بین "خود"، "تکنولوژی" و "کسانی مثل گونیلو و استاو (۲۰۰۶) در مقاله اخیر خود در خصوص فردگرایی-جمع گرایی و خلاقیت گروهی تلاش کرده اند که رابطه بین این قلمرو بروز فرد یعنی خود فردی و خود جمعی رابطه برقرار کنند. خود فردی و خصوصی، دارای قلمرو شناختی است که در بردارنده "نشان ویژه ای" (مثل نوع لباس و یا اصطلاحات خاص گفتگو)، موقعیت (مثل امور مربوط به جایگاه اجتماعی و یا مثلا شغلی) و یا رفتار خاص (مثل خنده رو بودن و یا مثلا زرنگ بودن) می تواند باشد. خود جمعی مربوط به عضویت، روابط و نقش های اجتماعی است. با نگاه به خود فردی و خود جمعی، موبایل را می توان مرتبط نمود و این "تکنولوژی فردی" را در بردارنده "نشان ویژه" برای منعکس کردن و مرتبط کردن "خود" و "دیگری" دانست. موبایل با ظرفیت ها انتخابی که فراهم کرده است، "نشان جدیدی برای انعکاس "خود" و "دیگری" شده است. بعنوان مثال قابلیت های چند منظور آن، در قالب امکان تغییر "زنگ موبایل"، امکان تغییر تصویر روی صفحه موبایل، امکان انتخاب خود موبایل، امکان تغییر "زنگ موبایل" متناسب با نوع روابطی که با افراد وجود دارد، این تکنولوژی ارتباطی را تبدیل به یک نماد و نشانه "هویت فردی" و در یک نگاه دیگر، تبدیل به یک نماد و نشانه "هویت هویت جمعی فرد" نموده است. در جدول ۱۱ ملاحظه می کنید یک جامعه آماری ۴۸ درصدی، زنگ تلفن های دریافتی خود را به لحاظ نوع زنگ کد گذاری می کنند و با روشی جدید، از صدای زنگ تلفن نوع

تعاملی هویتی خود را بازسازی می کنند. پیوسته کردن صدا زنگ با نوع روابط دوستی، پیوست جدیدی از رابطه تکنولوژی و هویت محسوب می شود که هیجانات، احساسات، بودن ها و نبودن های فرهنگی و معنایی فرد و رابطه فرد با دیگری را معنا می بخشد. همینطور که جدول ۱۱، نشان می دهد، این نوع تعامل اجتماعی در میان گروه های سنی ۱۵ تا ۲۹ سال بسیار گسترده است و می توان گفت بیش از ۸۵٪ کسانی که از سیستم کدگذاری صدای زنگ استفاده می کنند در این گروه های سنی قرار دارند. استفاده از سیستم کدگذاری زنگ و هویت دیگران، در حلقه دوستان و کسانی که برای فرد اهمیت دارند، شکل می گیرد. لذا این روش حلقه دوستی های اجتماعی و پیوست های اجتماعی فرد را نیز منعکس می کند. از این منظر موبایل، با همه ظرفیت های آن و بعنوان یک تکنولوژی می تواند فرد را و تمایلات فردی و اجتماعی او را منعکس کند. می توان از روی برنامه های و ظرفیتهای برنامه ریزی شده موبایل، هویت فردی را تا بطور نسبی مورد تحلیل قرار داد.

