

فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان/ سال پنجم/ شماره چهاردهم / تابستان ۱۳۹۳ / صفحات ۶۶-۴۳

کارکردهای پیامک در زندگی جوانان*

محمدسعید ذکایی^۱

علی اکبر تاج مزینانی^۲

ادبیه کریمی^۳

چکیده

امروزه تلفن همراه در تمامی جنبه های زندگی انسان حضوری مؤثر و غیرقابل انکار پیدا کرده است. حضوری که در مقایسه با اینترنت و اثرات آن، گسترده تر و پیشرونده تر است. تلفن همراه و به خصوص قابلیت ویژه آن در شکل سرویس پیام کوتاه دیگر نه ابزاری فنی، بلکه به رسانه‌ای با کارکردهای مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی تبدیل شده است و فرهنگ خاص خود را شکل داده است. پیام های کوتاه شکل دهنده نظم زندگی روزمره و تکنولوژی ارتباطی مهمی در هویت بخشی و ارتباط کاربران آن با خود، شبکه های بلافصل و آشنای اجتماعی و محیط پیرامون می باشند. مقاله حاضر با هدف بررسی کارکردهای پیامک در بین جوانان و با استفاده توأم از پیمایش و مصاحبه‌های نیمه استاندارد کیفی با طیف متنوعی از دانشجویان تهرانی، می کوشد آثار و کارکردهای سیاسی، دینی، اجتماعی و فرهنگی پیام کوتاه را به تفکیک مورد بررسی قرار داده و فرصت ها و تهدیدهای این سرویس را از نقطه نظر جوانان مطالعه نماید. نتایج مطالعه بیانگر تأثیر پذیری عمیق و گستره فرآیند ارتباطات و نظم زندگی روزمره جوانان از این رسانه و به کارگیری استراتژیک و هدفمند آن برای مدیریت نیازها و هیجانات خویش است.

کلید واژه: تلفن همراه، پیامک، پیامک و زندگی روزمره، کارکردهای پیامک.

* تاریخ وصول: ۱۳۹۲/۵/۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۹/۲۲

۱- دانشیار گروه جامعه شناسی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران. saeed.zokaei@gmail.com

۲- عضو هیأت علمی گروه جامعه شناسی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

۳- کارشناس ارشد گروه جامعه شناسی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

۱- مقدمه

اگرچه زمانی کمتر از یک نسل از ظهور و رواج تکنولوژی تلفن همراه و ورود آن به متن زندگی اجتماعی افراد می‌گذرد و از این رو ارزیابی قاطع از کارکردها و آثار هویت بخش آن دشوار است، با این حال آنچه بطور کلی می‌توان استنباط کرد تأثیرات این رسانه بر شکل و ماهیت بسیاری از تجارب زندگی روزمره است. تلفن همراه جلوه‌ای متفاوت به تجارب ارتباطی، شغلی و حرفه‌ای، آموزشی و علمی، فراغتی و تفریحی، رمانتیک و عاطفی و فراغتی و سرگرمی بخشیده است و فرصت‌ها، موقعیت‌نگرانی‌ها و ترس‌های جدیدی را در پیش روی کاربران خود قرار داده است. تلفن همراه تجربه زندگی اجتماعی را به تجربه‌ای متفاوت تبدیل ساخته است. بررسی رشد و گسترش تلفن همراه، حاکی از آن است که تاکنون هیچ فن‌آوری در طول تاریخ بشر به شدت تلفن همراه فراگیر نشده است (منطقی، ۱۳۸۹: ۹۶). اگر قبول کنیم که هر نسلی از فناوری‌ها یک نقطه اوج دارد، پیامک را نیز می‌توان نقطه اوج نسل پیام‌رسانی متنی دانست که به مرور جای خود را میان کاربران باز کرد و زبان جدیدی نیز مخصوص آن ایجاد شد (شریفی، ۱۳۸۹: ۲).

سرویس پیامک به عنوان یک ابزار نوین ارتباطی و رسانه‌ای تعاملی دارای کارکردها و پیامدهای گسترده‌ای در حوزه‌های گوناگون اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است. امروزه سیستم پیام کوتاه به عنوان راهکاری تازه برای سرعت بخشیدن به امور روزمره بطور جدی نظر طیف وسیعی از افراد جامعه، بویژه جوانان را به خود جلب کرده است. بر این مبنا می‌توان گفت که روابط رسانه‌ها و فرهنگ گسترده و پیچیدگی بسیاری پیدا کرده است. تحولات انقلابی در فرهنگ رسانه‌ای تغییرات آشکاری را در ساختار جامعه ایرانی پدیدار ساخته است و از یک سو وجوه معنایی زندگی ایرانیان و از سوی دیگر وجوه عینی که در نهادهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی تبلور پیدا می‌کند را تحت تأثیر خودش قرار داده است. رسانه‌ها به عنوان جهان‌امروزی که ما در آن استقرار پیدا کرده‌ایم. بر اساس تحلیل، تفسیر و توضیح چگونگی پیوند و مناسبات رسانه‌ها با خود می‌توانیم نوعی آگاهی انتقادی نه تنها درباره رسانه‌ها و فرهنگ و روابط آن بلکه درباره کلیت زندگی اجتماعی بدست آوریم. در این وضعیت اگر منفعل باشیم در واقع در «زیست جهانمان»، بی‌تفاوت و سست هستیم. ما باید به یک بینش کلی درباره جهان رسانه دسترسی پیدا کنیم تا بتوانیم جایگاه خودمان را در فضای رسانه‌ای و جهان رسانه‌ای تعریف کنیم (فاضلی، ۱۳۹۲). مقاله حاضر با فرض قرار دادن اینکه پیامک بویژه در میان جوانان دارای کارکردهایی بیش از صرف کانالی جهت اطلاع‌رسانی است، و به عنوان ابزاری نوین در اختیار جوانان، علاوه بر داشتن کاربردهای گسترده در حوزه‌های گوناگون سیاسی، اجتماعی، فرهنگی،

دچار پیامدهایی منفی و کژکارکردهایی نیز شده است، سؤالات زیر را مورد مطالعه قرار می داد:

- از دیدگاه جوانان، پیامک چه فرصتهایی در اختیار آنان قرار داده است؟
- از دیدگاه جوانان، پیامک چه محدودیتهایی را برای ایشان، با خود به همراه آورده است؟
- از دیدگاه جوانان، پیامک چه آثار و پیامدهایی در الگوهای ارتباطی و تعاملات آنان برجای گذاشته است؟

۲- چارچوب نظری

در نظریه کارکردگرایی پارسونز، جامعه به عنوان شبکه سازمان یافته‌ای از گروه‌های در حال همکاری است که به شیوه‌ای تقریباً منظم و منطبق بر مجموعه‌ای از قوانین و ارزش‌ها تلقی می‌شود که بیشتر اعضا در آن شریکند و به جامعه، به عنوان نظامی ثابت و در عین حال متمایل به سمت تعادل نگریسته می‌شود. در این نظریه، هرگروه یا نهاد، کارکرد خاصی دارد و سیستم، در مجموع به بقای خود ادامه خواهد داد. این نظریه در پی بررسی چگونگی ساخته شدن الگوهای رفتاری نیز هست. زیرا الگوهای رفتاری، زمانی شکل می‌گیرد که از نظر کارکردی مفید باشد. بنابراین الگوها برای برآوردن نیازها سر بر می‌آورد و با تغییر نیازها، آنها نیز از بین می‌روند (آزاد ارمکی، ۱۳۷۶: ۴۹).

بنیان کارکردگرایی، بر این واقعیت استوار است که همه سنت‌ها و مناسبات و نهادهای اجتماعی، دوام و بقایشان به کار یا وظیفه‌ای بستگی دارد که در نظام اجتماعی یعنی «کل» بر عهده دارند. آنچه مطرح است، فایده و سودمندی آنها در کل نظام است؛ زیرا مبادله را تسهیل می‌کنند تا همه گروه‌های درگیر از آن بهره‌جویند. نهادهای موجود حتی اگر از دید اقتصادی سودمند نباشند، از جهات غیراقتصادی سودمندند. یعنی در کل نظام دارای کار و وظیفه‌اند (توسلی، ۱۳۸۳: ۲۱۲). یک کارکرد مجموعه فعالیت‌هایی است که در جهت برآوردن یک نیاز یا نیازهای نظام انجام می‌گیرد (ریتزر، ۱۳۸۶: ۱۳۱). کارکرد دو حالت عمده پیدا می‌کند. کارکرد مثبت و کارکرد منفی. کارکرد مثبت عملی است سودبخش که در جهت انسجام جامعه صورت گیرد. هنگامی می‌توان نتیجه کارکرد را مثبت دانست که در جهت استحکام و انسجام جامعه پیش رود. اگر کارکرد منفی باشد، جامعه قطعاً به طرف پریشی اجتماعی و ناپایداری پیش می‌رود. کارکردگراها معتقدند در این شرایط دو حالت ممکن است پیش آید: شکل اول اینکه کارکرد منفی آن اندازه قوی و قدرتمند است که بطور جدی سیستم را دچار مشکل می‌کند و جامعه دچار حالت‌های آسیبی می‌شود؛ از این رو جامعه به انفجار کشیده می‌شود و حتی ممکن است از بین برود؛ این یک کارکرد منفی است. لیکن در عمل چنین نمی‌شود. زیرا جامعه دارای خصلت ترمیم‌پذیری است. بنابراین اگر کارکرد منفی به حالت ترمیم‌پذیری تبدیل شود، آنگاه نه تنها

حیات جامعه را ابقا می‌کند بلکه ممکن است جامعه را بطرف تکامل نیز بکشاند. پس کارکرد منفی از نظر کارکردهای منفی مبارزه خواهد کرد تا از طریق ترمیم‌پذیری، آن را به کارکرد مثبت تبدیل کند (تنهایی، ۱۳۷۴: ۷۶-۷۵). پارسونز معتقد است که چهار تکلیف است که برای همه نظام‌ها ضرورت دارد و هر نظامی برای زنده ماندن باید این چهار کارکرد را انجام دهد:

۱- تطبیق: هر نظامی باید خودش را با موقعیتی که در آن قرار گرفته است تطبیق دهد، یعنی باید خودش را با محیطش تطبیق دهد و محیط را نیز با نیازهایش سازگار سازد. ۲- دستیابی به هدف: یک نظام باید هدف‌های اصلی‌اش را تعیین کند و به آنها دست یابد. ۳- یکپارچگی: هر نظامی باید روابط متقابل اجزای سازنده‌اش را تنظیم کند و به رابطه میان چهار تکلیف کارکردیش نیز سر و صورتی بدهد. ۴- سکون یا نگهداشت الگو: هر نظامی باید انگیزش‌های افراد و الگوهای فرهنگی آفریننده و نگهدارنده که این انگیزش‌ها را ایجاد کرد، نگهداری و تجدید کند. مهمترین گزاره کارکردگرایی نسبت به ماهیت جامعه، تلاش در جهت حفظ و توجیه نظم در مقابل ایجاد تغییر و دگرگونی در جامعه است. کارکردگرایی مدلی مبتنی بر تمثیل ارگانیک است. این تمثیل، بنیان و اساس این نظریه را نسبت به ماهیت جامعه شکل می‌دهد و مستلزم پیش فرض‌هایی چون تلقی جامعه به مثابه نظام، وابستگی متقابل اجزای نظام، رابطه کارکردی میان اجزاء، وحدت، عمومیت و ضرورت کارکردی است.

این رویکرد فعالیت رسانه‌ها در جامعه را رفع نیازهایی چون تداوم، نظم، یکپارچگی، هدایت و سازگاری می‌داند. از این دیدگاه جامعه از عناصر مختلفی تشکیل شده که وسایل ارتباطی، یکی از عناصر زیرمجموعه نظام محسوب می‌شود. هریک از این عناصر در کل نظام، کارکرد ویژه‌ای را انجام می‌دهد و بگونه‌ای به رفع نیازهای آن می‌پردازد. زندگی اجتماعی سازمان یافته، نیاز به همکاری مداوم و مستمر بین بخش‌های مختلف آن در محیط اجتماعی دارد. این ابزارها بخش‌های مختلف نظام را به یکدیگر مرتبط می‌سازد و از این طریق نظم و یکپارچگی درونی نظام را تضمین کرده و ظرفیت پاسخگویی آن را در بحران‌ها بر اساس واقعیت‌ها افزایش می‌دهد. به اعتقاد کوین ویلیامز، رسانه‌های ارتباط جمعی یکی از عناصر لازم و ضروری ساختار جامعه است که در حفظ ثبات و تعادل جامعه نقش دارند و در صورت خلیق بی‌نظمی و ناهماهنگی، دارای کژکارکرد می‌شوند (ویلیامز، ۱۳۸۶: ۶۲). در همین رابطه دنیس مک کوایل نیز کارکردهای اجتماعی رسانه‌ها را به تفکیک چنین برمی‌شمارد:

اطلاعات: فراهم کردن اطلاعات درباره‌ی رویدادها و شرایط جامعه و جهان، فهم روابط قدرت، تسهیل نوآوری، اقتباس و پیشرفت. همبستگی: تبیین، تعبیر و تفسیر معنای رویدادها و اطلاعات، حمایت از نظم و اقتدار مستقر، جامعه‌پذیری، هماهنگ کردن فعالیت‌های مجزا، ایجاد اجماع.