جدول ۱۱- رابطه بین سیستم نشانه گذاری صدای زنگ تلفن دوستان و گروه های سنی

جمع کل	گروه های سنی							جمع کل
	بالای ۴۵ سال	۴۰-۴۴	۳۵-۳۹	۳۰-۳۴	۲۵-۲۹	۲۰-۲۴	۱۵-۱۹	
۱۳۱	۳	۳	۸	۸	۲۷	۶۳	۱۹	آیا از سیستم نشانه گذاری زنگ های دریافتی موبایل در مورد دوستان و اعضاء خانواده استفاده می کنید؟
۰.۱۰۰٪	۳.۲٪	۳.۲٪	۱.۶٪	۱.۶٪	۶.۲۰٪	۱.۴۸٪	۵.۱۴٪	
۷.۱۸٪	۳.۱۴٪	۳.۱۰٪	۴.۱۵٪	۳.۱۲٪	۱.۱۷٪	۷.۲۰٪	۸.۲۶٪	
۲۰۴	۲	۳	۸	۱۴	۴۸	۱۰۸	۲۱	
۰.۱۰۰٪	۰.۱٪	۵.۱٪	۹.۳٪	۹.۶٪	۵.۲۳٪	۹.۵۲٪	۳.۱۰٪	
۱.۲۹٪	۵.۹٪	۳.۱۰٪	۴.۱۵٪	۵.۲۱٪	۴.۳۰٪	۵.۳۵٪	۶.۲۹٪	
۳۶۵	۱۶	۲۳	۳۶	۴۳	۸۳	۱۳۳	۳۱	
۰.۱۰۰٪	۴.۴٪	۳.۶٪	۹.۹٪	۸.۱۱٪	۷.۲۲٪	۴.۳۶٪	۵.۸٪	
۱.۵۲٪	۲.۷۶٪	۳.۷۹٪	۲.۶۹٪	۲.۶۶٪	۵.۵۲٪	۸.۴۳٪	۷.۴۳٪	
۷۰۰	۲۱	۲۹	۵۲	۶۵	۱۵۸	۳۰۴	۷۱	جمع کل
۰.۱۰۰٪	۰.۳٪	۱.۴٪	۴.۷٪	۳.۹٪	۲۲.۶٪	۴.۴۳٪	۱.۱۰٪	
۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	۰.۱۰۰٪	

در گذشته مسافرت و دور شدن از خانه، شهر و در سطح گسترده تر دور شدن از کشور محل زندگی، عامل معناداری برای "قطع ارتباط" با خانواده، دوستان و فضای دوستی و پیوندها و یا فضای کار و شغل بوده است. در روز مره زندگی، زمانی که فرد از خانه خارج می شد، با ارتباطات محدودی به خانه مرتبط می شد و در نتیجه در جریان مسائل و مشکلات کمتری قرار می گرفت. مسائل فوری و ضروری زندگی به دلیل در دسترس نبودن افراد به ضمن مواجهه حضوری فرد واگذار می شد. آمدن موبایل فرد را در هر زمان و در هر مکان برای همگان قابل دسترسی قرار داد. قابل دسترسی بودن فرد سه پیامد عمده را به همراه داشت. در درجه اول حجم ارتباطات فردی را با واسطه تلفن توسعه بخشید. در درجه بعد واسطه های تماس با فرد را کاهش داده است و در واقع تماس را با خصیصه "ارتباط حضوری" که بدون واسطه می باشد، برخوردار نموده است و در درجه سوم "فضای فرهنگ فوری" را به دلیل "دسترسی ها فوری" بوجود آورده است که ضمن اینکه فرد را از ظرفیت "دسترسی دائمی" برخوردار کرده است، امکان انتقال "خوشی ها" و "بدی ها"، خبرهای خوشحال کننده و ناراحت کننده را بصورت گسترده فراهم کرده است. فرهنگ فوری، به خودی خود هم عامل آرامش است، زیرا نگرانی های ناشی از "بی خبری" را کاهش می دهد و هم به دلیل سرعت انتقال اطلاعات، می تواند عامل اضطراب و افزایش تشویش باشد.

۳- موبایل بعنوان تکنولوژی فردی و خصوصی

با توجه به رابطه ای که بین موبایل و حوزه خصوصی و عمومی، علائق فردی و پیوست های هویتی فرد برقرار می شود، دستگاه موبایل هر فرد، بعنوان یک "وسیله ارتباطی شخصی" مطرح می شود که بعد خصوصی پیدا می کند. با این نگاه، پاسخگوها را با این سؤال مواجه کردیم که " آیا موبایل یک وسیله شخصی است که حکم مسواک را برای فرد دارد و نباید در دسترس دیگران قرار گیرد؟" در پاسخ به این سؤال، جوابهای متفاوتی بدست آمد، ولی فضای قالب پاسخ ها، منعکس کننده این واقعیت است که موبایل حکم تلفن عمومی و یا حتی تلفن ثابت را که مثلا در یک خانه قرار می گیرد، ندارد. می توان پاسخگوها را به ۴ گروه تقسیم نمود که هر کدام منعکس کننده نوع تعامل پاسخگوها با موبایل و نقش موبایل در زندگی روزمره و حوزه خصوصی آنها دارد.

۳-۷ موبایل، تکنولوژی شخصی و اطلاعات شخصی

گروه اول بر این معنا تاکید می کنند، که موبایل صرفا یک وسیله ارتباطی نیست، بلکه تکنولوژی چند رسانه ای است که بنیاد آن اطلاعات شخصی است. با این نگاه موبایل مثل یک "مسواک شخصی" است و استفاده موازی آن موجب تصرف در وسایل شخصی دیگران است. لذا پاسخگوها ابراز می کنند، از قرار گرفتن موبایل آنها، در دست دیگران احساس خوبی ندارند. موبایل در بعضی از موارد حکم دفتر چه خاطرات فرد را دارد که از رازهای بسیار خصوصی مثل "رازهای ارتباطی" فرد، پرده بر می دارد. از همین زاویه نگاه کردن به صفحه پیام موبایل حکم دست کردن در جیب شخصی افراد را دارد.

تقریبا ... خوب خودم جواب تلفن های ام را می دهم، یعنی اگر من نباشم کسی گوشی را بر نمی دارد اما اگر کسی بخواهد زنگ بزند حاضرم گوشی را بهش قرض بدم! دوست ندارم کسی زیاد کار به کار موبایل من داشته باشد. زن - ۲۲ ساله بله، وقتی در دست دیگران باشد احساس خوبی ندارم. زن - ۲۱ ساله

قطعا! تلفن همراه یک وسیله شخصی که متعلق به "فرد" می باشد. مرد - ۲۶ ساله
بله! اطلاعات شخصی در آن است و تماس های خصوصی با آن برقرار می شود. زن - ۲۴ ساله

موبایل یک وسیله مهم شخصی برای من محسوب میشه، که اطلاعات خصوصی
زیادی در حافظه اش دارم. پس نمی تونم به هر کی بدم. مرد - ۲۷ ساله
بلی - استفاده کننده آن فقط خودمم، من میگم موبایل هر کس ناموس اونه مرد -
۲۹ ساله

بله. من فکر می کنم آن وسیله کاملا شخصی است. برای استفاده به دیگران می
دهم ولی اجازه نمی دهم کسی سراغ حافظه آن برود. چون تلفنهای شخصی من به
خودم ربط دارد. زن - ۲۳ ساله

بله صد درصد به وسیله شخصی تلقی می شه! مرد - ۱۹ ساله
بله! علاقه ندارم مورد استفاده کسی قرار بگیره! تلفنم را کاملا وسیله شخصی می
دونم! زن - ۲۸ ساله

موبایل متعلق به شخص است، نمی شود در معرض دیگران باشد! زن - ۲۱ ساله
یک وسیله ی شخصی است البته نه مثل مسواک و خیلی هم همگانی نیست مثل
تلفن ثابت. مرد - ۱۸ ساله

به نسبت تلفن ثابت برایم شخصی تر است اما معمولا در صورت نیاز به دیگران اجازه
می دهم از آن استفاده کنند. اما دوست ندارم کسی به بخشهای شخصی تر مثل
فون بوک و یا تلفنهای زده شده یا دریافت شده دسترسی پیدا کند
زن - ۲۶ ساله

به طور طبیعی شماره‌های موجود در دفترچه تلفن و تماس‌ها و پیام‌های موجود روی گوشی تلفن همراه خصوصی تلقی می‌شود. زن - ۲۱ ساله بله! خوب! موبایل من فقط مربوط به من، شاید یک چیزهایی باشه که من نخوام کسی دیگه ای بدونه! مرد - ۲۹ ساله

بله و کسی حق نگاه کردن به محتوای درون آن رو بدون اجازه من به هیچ وجه ندارد. مرد - ۲۳ ساله بله ، از آنجا که همراه حاوی اطلاعات تماس های شخصی من با دیگران است آن را در اختیار دیگران قرار نمی دهم. زن - ۲۷ ساله

بله به علت فردی بودن ارتباطات در فضایی کاملا شخصی! موبایل برای من یک وسیله شخصی محسوب می شود تا حدی که در صورتی که گوشی زنگ بخورد و خودم نباشم کسی حق پاسخ دادن به تماس را ندارد! مرد - ۲۶ ساله

بله - بله - باتوجه به حساسیت کاری! مرد - ۲۸ ساله

تا حدودی میشه گفت. چون پیام هایی که دریافت میکنم کاملا شخصی است به دیگران اجازه خواندن پیام ها رو نمی دهم..فقط در حد تماس رفتن! زن - ۲۱ سالهبله چون موبایل های جدید به غیر از استقاده معمولی اطلاعات دیگر را نیز در خود جای می دهد و این اطلاعات ممکن است شخصی باشد. مرد - ۲۹ ساله