تداوم: بیان و معرفی فرهنگ مسلط و شناساندن خرده فرهنگ‌ها و پیشرفت‌های فرهنگی جدید، تقویت و حفظ وجوه مشترک ارزش‌ها.

سرگرمی: فراهم کردن تفریح و سرگرمی، تغییر توجه و [ایجاد] آرامش، کاهش تنش اجتماعی.
 بسیج: فعالیت‌های هماهنگ کننده برای موضوعات اجتماعی در حوزه‌ی سیاست، قدرت، اقتصاد، توسعه، کار و گاهی اوقات دین.

بنابراین رسانه‌های جمعی اساس جامعه هستند برای: یکپارچگی و هماهنگی، نظم، کنترل و ثبات، انطباق با تغییر، بسیج، مدیریت تنش، تداوم تفکر و ارزش (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۸-۹۷). کوین ویلیامز تحلیل کارکرد گرایانه وسایل ارتباط جمعی را مبتنی بر این باور می‌داند که تمامی عناصر جامعه از جمله رسانه‌ها، چنان شکل گرفته و سازماندهی شده اند که حافظ و حامی ثبات جامعه باشند.

۳- سرویس پیام کوتاه: رسانه ای تعاملی

یکی از مهمترین این ابزارهای نوین ارتباطی و اطلاعاتی در عصر جهانی شدن که کاربردهای روزافزونی در میان خیل گسترده مردم جامعه امروزی پیدا کرده است، تلفن همراه و سرویس پیام کوتاه است. سرویس پیام کوتاه پروتکلی است که امکان ارسال پیام به صورت متن از طریق تلفن های همراه را بوجود می‌آورد. این پیغام ها بسیار کوچک هستند: ۱۶۰ حرف برای پیغام‌های لاتین و حداکثر ۷۰ حرف برای زبان‌های غیر لاتین. این فناوری از سال ۱۹۹۰ در اروپا راه اندازی شد و در سال ۱۹۹۸ به بلوغ رسید. این سرویس در ایران از سال ۱۳۸۱ ارایه شد.

پیام کوتاه به عنوان جزیی از کارکردهای تلفن همراه، نقش عظیمی در تکنولوژی ارتباطات دوسویه بازی می‌کند و توانسته در شبکه تعاملات جامعه ایرانی جای خود را باز کند. پیامک از ویژگی‌های فراوانی برخوردار است که آن را تبدیل به ابزاری محبوب و فراگیر در میان عامه مردم بخصوص جوانان نموده است. ویژگی‌هایی از قبیل سرعت بالا، دسترسی دائمی، مقرون به صرفه بودن، امنیت نسبی در برابر نظام‌های مختلف نظارتی و نیز خانواده، ناهمزمانی، قابلیت ذخیره سازی، انعطاف پذیری و جذابیت محتوایی سبب شده است سرویس پیام کوتاه به ابزاری بی‌رقیب در ارتباطات بین فردی تبدیل گردد. این سرویس قابلیت همه جا حاضر را دارد و علاوه بر این موارد، به دلیل سهولت در دسترسی و احتیاج نداشتن به اینترنت تبدیل به ابزاری شده که رقیبانی مثل پست الکترونیک، مسنجرها و تلفن را به راحتی به حاشیه رانده و یکه تاز عرصه ارتباطات دوسویه گشته است.

اگر سه عنصر اطلاع رسانی، ارائه سرگرمی و آموزش اجزاء تشکیل دهنده هویت یک رسانه باشند، پیامک نیز دارای هویت رسانه‌ای است، زیرا قابلیت ارائه این سه کارکرد را از خود نشان داده

است (شیران، ۱۳۸۹).

جان گیبینز و بوریمر به چهار نقش رسانه‌ها در جامعه اشاره می‌کنند که این موارد بصراحت شامل نقش سرویس پیامک در زندگی روزمره افراد می‌باشد:

- رسانه‌ها به فرایند ساختن هویت کمک می‌کنند: فراورده‌های زیبایی شناختی و فرهنگی رسانه‌ها برای فرایند هویت سازی، اهمیت اساسی دارند. مردم با مصرف تولیدات رسانه‌ای، زندگی معمولی‌شان را برای مدتی رها می‌کنند و به چیز دیگری روی می‌آورند. بنابراین تجربه زیبایی شناختی و فرهنگی امکانات ویژه‌ای برای خوداندیشی فراهم می‌کند.

- رسانه‌ها به فرایند معنا سازی کمک می‌کنند: در جهان پیچیده‌ای که حوادث و رویدادهای گوناگون در آن رخ می‌دهد، رسانه‌ها با شکل دادن به الگوی ذهنی مخاطبان، رویدادها را برای آنها معنادار و قابل فهم می‌سازند و از این طریق به شکل گیری نگرش‌های آنان کمک می‌کنند.

- رسانه‌ها برای مردم لذت بخش هستند: در استفاده مردم از رسانه‌ها، جنبه لذت جویانه‌ای وجود دارد که یکی از این لذت‌ها، لذت با تأخیر است؛ به این معنا که رسانه‌ها محتوایی در اختیار مردم قرار می‌دهند که در مواقع دیگر درباره آنها گفت و گو و صحبت می‌کنند. بنابراین لذت رسانه‌ها به لحظه مصرف محدود نمی‌شود.

- رسانه‌ها به ساخت‌مند شدن زندگی روزمره کمک می‌کنند: زندگی روزمره مبتنی بر عادت- هاست و از رسانه‌ها برای عادت بخشیدن به زندگی استفاده می‌شود. یک نقش مهم رسانه‌ها در ساخت‌مند کردن زندگی روزمره این است که آنها حوزه‌های خصوصی و عمومی زندگی را به یکدیگر مرتبط می‌سازند. با کمک رسانه‌ها، حوزه‌های خصوصی می‌توانند عمومی شوند و بالعکس (گیبینز و بوریمر، ۱۳۸۱: ۷۳-۷۰).

به گفته کارونیا و کارون، جوانان براساس شیوه تبیین و روایتشان از کاربرد تلفن همراه الگوی فرهنگی خاص خودشان را از این فناوری ارتباطی می‌سازند. آنها عمل استفاده از تلفن همراه را به منزله دستور زبانی تفسیر می‌کنند که تصور می‌شود از طریق آن، افراد خودشان و کسانی که پیرامونشان هستند را متعین می‌سازند (Caronia and Caron, 2004: 26). هانس گسر در کتاب «بسوی تئوری جامعه شناختی تلفن همراه» (۲۰۰۴) برای تلفن همراه در سطوح خرد، متوسط و کلان اجتماعی مجموعه‌ای از کارکردهای مثبت و منفی چون کاهش تأثیر مثبت مجاورت مکانی در تعامل و همبستگی اجتماعی، حفظ ارتباطات میان فردی علیرغم جابجایی و تحرک، افزایش حجم دوستی از راه دور با وجود فاصله مکانی، تسهیل در اجرای همزمان نقش‌های اجتماعی بدون حضور فیزیکی در محل‌های مربوطه، به حداقل رساندن نشت بیش از حد ارتباطات به اشخاص ثالث ناخواسته قائل است.