بله، کسی نمی تونه موبایل من رو زیر و رو کنه و حتی اگه من نبودم به گوشی جواب بده! مرد - ۲۳ ساله همیشه یار و همراه من است مرد - ۲۱ ساله

دقیقا وسیله صدرصد شخصی است؟! زن - ۲۷ ساله

اظهارات متنوع و متفاوت، حساسیت پاسخگوها را نسبت به ابعاد شخصی موبایل منعکس می کند. زبان دیگری این اظهارات این واقعیت است که "حوزه خصوصی فرد" فضا و حریم حساسی است که فرد ترجیح می دهد که با

دیگران شریک نشود و این حوزه هر روز توسعه بیشتر پیدا می کند و این در واقع از خصیصه های "جامعه چند لایه" جدید است. بطور حتم این حساسیت نسبت به کامپیوتر های خانگی، تلویزیون، رادیو و یا مثلا دستگاه پخش صوت نیست. این حساسیت که موبایل را بعنوان "ناموس شخصی" و یا "قرین و همراه همیشگی" و یا "وسیله صد در صد شخصی" معرفی می کند، پیوند این تکنولوژی را با حوزه فردی و ابعاد خصوصی زندگی منعکس می کند.

۲-۳ تفسیر نسبی از ابعاد شخصی موبایل

تفسیرهای متفاوت از موبایل و تمثیل موبایل به "کفش"، "روسری"، "کیف دستی" و "حوله" بجای مسواک، ضمن انعکاس ابعاد فردی و شخصی موبایل، نگاه بخشی از پاسخگوها را نسبت به میزان شخصی بودن موبایل منعکس می کند. در واقع مسواک بودن یک امر، بعد نهائی شخصی بودن را منعکس می کند ولی در عین حال تشبیه آن به سایر وسایل شخصی، ضمن تاکید بر شخصی بودن این تکنولوژی ارتباطی، کاهش حساسیت را در شرایط خاص و بعنوان یک "اضطرار اجتماعی" منعکس می کند.

نه مثل مسواک نیست، یه چیزی مثل کفش، وسیله شخصی که دیگران هم در صورت اجازه گرفتن می تونن ازش استفاده کنند.

مرد - ۲۲ ساله

خیر شخصی است ولی نه مثل مسواک مثل روسری اگر کسی بخواهد میتواند قرض بگیرد. زن - ۲۵ ساله
نه لزوما، ولی بهتر است گوشی شخصی باشد زیرا مسئله بهداشت به تعدد نفرات میتواند مورد توجه قرار گیرد.

زن - ۳۱ ساله

بله چون مسئولیت قانونی موبایل تقریبا به عهده خود شخص می باشد. مرد - ۳۹ ساله
بلی ، یک وسیله کاملا شخصی است ولی نه مثل مسواک. از تلفن همراه من با اجازه من میتوان استفاده کرد.

مرد - ۲۶ ساله

موبایل یک وسیله شخصی هستش. ولی نه به اندازه مسواک... بهتره بگم مثل... مثل حوله که گاهی اوقات
ممکنه کس دیگه ای هم استفاده کنه. مرد - ۲۳ ساله

موبایل یک وسیله شخصی است که در صورت نیاز دیگران هم از آن استفاده میکنند نه مسواک... شاید خودکار...
مرد - ۴۱ ساله

وسيله شخصی محسوب می شود اما دیگران نیز می توانند با اجازه من از آن استفاده کنند. زن - ۲۹ ساله
شخصی است. البته ممکن است به بعضی افراد اجازه دهم تا دقایقی از آن استفاده کنند اما برای مدت زمان زیاد
در اختیار کسی نمی گذارم. مرد - ۱۹ ساله

شخصی هست اما نه مثل مسواک. مثل کیف دستی که وسایل شخصی در آن است و دیگران با اجازه باید به آن
دست بزنند. مرد - ۲۸ ساله

در میان پاسخ های مذکور دو وجه مهم ذکر شده است که مربوط به ابعاد بهداشتی موبایل و مسئولیت حقوقی
موبایل می بشود. این دو بعد، حساسیت موضوع را در سطح گسترده تری بیان می کند. به عبارتی موبایل یک
تکنولوژی است که فرد را به عنوان فرد می تواند به مخاطره بیاندازد. سلامتی فرد در اثر انتقال بیماری از گوش
یک فرد به فرد دیگر و همچنین نوع استفاده های غیر قانونی از این ابزار ابعاد شخصی موبایل را از یک موضوع
صرفا شخصی به یک مسئولیت حقوقی و اجتماعی فردی تبدیل می کند.

۳-۳ موبایل، فردیت، دوستان و خانواده

حوزه خصوصی فرد، در قلمروهای خاصی بسیار خصوصی و در بعضی از محدوده ها قابل اشتراک با اعضاء خانواده و دوستان نزدیک می باشد. به نظر می رسد از نظر بعضی از پاسخگوها موبایل نیز حداقل در بعضی از کارکردهای آن مثل تماس تلفنی می تواند در صورت ضرورت مورد استفاده مشترک با اعضاء خانواده و دوستان قرار گیرد. البته محدودیت های هنجاری در حلقه خانواده و دوستان هم، می تواند در این استفاده مشترک دخالت داشته باشد. با این نگاه تاکید بر "خانوادگی بودن موبایل" و یا حلقه دوستان و افراد مورد اعتماد مورد توجه گروهی از پاسخگوها قرار گرفته است:

غیر از خانواده ام به کسی اجازه استفاده از موبایلم را در مواقع غیر ضروری نمی دهم. مرد - ۳۴ ساله
تقریبا شخصی است ولی اگر از دوستان کسی خواست زنگ بزند یا sms در اختیارشان به طور محدود قرار می دهم. مرد - ۲۷ ساله

خیر من موبایلم را در اختیار انسانهای مورد اعتمادم قرار می دهم. زن - ۲۹ ساله

فقط اعضاء خانواده حق استفاده از آن را دارند. مرد - ۳۸ ساله

نه لزوما، دوستان من می توانند از آن استفاده کنند. زن - ۴۲ ساله

شخصی است، اما اگر دوستی و یا آشنائی نیاز داشته باشه، در اختیارش می گذارم. زن - ۳۲ ساله

خیر ، حداقل موبایل خانوادگی است. زن - ۳۸ ساله

خیر تمامی دوستان می توانند استفاده نمایند. مرد - ۲۹ ساله

تقریباً، یعنی بجز خودم، فقط افراد خیلی نزدیک از آن می توانند استفاده کنند. مرد - ۱۹ ساله
از نظر فکری کاملاً شخصی ولی موقع نیاز در اختیار اعضای خانواده قرار می‌دهم. زن - ۲۹ ساله
خیر. در صورت نیاز در اختیار فردی که ترجیحاً دوست باشد قرار می‌دهم. مرد - ۴۴ ساله
بله. همیشه پیش خودم است ولی اگر از اعضای خانواده به آن نیاز داشته باشند به آنها می‌دهم

. مرد - ۳۸ ساله

خیر - برای من وسیله شخصی نیست و گاهی خانواده ام از آن استفاده می کنند. مرد - ۱۹ ساله
برای استفاده لحظه ای در اختیار دوستان می گذارم. زن - ۲۴ ساله
۸۰٪ وسیله شخصی است و ۲۰٪ ممکن است در اختیار همسر یا فرزند قرار گیرد مرد - ۱۹ ساله
بسیاری از پاسخگوها یا بر دوستان و یا فقط بر اعضاء خانواده تاکید می کنند و فقط استفاده تلفنی و یا اس ام
اس را مد نظر دارند. با معنای انعکاسی، این بیان همچنان بر خصوصی بودن موبایل تاکید می کند. موبایل در
واقع، حجم اطلاعات گسترده ای را فراهم آورده است که به نوعی شخصیت و جغرافیای فرهنگی، اقتصادی و
سیاسی فرد و در عین حال حوزه های خصوصی فرد را منعکس می کند. در قابلیت های جدید "تاریخچه روزانه،
هفتگی و ماهیانه تماس و پیام های دریافتی و ارسالی فرد" قابل رویت است. به عبارتی موبایل "جاپای حرکت
ارتباطی فرد" را در هر لحظه مشخص می کند. روش است که ارتباطات لحظه به لحظه فرد در حوزه خصوصی
فرد، قرار می گیرد، به همین دلیل است که افراد بر این معنا تاکید می کنند که صرفاً برای "تماس و یا مثلاً
ارسال پیام" موبایل خود را در اختیار اعضاء خانواده و یا دوستان قرار می دهند.