عاملی (۱۳۸۷) بر این اعتقاد است تغییر پارادایمی که در حوزه «حکمرانی» بوجود آمده است، پارادایم مدیریتی «حکمرانی الکترونیک» را، که بر ظهور رایانه ناظر بود، به «پارادایم حکمرانی تلفن همراه» تبدیل کرده است. این تغییر معنای مبهم، تلفن همراه را از ابزار ساده ارتباطی به ابزار زندگی و ابزار حکمرانی فردگرانه صرفاً در قلمرو زندگی فردی، بلکه زندگی فرد به عنوان یک شهروند الکترونیک منتقل می‌کند. با این نگاه، تلفن همراه واسطه و کد ارتباطی فرد و خانواده، فرد و بازار، فرد و یادگیری، فرد و امور زندگی روزمره زندگی و سرانجام فرد و حکومت است (عاملی، ۱۳۸۷: ۴). ذکایی (۱۳۸۸) با الهام از مفهوم سازی «عادت واره» و «میدان» بوردیو، این استدلال را مطرح می‌کند که تلفن همراه میدان جدیدی ایجاد کرده که جوانان در آن فرصت‌های بیشتری برای سرگرمی، ارتباط و استقلال عمل یافته‌اند و با آسان‌سازی و جبران برخی کاستی‌های حوزه عمومی به تقویت عاملیت، فردیت و قدرت جوانان یاری رسانده است (ذکایی، ۱۳۸۸: ۱۵۲). مقصودی (۱۳۸۶) با اشاره به این عاملیت و قدرت یابی جوانان خاطر نشان ساخته است در کشورهایی که دستاوردهای چشمگیر در حوزه فناوری داشته‌اند، فرستادن پیام با تلفن‌های همراه، به شیوه‌ای برای ترویج چیزی تبدیل شده است که کارشناسان از آن به عنوان «دموکراسی تلفن همراه» یاد می‌کنند. زیرا فناوری ارسال پیامک، با نظارت گسترده مراجع حکومتی روبرو نبوده و هزینه مادی - امنیتی آن نیز چندان زیاد نیست و جوانان از آن به عنوان کانال زیرزمینی تازه‌ای برای بیان حقایق سانسور نشده، بسیج افکار عمومی جهت برپایی تجمعات اعتراض آمیز، هشدار به مراجع حکومتی در برابر تضییع حقوق شهروندان و بعضاً پخش هرزنامه‌های سیاسی، استفاده می‌کنند. کوثری (۱۳۸۷) نیز با تحلیل محتوای پیامک‌های مبادله شده میان دانشجویان دانشگاه‌های تهران بیان داشته تلفن همراه و پیام کوتاه بیش از هر وسیله ارتباطی دیگری توانسته است محدودیت‌های فرهنگی ارتباطات میان دو جنس را از میان بردارد و به نوعی اخلاق ارتباطی جدید دامن زند.

۴- روش تحقیق

برای پی بردن به مسائل اجتماعی و درک واقعیت پدیده‌ها، استفاده و ترکیب هر دو روش تحقیق کمی و کیفی ضرورت دارد. استفاده از روش ترکیبی باعث می‌شود میان هدف تحقیق، شیوه گردآوری داده‌ها و تحلیل آنها، برای پاسخ دادن به سؤالات تحقیق، سازگاری لازم برقرار گردد (بازرگان هرندی، ۱۳۸۷: ۲۲). بنابراین بخش نظری و تئوریک این پژوهش با استفاده از مرور ادبیات روایی^۱ انجام شد. این پژوهش از نوع توصیفی-تبیینی است که در بخش تجربی، این مطالعه به دو شیوه پژوهش کیفی با

استفاده از تکنیک مصاحبه عمیق و در بخش کمی با استفاده از ابزار پرسشنامه بمنظور بررسی فرضیه های مطرح شده و دستیابی به اطلاعاتی نیمه استاندارد درباره جنبه‌ها و مصارف مختلف پیام کوتاه، تأثیر متغیرهایی چون جنسیت، تحصیلات، پایگاه اجتماعی و اقتصادی، مقاصد استفاده و تاحدی سنجش آثار و پیامدهای استفاده از پیامک به اجرا در آمده است. همچنین اطلاعات بخش کیفی در پاسخگویی به معانی، فرآیندها و قضاوت‌های پاسخگویان از کاربردهای پیامک و رضامندی‌ها و نارضایتی‌های آنها مورد استفاده قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش، دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی می باشند.

در باب نمونه گیری نیز باید گفت که نمونه گیری در پژوهش های کیفی بسیار متفاوت از پژوهش‌های کمی است، زیرا هدف آن به جای تعمیم یافته ها کسب درک عمیق برای رسیدن به محتوای ذهنی افراد است و نمی توان آن را از طریق روش‌های سخت و دقیق کمی انجام داد. لذا در تحقیقات کیفی نمونه گیری جنبه قضاوتی دارد چرا که اعتقاد بر این است که هر فرد آزمودنی ویژگی های خاص خود را دارد و اگر هدف بررسی آن ویژگی ها باشد از طریق نمونه گیری تصادفی نمی‌توان چنین افرادی را انتخاب نمود. در بخش کمی، حجم نمونه با توجه به فرمول کوکران محاسبه شد. به این ترتیب که با فرض حداکثر واریانس ۰/۲۵، در سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای نمونه گیری ۰/۰۵۶، حجم نمونه مورد نظر ۳۰۰ نفر به دست آمد با روش نمونه گیری سهمیه‌ای کار تحقیق به انجام رسید. ابزار پژوهش پرسشنامه‌ای با ۶۶ سؤال و گویه بود که پس از اخذ مشاوره‌های لازم از کارشناسان در تدوین سؤالات و انجام دادن تست مقدماتی، اصلاحات نهایی انجام و پرسشنامه «محقق ساخته» به عنوان پرسشنامه اصلی میان پاسخگویان توزیع گردید. بخش کیفی پژوهش مشتمل بر مصاحبه‌های نیمه استاندارد و مسأله محور با ۲۵ نفر از جوانان علاقمند است که با انجام مصاحبه‌های اکتشافی و کوتاه مدت و سؤال از ایشان در خصوص عادت‌های کار با سرویس پیامک و تنوع در فرهنگ کار با آن، به نوعی نمونه‌ای شاخص تشخیص داده شدند و از ایشان جهت مشارکت در گفتگویی مفصل در ارتباط با مزیت‌های پیامک، فرصت‌ها و یا دردسرهای پیش آمده، آثار آن بر الگوی ارتباطاتشان و بایدها و نبایدهایی که در استفاده از آن برای خود قائلند دعوت گردید. در نهایت پس از تکمیل پرسشنامه ها و مصاحبه‌ها، داده‌های کمی، جمع‌آوری شده، کدگذاری و کدها وارد رایانه گردیدند. سپس با بهره گیری از نرم افزار SPSS داده ها تجزیه و تحلیل شدند. در تحلیل داده‌های مصاحبه نیز از شیوه تحلیل منظم مضمونی استفاده شد.