۳-۴ موبایل، ابعاد فردی و عمومی : ضرورت ها و محدودیت های اجتماعی

نیازها و هنجارهای خانوادگی و دوستی بعنوان یک "فراقدرت" موجب می شود که در بسیاری از موارد خواسته

های شخصی و فردی، زیر پا گذاشته شود. با همین نگاه دیدگاه های متفاوتی در اظهارات پاسخگوها منعکس شده است.

برایم وسیله ای شخصی است اما در صورتی که کسی از نزدیکانم کاری ضروری داشته باشد موبایلم را در اختیار او قرار می دهم. مرد - ۳۸ ساله

تلفن عمومی نیست ولی در صورت نیاز دیگران نیز از آن بهرمنند می شوند. مرد - ۴۱ ساله
بله موبایل یک وسیله شخصی است ولی به رسم انسانیت و دوستی اگر کسی به آن نیاز فوری داشت باید در اختیارش بگذاریم. زن - ۳۶ ساله

خیر می توان در مواقع حساس و با حضور خود آن را به طور موقت به دیگری داد. زن - ۳۱ ساله
در میان پاسخگوها، گروه کوچکی اظهار داشته اند که موبایل را در اختیار همگان قرار می دهند. بعنوان مثال یک خانم ۳۴ ساله اظهار داشته است که: "خیر هر کس موبایل من را بخواد بهش می دم زنگ بزنه!" و با یک مرد ۲۰ ساله با نگاه انسان گرایانه گفته است که: "خیر، من دوست دارم چیزی که مال من هست، همه ازش استفاده کنند." بعضی از پاسخگوها هم اظهار کرده اند که به دلیل محذور های اجتماعی ناچار هستند تلفن همراه خود را در اختیار دیگران قرار دهند.

بله. اما متأسفانه بعضی این را نمی فهمند و من هم زورم به آنها نمی رسد. زن - ۲۹ ساله
دوست دارم این طوری باشد اما معمولاً دوستهایم خیلی موبایلم را میگیرند و نگاه می کنند! زن - ۲۱ ساله
بله وسیله شخصی من! و ترجیح می دهم کسی به آن دست نزنند در حالی که اطرافیانم معمولاً این مسئله را رعایت نمیکنند. زن - ۲۳ ساله

بعضی نیز اظهار داشته اند که "بخاطر هزینه زیاد موبایل خود رادردسترس دیگران قرار نمی دهم بجز در مواقع اضطراری" یک مرد ۳۲ ساله نیز گفته است که "بله، همینطور، چون من از لحاظ شغلی، موبایل برای من یک وسیله کسب درآمد هست و نمی توانم مسائل اقتصادی و لوازم کسب درآمد خودم را در اختیار دیگران قرار دهم."

نتیجه گیری

دسترسی فوری فردی و فرهنگ فوری

فردیت جدید، حلقه های ارتباطی هدفمندتری پیدا کرده است. حلقه ارتباطی فرد از همشهریان یا هم محله ای ها به حلقه های کوچکتر مثل اعضاء خانواده و دوستان و یا حلقه همکاران حرفه ای فرد محدود می شود. بستر این ارتباط لزوما محله و موقعیت جغرافیائی نیست، بلکه با گسترش صنعت ارتباطات و ظهور تلفن همراه، فرد در هر کجا، با هرکس بدون محدودیت جغرافیائی می تواند در تماس باشد. این تماس به تعامل صوتی و متنی محدود نخواهد ماند، بلکه در موبایل های نسل سوم، ارتباط تصویری نیز به نزدیک شدن "ارتباط مجازی" به "ارتباط واقعی" کمک کرده است و این مرز تا از بین رفتن فاصله "واقعیت" و "مجاز" جلو خواهد رفت. ظرفیت و لایه پنجم فردیت که در قالب دسترسی فوری فردی و فرهنگ فوری مورد تاکید قرار گرفت جنبه مهمی از فرهنگ ناشی از تکنولوژی فوری ارتباطی است که در پرتو آن "دسترسی های بین فرهنگی" توسعه گسترده می یابد و فرد در حلقه ارتباطی نزدیک باقی می ماند. تماس دائمی، بی معنا شدن فاصله، در دسترس بودن