۴- یافته‌های پژوهش

به اعتقاد جامعه شناسان، هر پدیده اجتماعی در عصر حاضر، دارای کارکردهای مثبت و منفی

است. بررسی کارکردهای وسایل ارتباطی در دنیایی که هر روز بیش از پیش شاهد گسترش این وسایل است، کار ساده ای نیست. امروزه این وسایل تمامی حیات انسانی را در بر می گیرند. زندگی معمولاً با این وسایل آغاز شده و تا پایان در کنار و همراه آنها سیر می کند (پور حسن، ۱۳۷۷: ۵۰). در ادامه کارکردها و کژکارکردهای این ابزار ارتباطی را با محوریت سرویس پیام کوتاه بررسی می کنیم.

۵- کارکرد اقتصادی پیامک

امروزه بازار، تلفن همراه را به ابزار پخش آگهی و فروش تبدیل کرده است. شرکت های دولتی و خصوصی این روزها برای هر نفر در هر کجا که هستند پیامهای ویژه خود را دارند. این کارکرد، در ابتدا بیشتر مورد استفاده کارخانه ها، بانکها و برخی مراکز دولتی قرار می گرفت تا جهت تبلیغ کالاها یا خدمات خود از آن بهره برند. اما امروزه این پیام ها از اطلاعات ترافیکی، هواشناسی گرفته تا اطلاع رسانی از حراج ها و تخفیف های پوشاک و حتی کنسروها و نوشابه ها را نیز در بر دارند (خلیقی، ۱۳۸۵: ۲). در این حالت، انسان در دنیای کنونی در حالیکه تنهایی خود را با تلفن همراه در گوشه ای می گذراند، مدام خواسته یا ناآگاهانه در معرض چنین پیامهایی خواهد بود. دانشجوی دکتری درباره ددرسرها و مشکلات پیامکها چنین می گوید: «از ددرسره های تلفن همراه این پیامک های تبلیغاتی است که مرتب می آید. خیلی استرس زاست چون آدم در همان لحظه ای که منتظر جواب فرد دیگری هست، یک پیامک تبلیغاتی می آید یا شب های دیروقت یکهو از خواب می پرد...».

در ادامه باید گفت که جوانان به ندرت تنها یک پیام کوتاه ارسال می کنند. این امر معمولاً تبدیل به یک مکالمه متنی شده و مشابه تحقیق منت و پیریس هر مکالمه بطور متوسط سه پیام در طول روز را شامل شده است. این تعداد پیام های متنی همراه با شیوه دشوار تایپ منجر به ایجاد یک زبان خاص با کدها و اختصاراتی است که حتی گاه برای افراد غریبه قابل فهم نیست (مانند: ج بده، زنگیدم، دونقطه دی و...). با توجه به بودجه کم جوانان نسبت به بزرگسالان و عدم استقلال مالی ایشان، آنان در شرایط زندگی روزانه خود تمایل به صرفه جویی داشته که پیامک و زبان اختصار آن در این رابطه تحت کنترل درآوردن هزینه های تلفن، مناسبترین گزینه است. دیگر آنکه هزینه های پیامک بصورت اشتراکی توسط هر دو طرف مکالمه پرداخت می شود و این از مزایای جذاب این سرویس می باشد در حالی که هزینه های تماس تلفنی باید به طور انحصاری توسط تماس گیرنده پرداخت شود. یکی از مصاحبه شونده ها با شوخی و کنایه در این رابطه می گوید: «این مکالمات باعث شده رویه درویشی پیشه کنیم. هرچقدر درمی آوریم باید بدهیم قبض تلفن همراه و دیگر چیزی نتوانیم جمع کنیم. کمک کردیم دیگر به دولت. یه جورایی حکم سرمایه گذاری دارد. باز همین پیامکها، حداقل هزینه هایش کمتر است».

بنابراین می‌توان گفت کارکرد اقتصادی سرویس پیامک بیشتر از جهات منافع شخصی و کاهش مخارج ارتباطات، بارز بوده است. این پژوهش نشان از این دارد که در میان جوانان اولین اولویت منافع اقتصادی است. هزینه‌های یک پیام کمتر از یک تماس تلفنی است. درحالی‌که هزینه یک تماس تلفنی می‌تواند در ساعات پیک و غیرپیک متفاوت و نامتناسب با پول توجیبی‌های جوانان باشد. علاوه بر این، آنان احساس می‌کنند کنترل هزینه‌های پیام کوتاه آسانتر می‌باشد.

جدول ۱: توزیع پاسخگویان بر حسب متوسط میزان استفاده از خدمات ارتباطی تلفن همراه

شاخص	تعداد	حداقل	حداکثر	نما	میانگین
متوسط هزینه ماهانه مکالمات (بر حسب ریال)	۲۸۲	۵۰۰۰	۳۵۰۰۰ ۰۰	۱۰۰۰۰۰	۲۲۱۰۸
متوسط هزینه ماهانه پیامک (بر حسب ریال)	۲۷۴	۰	۹۰۰۰۰	۵۰۰۰۰	۹۸۰۴
متوسط تعداد پیامکهای دریافتی در روز	۲۸۷	۱	۵۰۰	۱۰	۲۰
متوسط تعداد پیامک های ارسالی در روز	۲۸۶	۰	۶۰۰	۱۰	۱۹

۶- کارکرد سیاسی پیامک

یکی از انواع ارتباط و تعامل در جوامع، ارتباط بین مردم و حاکمیت است. مردم برای تأمین امنیت و آسایش و مشارکت در امور جامعه نیاز به ارتباط با حاکمیت دارند. از طرفی دولت‌ها نیز منتخب مردم هستند و دوام و بقای آنها وابسته به حمایت و خواست مردم است (پناهی، ۱۳۸۶: ۷۴). اعتماد سیاسی به این رابطه مردم و دولت می‌پردازد. افزایش این رابطه موجب تعامل بهتر بین مردم و دولت و جلب مشارکت سیاسی مردم می‌شود. در عوض، کاهش آن موجب عدم پشتیبانی مردم از مسؤولان، عدم رعایت قوانین، کاهش مشارکت سیاسی، سرایت بی‌اعتمادی به نهادها و سازمان‌های دولتی و در موارد خیلی حاد، موجب بحران مشروعیت می‌شود.

کارکرد سیاسی را شاید بتوان یکی از بزرگترین کارکردهای فناوری‌های نوین ارتباطی بویژه پیامک عنوان کرد. حجم بسیار گسترده‌ای از پیام‌های کوتاه، دارای مضمون سیاسی است (کیا، ۱۳۸۹: ۱۲). کارکرد سیاسی پیامک را می‌توان با شبنامه‌ها مقایسه کرد. شبنامه نشریه‌ای بود در برابر روزنامه -که با هویت مشخص نویسندگان بصورت آشکار منتشر می‌شد- بصورت پنهانی، تهیه و تکثیر می‌گردید. این نوشته‌ها در واقع داستان‌ها، گزارش‌ها و اتهام‌نامه‌هایی علیه شاه و صاحب منصبان سیاسی-اجتماعی بود که بیشتر با قلمی نیشدار یا طنزآلود، بدون امضا و نشانی و با اهداف سیاسی و اجتماعی و برای برانگیختن مردم بود (مقصودی، ۱۳۸۶: ۲۱۳). مصاحبه‌شونده‌ای در این رابطه گفت: «البته این طنزها هم

تا حدی مهمه آدم‌هارو بیدار می‌کنه شاید تو به چیزی فکر نکردی اما دیگری بهش فکر کرده و در اختیارت قرار میده این چیزها در بیداری خیلی تأثیر داره». امروزه اختراع وسایل نوین ارتباطی قدرت دروازه بانی را از سیستم گرفته و بصورت‌های مختلف کانال‌های متفاوتی را برای بیان تقاضا ایجاد کرده که از کنترل دولت خارج هستند (پور حسن، ۱۳۷۷: ۶-۵۳). یکی از پاسخ‌دهندگان کارکرد پیامک را چنین ترسیم نمود: «این پیامک‌ها چه جدی چه طنز در واقع همان جهت دادن به ذهنیت افراده. با توجه به تأثیری که پیامک دارد چه سهولتش و چه قدرت انتقالش که من می‌توانم آن را خیلی راحتتر از تماس تلفنی به خیلی‌ها انتقال بدم و نسبت به اینترنت راحت‌تر می‌شود آنرا پخش کرد بنابراین با توجه به گستره مخاطبانش خیلی در شکل دادن به ذهنیت می‌تواند تأثیرگذار باشد».

جدول ۲: توزیع پاسخگویان بر حسب ارزیابی آنها از کارکرد سیاسی پیامک

زیاد	متوسط	کم	گویه‌ها
٪ ۴۴.۴	٪ ۲۸.۴	٪ ۲۶.۲	معمولاً پیامک‌های طنز سیاسی برآمده از واقعیات جامعه است.
٪ ۵۰.۳	٪ ۳۱	٪ ۱۷	برخی پیامک‌های سیاسی اعتماد را به مسؤولان و عملکرد ایشان کمتر می‌کند.
٪ ۳۹.۹	٪ ۳۲	٪ ۲۸.۱	پیامک‌های سیاسی متنی خنثی هستند و هیچ تأثیری بر ذهن من ندارند.
14.2 %	٪ ۳۱.۹	٪ ۵۳.۸	با خواندن پیامک‌های طنز یا جدی سیاسی اراده‌ام برای پشتیبانی از سیاست کشورم قوی‌تر می‌شود.

کارکرد دینی

دین با آموزه‌های خود و ارزش‌هایی که مطرح می‌کند و همچنین پاداش و تنبیه‌هایی که برای اعمال نیک و بد در نظر می‌گیرد، می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در تمام امور، حتی در افزایش یا کاهش اعتماد سیاسی که موضوع پیشین مورد بحث ما بود، داشته باشد. ادیانی که دعوت به همکاری، مساعدت به دیگران، پرداختن به امور جمعی و اجتماعی می‌کنند، می‌توانند موجب افزایش اعتماد شوند. اکثر آموزه‌های دینی اسلام، جمعی، اجتماعی و مروج اعتماد است (پناهی، ۱۳۸۶: ۷۵).

آقای دربارہ پیامک‌های ترویجی مذهبی گفت: «پیامک‌هایی که اعیاد یا شهادت‌ها را تبریک و تسلیت می‌گویند خوب است، یک جور ترویج است، آدم یادش می‌افتد. ولی با بعضی پیامک‌ها خیلی مخالفم. پیامک می‌دهی ۵۰ صلوات سهم شما یا این را به ۶ نفر ارسال کن با اینجور پیامک‌هایی که مسؤولیت سازند من خیلی مخالفم. شاید اون بنده خدا نفرستد یا اصلاً شارژ نداره خب مسؤولیت درست کردی...» نتایج پژوهش نشان می‌دهد که اینگونه پیامک‌ها معمولاً جهت امیدبخشی به دوستان و همدردی با آنان در موقعیت‌های خاص ارسال می‌شوند اگرچه ملاحظات اقتصادی کاربران جوان عموماً

ارسال این نوع پیامک‌ها را محدود می‌کند. مصاحبه‌شونده‌ای در این خصوص گفت: «پیامک مذهبی می‌تونه کمی جو رو آروم کنه. یک راه میانبری باشه که انسان خودشو درون یک دستگاه دینی فلسفی قرار بده» بدلیل عدم استقلال مالی، غالب پاسخگویان برای ارسال پیامک‌هایشان با احتیاط بیشتری عمل کرده و محتوای آن را طبق نیازها و اهدافشان اولویت‌بندی می‌کنند. درباره طنزهای مذهبی خانمی می‌گفت: «با طنزهای دینی کاملاً مخالفم. اصلاً خوب نیست آدم با اعتقاداتش شوخی کند. یک چیزهایی ارزش است و باید برایش ارزش قائل شد نه با آن شوخی کرد. درباره (...) و آیت ... و اینها اشکال نداره اما درباره معصومین و امام و پیامبر و ... شوخی نداره. خیلی ضایع است آدم ارزش‌های خودش را زیر سؤال ببرد». حسنا: «اینها قداست اون امر مقدس را می‌شکنند. وقتی با مقدسات شوخی کنیم طبیعتاً دیگه اون حالت تقدس قبلی را ندارد وقتی شما در آن مراسم دینی یا عبادت‌ات با آن امر مواجه می‌شوی ناخودآگاه یاد آن طنز می‌افتی و بنابراین دیگه آن حس قبلی را شاید نداشته باشی» اکثریت کاربران این سرویس را نه به منزله ابزاری در جهت ترویج یا تحمیل قواعد اخلاقی جامعه و تأیید ساختارهای موجود که صرفاً ابزاری جهت تفریح، افزایش صمیمیت و گاه تذکر جهت اصلاح امور جامعه و فرصتی جهت شکستن کلیشه‌های روزمره و برخی هنجارهای غالب آن می‌دانند.