همیشگی و ارتباطات همه جا حاضر از یک سو یک ظرفیت جدیدی به نام دسترسی ها فوری فردی را فراهم آورده است و از سوی دیگر، مسیر جدیدی از زندگی را بوجود آورده است که می توان از آن به "فرهنگ فوری" تعبیر کرد. دسترسی فوری، یک فضای جدید اجتماعی محسوب می شود که در آن "فاصله و زمان" دو مفهوم کاملا تغییر یافته خواهند بود. فرهنگ فوری نیز جامعه را با یک "فضای بدون تاخیر" مواجه می کند. جامعه بدون تاخیر، در هنگامه "فوریت های اجتماعی" یک راهبرد نجاتبخش اجتماعی محسوب می شود. از طرفی، تامل و فاصله و زمان پیدا کردن در ارتباطات اجتماعی، بعد دیگری از فردیت را تامین می کند که از آن می توان تعبیر به "خلوت فردی" کرد. خلوت فرد در "فضای دسترسی ها فوری" می تواند یک امر ضد فردی محسوب شود که به "بحران فردیت" را بدنبال خواهد داشت.

دسترسی فوری و یا فرهنگ فوری تنها لایه صنعتی و تکنولوژیکی ندارد بلکه در بردارنده لایه های "انسانی" موبایل نیز هست. در واقع اهمیت موبایل منحصر به استفاده های ارتباطی آن نیست، بلکه اهمیت این صنعت مهم، به کاربرد های گسترده چند رسانه ای و انتقال انسان به "جهان مجازی" و به تعبیر پارادایمی، بوجود آوردن فضای دو جهانی شده فردی است. این تغییر موجب بازتعریف شدن امور مربوط به فرد و فردیت در جهان جدید است. ظرفیت ها و کارکردهای پنجگانه ذیل موجب توسعه نقش و جایگاه موبایل شده است:

امکان ارتباط ۷ دو سویه یا چند سویه دائمی،

قابل برنامه ریزی بودن ارتباطات،^۷

انتخابی^۷ بودن پذیرش ارتباطات،

انتخابی بودن در دسترس بودن و در دسترس نبودن، استفاده های چند منظور رسانه ای، گوش دادن به رادیو، موسیقی و تماشا تلویزیون و ورود به جهان مجازی اینترنت. این قابلیت ها، خصلت های است که کانونی بودن فرد و خواسته های فرد را معنا می بخشد.

عرصه های هویتی که علائق، ارزش ها و خواسته های فرد را منعکس می کند و در واقع به نوعی "پر" و "نشان هویتی فردی" می شود، اموری مثل (۱) انتخابی بودن زنگ موبایل، (۲) نشانه گذاری زنگ های ارتباطی دیگران، (۳) انتخابی بودن تصویر، صفحه موبایل، (۴) انتخابی بودن دستگاه و جلد موبایل و حتی نوع ارتباط با دستگاه از طریق گوشیهای با سیم یا بدون سیم که نمادهای هویتی را تشخیص می بخشد و یا ویژگی های فردی را منعکس می کند و همچنین (۵) میزان صدای زنگ و (۶) امکانات چند رسانه ای موبایل مثل انواع موسیقی ها، تصاویر، فیلم ها و بازی ها... می تواند اهمیت موبایل را در انعکاس "هویت فردی" و توسعه بخشیدن به قلمرو "فردیت" مورد توجه قرار بگیرد. با این نگاه براین جمع بندی می توان تاکید کرد که از روی موبایل "قلمرو فردیت" و "هویت فردی و اجتماعی" کاربر قابل تحلیل خواهد بود و در واقع ظرفیت جدیدی تکنولوژیکی برای فهم فرد و فردیت فراهم شده است که از طریق آن می توان خوانش هویتی را انجام داد