نقد طنزگونه و پیراستن دین از باورهای غلط و خرافات گونه، معمولاً استقبال بیشتری را در میان کاربران دارد و گاه تبدیل به حرمت شکنی و موضوعی جهت خنده و تفریح می‌شود. آقایی می‌گفت: «جک با طنزپردازی خیلی فرق داره با طنز ما جلوی یکسری افراط و تفریط‌ها را می‌گیریم اما اگر این طنز صرفاً جهت خود طنز باشه خوب نیست. به ابتذال می‌رسه».

در همین زمینه، داده‌های بدست آمده از پرسشنامه‌ها حاکی از آنند که بیش از ۷۲٪ پاسخگویان به مقدار بسیار زیادی با کارکرد حمایتی و ترویجی ارزش‌های جامعه توسط پیامک موافقت می‌کنند اما از سوی دیگر نیز نزدیک به نیمی از پاسخگویان (۴۹.۸٪) با انتقاداتی که در پیامک‌های طنز دینی درباره آداب، مراسم و مسائل دینی مطرح می‌شود موافقت و این انتقادات را قبول دارند و بیش از ۷۸٪ پاسخگویان به میزان زیادی با خواندن پیامک‌های طنز دینی، گاهی در باورها و اعتقاداتشان شک می‌کنند که جای تأمل و نگرانی است.

جدول ۳: توزیع پاسخگویان بر حسب ارزیابی آنها از کارکرد دینی پیامک

زیاد	متوسط	کم	گویه ها
٪ ۳۹.۵	٪ ۳۲.۹	٪ ۲۷.۶	پیامک‌های دینی، حکایت‌های کوتاه، جملات حکیمانه و ... سبب حمایت و ترویج ارزش‌های جامعه می شود.
٪ ۳۶.۲	٪ ۳۰.۶	٪ ۳۳.۳	معمولاً پیامک‌های دینی بسیار تأثیرگذار بوده و در من آرامش خاطر ایجاد کرده است.
٪ ۴۹.۸	٪ ۳۰.۷	٪ ۱۹.۵	با برخی انتقاداتی که در پیامک‌های طنز دینی درباره آداب، مراسم و مسائل دینی مطرح می شود موافقم.
٪ ۷۸.۲	٪ ۱۴.۲	٪ ۷.۶	با خواندن پیامک‌های طنز دینی، گاهی در باورها و اعتقاداتم شک می کنم

۸- تسهیل ارتباطات

از کارکردهای قابل تأمل کاربردی پیامک، می توان به جایگزینی بسیاری از تعاملات درون گروهی و دستاویز قراردادن این سیستم مخابراتی به جای مراودات چهره به چهره اشاره کرد. وقتی یک دارنده تلفن همراه احساس کند که نسبت به متنی که می فرستد، عده‌ای جذب می شوند و خود آن فرستنده نیز مورد توجه قرار می گیرد، این یک امتیاز برای فرستنده است. سرگرمی و نیاز جوانان به نشاط یکی از دلایل گسترش این سیستم است. البته گسترش تعاملات جدید با دیگران به زودی ما را به اعضای گروه‌هایی غیر از خانواده‌مان منسوب می کند که معمولاً درحالی که در جمع خانواده و بستگان هستیم با غریبه‌هایی به اصطلاح پیامک بازی می کنیم که کنار ما نیستند. با گذشت چندین سال از ورود پیامک به جمع‌های ما، نگرشی که اکنون درباره پیامک مسلط است این است که غالب کاربران از پیامک جهت تسهیل ارتباطات استفاده می کنند. در زمان بی‌اطلاعی از موقعیت و شرایط مخاطب جهت امکان پاسخگویی، کمبود وقت جهت احوالپرسی و جلوگیری از طولانی شدن مکالمه، نامناسب بودن شرایط و موقعیت فرد همگی سبب رو آوردن اشخاص به استفاده از پیامک می شوند. خانمی در مصاحبه گفت: «اوایل برایم جذاب بود. الان استفاده ام در حد نیازه. کاری با کسی داشته باشم و نتوانم با آن تماس بگیرم یا جایی باشد که نخواهم مزاحمش بشوم پیامک می دم. من به دوستانم، استادهایم، همسر، خانواده و معمولاً افراد نزدیک پیامک می دهم». با اینکه در این میان عده‌ای پیامک را حوزه‌ای خصوصی و صمیمی می دانند و تعامل پیامکی را امری دوستانه تلقی می کنند اما به همین میزان افرادی نیز هستند که پیامک را برای هماهنگی امور رسمی خود نیز به کار می گیرند. خانمی دیگر در فایده‌مندی پیامک چنین اشاره نمود: «تماس گرفتن آدم را محدود می کند هم خود من را و هم کسی که به او تلفن می -

شود وقتی پیامک می‌دهم آن فرد این قدرت را دارد که الان یا هر زمان که وقتش آزادتر شد جواب بدهد». پیامک از سویی این ذهنیت را القا می‌کند که فرستنده قصد آن را ندارد که چندان مزاحم وقت مخاطب شود و بی‌مقدمه به اصل مطلب می‌پردازد و از سویی به برنامه‌ها و زمان و قدرت تصمیم‌گیری مخاطب احترام گذاشته است و اختیار جواب دادن به پیامک در زمان مناسب را به خود مخاطب واگذار کرده است. این در حالیست که در تماس تلفنی علاوه بر اینکه مخاطب از موضوع گفتگو بی‌خبر است، معمولاً پاسخ را نیز می‌بایست در همان لحظه‌ای که تماس گیرنده اراده کرده‌است بدهد. بدین ترتیب پیامک سبب افزایش قدرت انتخاب و عمل کاربران و مخاطبان می‌شود. چرا که حتی در صورت عدم پاسخگویی به تماس‌های دریافتی این امر سبب مشغولیت ذهنی مخاطب می‌شود، در حالیکه پیامک این ظرفیت دارد که هر زمان و در هر مکان (کلاس درس، جلسه کاری و حتی در زمان خواب سایرین) بی‌آنکه برای کسی مزاحمتی ایجاد کند، این مکالمه متنی صورت گیرد. پیامک امروزه سبب صرفه‌جویی در وقت نیز شده‌است. امروزه بدلیل افزایش مشغله‌های شخصی و افزایش انتظارات از افراد، دیگر روابط دوستانه یا خویشاوندی افراد به شکل سابق نیست. آقای در جواب اینکه پیامک چه فرصت‌هایی به شما داده؟ می‌گوید: «شما بفرمائین چه فرصت‌هایی رو از ما ساقط کرده؟ چرا ازین لحاظ خوبه آدم دلتنگ استادش میشه، دوستاش، خانواده‌اش، یک فرصتیه که زنگ میزنه حالشونو می‌پرسه ولی یه ایراد هم بوجود آورده، آدم‌ها الان به یک زنگ و حتی کمتر یک مسیج اکتفا می‌کنند». اگر تا چندی پیش صله رحم به بازدید و همنشینی افراد با یکدیگر و خوردن یک فنجان چای معنا می‌شد، امروز دیگر تماس‌های تلفنی و گاه ارسال یک صورتک لبخند یا چشمکی که بین جوانان حتی در الفاظ شفاهی‌شان به «دو نقطه دی D:» در عوض لبخندزندشان معروف شده است، خلاصه می‌شود. صله رحم و دید و بازدید مجازی که نه چهره و حضور افراد که لغات و ذهنیت قرضی‌شان برای همدیگر کپی و فرورارد می‌شود. اکنون دلتنگی‌ها جملات از پیش تعیین شده‌ای هستند که یا در برنامه‌های پیامک‌های آماده‌ای مثل جملک و بانک اس ام اس جستجو می‌شوند و یا از اینباکس تلفن همراه صرفاً فرورارد می‌شوند. خانمی در این خصوص گفت: «من فکر می‌کنم برمی‌گرده به اون روابط اجتماعی آدم‌ها که خراب شده ما هم دنبال یک بهانه می‌گشتیم حالا پیامک و تلفن همراه هم کمک کرده راحت‌تر از سر خودمون باز کنیم»