منابع

منابع فارسی

- عاملی، س. ر (۱۳۸۲ الف). دو جهانی شدن ها و آینده جهان. نامه علوم اجتماعی، خرداد و تیر ۱۳۸۲، شماره ۶۹-۷۰، ص ص ۱۵-۲۸.
- عاملی، س. ر (ب ۱۳۸۲) دو جهانی شدن ها و جامعه جهانی اضطراب. نامه علوم اجتماعی، جلد ۱۱، مهر ۱۳۸۲، شماره ۱، ص ص ۱۴۳-۱۷۴.
- عاملی، س. ر (ج ۱۳۸۲). دو جهانی شدن ها و هویت های همزمان آینده، در کارگاه علمی آینده اندیشی ارائه شده است که در وب سایت جامعه اطلاعاتی ایرانی قابل دسترسی <http://iranwsis.org> :
- عاملی، س. ر (۱۳۸۴). دو جهانی شدن ها و روندهای معکوس فرهنگ، مجموعه مقالات و سخنرانی های دومین کارگاه آینده اندیشی، به کوشش علی پایا و حسین راغفر، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.
- عبداللهیان، ح. (۱۳۸۴). نوع شناسی و بازتعریف آسیب های اینترنتی و تغییرات هویتی در ایران. فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۳۰۲: صص ۱۵۴-۱۳۵.
- کوثری، م. (۱۳۸۴). آنومی اجتماعی در اجتماعات مجازی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۳۰۲، ص ص ۱۷۱-۱۹۴.
- وثوقی، م (۱۳۸۴). فردگرایی و جمع گرایی ایرانیان از دید سیاحان خارجی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۳۰۲: ص ص ۲۵۱-۲۷۴.

منابع انگلیسی

- Ameli, S. R. (۲۰۰۲). Globalization, Americanization and British Muslim Identity. London: ICAS .Press
- Ameli, S. R. & Merali, A. (۲۰۰۴). Dual Citizenship: British, Islamic or Both – Obligation, Recognition, Respect and Belonging. London: IHRC Press
- Ameli, S. R. Elahi, M., Merali, A. (۲۰۰۴). Social Discrimination: Across the Muslim Divide, London: IHRC Press
- Ameli, S. R. & Merali, A. (۲۰۰۵). Secular or Islamic: What Schools do British Muslims Want for Their Children?. London: IHRC Press
- Ameli, S. R. & Merali, A. (۲۰۰۶). Hijab, Meaning, Identity, Otherization and Politics: British Muslim Women. London: IHRC Press
- .Buss, A. (۲۰۰۰). The Evolution of Western Individualism, Religion, No. ۳۰, pp. ۱-۲۵

-Coates, P. (2006). The Human and Natural Environment, H. Temperley & C. Bigsby (eds.), A New Introduction to American Studies. London: Pearson Longman

-Elliott, A. (2005). Concepts of the Self, Cambridge, Polity Press

-Elliott, A. & Lemert, C. (2006). The New Individualism: The Emotional Costs of Globalization. London & New York: Routledge

-Fortunati, L. (2001). The Mobile Phone: An Identity on the Move, Personal and Ubiquitous Computing, 5: 85-98

-Freud, S. (1914). On Metapsychology: The Theory of Psychoanalysis, Edited by A. Richards, Harmondsworth: Penguin

-Giddens, A. (2001). Sociology: 4th edition. Cambridge: Polity Press

-Gollinson, D. L. (2002). Managing Humour, Journal of Management Studies, No. 39 (3), pp. 269-288

-Goncalo, J. A. & Staw, B. M. (2006). Individualism-collectivism and group creativity, Organizational Behavior and Human Decision Processes, xxx

-Shukla, A. (2005) How Important is Mobile / SMS?, http://EzineArticles.com/?expert=Amit_Shukla

-Sung, N. Lee, Y. H. (2002). Substitution between Mobile and Fixed Telephones in Korea, Review of Industrial Organization, pp. 367-374

-Palen, L, Salzman, M. and Youngs, E. (2001). Discovery and Integration of Mobile Communications in Everyday Life, Personal and Ubiquitous Computing, Vol. 5: 109-122

-Robertson, R. (1992). Globalization. London: Sage

-Trafimow, D., Triandis, H., & Goto, S. (1991). Some tests of the distinction between the private and the collective self. Journal of Personality and Social Psychology, 61, 749-755

-Triandis, H. (1989). The self and social behavior in differing cultural contexts. Psychological Review, 96, 506-520

-Triandis, H. (1995). Individualism and Collectivism. Boulder, CO: Westview Press

-Williams, R. (1989). Resources of Hope. London: Verso

-Wilska, T. A. (2003). Mobile Phone Use as Part of Young People's Consumption Styles, Journal of Consumer Policy, Vol. 26: 441-463

-Yen, L.H., Huang, T. L. & Hwang S.Y. (1997). A protocol for causally ordered message delivery in mobile computing systems, Mobil Networks and Applications, No. 2, pp. 365-372