از سویی نباید این نکته را دور از ذهن داشت که سرویس پیامک فرصت‌های خوبی را نیز در اختیار جوانان قرار داده است. فرصت‌هایی مناسب برای افراد کمرو و خجالتی یا افراد با مشغله‌های زیاد و البته فرصت‌هایی پنهانی برای ارتباطاتی که عرف یا شرع آنها را ممنوع کرده است و از دیگر سوی فرصتی نیز برای نگهداشت دوستی‌ها و فراموش نشدن در این تنهایی‌ها و گم نشدن در جمعیت

غریبه‌ها. خانمی در این مورد اشاره کرد: «پیامک باعث میشه ارتباطات دوستیمون حتی اگر کم میشه قطع نشه. بخاطر کار و شرایط دیگه تایم‌های کاریم شاید با اونها یکی نباشه ولی با این پیامک باعث میشه بهشون بگم من دوست دارم ارتباطاتم قویتر شه، رفت و آمد داشته باشیم، اما وقتشو ندارم ولی بیادشون هستم».

جدول ۴: توزیع پاسخگویان بر حسب ارزیابی آنها از کارکرد ارتباطی پیامک

زیاد	متوسط	کم	گویه‌ها
۳۱.۶٪	۳۳٪	۳۵.۴٪	پیامک باعث تقویت و استحکام ارتباطات فرعی و ضعیفم شده است
۵۷.۳٪	۲۸٪	۱۴.۷٪	براحتی امکان دسترسی به دوستانم را فراهم می‌آورد.
۶۷.۲٪	۲۴.۶٪	۸.۲٪	گاهی با آن بابت مهربانی افراد از آنها تشکر و قدردانی می‌کنم.

۹- اضطراب و فشار

با وجود اهمیت تلفن همراه در زندگی روزمره، تحقیقات، نشان دهنده آن است که برخی از مردم به طرز بی‌رویه از آن استفاده می‌کنند و این امر زندگی شخصی آنها را با آسیب‌های جدی مواجهه کرده‌است. پژوهش‌های زیادی، نشانگر رابطه بین استفاده بیش از حد از تلفن همراه و استرس (فشار روانی) و بی‌قراری است (منطقی، ۱۳۸۶؛ حسن زاده، ۱۳۸۹؛ ببران، ۱۳۹۰؛ یاسمی نژاد، ۱۳۹۱). مصاحبه‌شونده‌ای برای این نظر است که: «اگر یک روز کسی بهت پیامک نده پکری و همش منتظر پیامک از اطرافیان هستی. من گاهی حتی وقتی ساعات طولانی برام پیامکی نمیداد گوشیم را خاموش و روشن می‌کنم. می‌گم شاید گوشیم هنگ کرده یا مشکل داره و پیامک‌ها رو برام نمی‌فرسته».

پیامک‌هایی که در طول روز بین مردم و بویژه نزدیکان رد و بدل می‌شود، بسیاری اوقات می‌تواند باعث اطمینان دادن و ایجاد آرامش و خاطر جمعی در طرفین ارتباط گردد. وقتی برای کسی اتفاق ناگوار یا خوشحال کننده‌ای می‌افتد ملاحظه می‌کنیم بلافاصله دوستان و آشنایان دوست دارند از طریق تلفن همراه و پیامک تماس گرفته و خود را در غم و شادی وی شریک کنند. برای آنها پیام‌های دلگرم کننده و اطمینان بخش بفرستند و از اضطراب احتمالی او بکاهند (موسوی، ۱۳۸۹: ۴۸). در همین رابطه خانمی گفت: «وقت‌هایی که دلم می‌گیره تا تو خودمم، میرم سراغ گوشیم و اون پیامک‌های قبلیم که دوستانم برام فرستادن رو می‌خونم آدم یک کم خودشو پیدا می‌کنه دیگه تلفن همراه مثل یک دوست می‌ماند کنارم. این در دسترس بودن نگرانیم رو کم می‌کنه مطمئنم هر خبری بشه چه خوب چه بد من از قافله عقب نمی‌مونم و هستند کسانی که فوری منو در جریان بذارن».

تحقیقاتی که در باب اضطرابات ناشی از تلفن همراه در جهان صورت گرفته نشان از آن دارند که امروزه دیگر تلفن همراه به عنوان بخش مهم و اجتناب ناپذیری از زندگی جوانان کمتر مولد تنش و

اضطراب است. اگرچه در تراکم پیام‌های پاسخ داده نشده و یا قرارهای تحقق نیافته و نیز اخبار غیرمنتظره و یا تماس‌ها و پیامک‌هایی که در موقعیت‌هایی نامناسب به فرد می‌رسد ممکن است اسبابی برای نگرانی و دلهره افراد ایجاد کنند، با این حال باید دسترسی و کاربرد پیامک عموماً امکانی برای افزایش اعتماد به نفس، امنیت، به روز بودن، گریز از تنهایی و پویایی و تحرک افراد فراهم می‌سازد. دو سوم پاسخگویان نمونه استفاده از پیامک را امکانی برای احساس نزدیکی خانواده و دوستان با خود و همراهی آنها دانسته‌اند.

۱۰- نظارت و کنترل

برخی معتقدند یکی از کارکردهای تلفن همراه در جوامع معاصر، کنترل اجتماعی، به ویژه کنترل توسط خانواده است و به رغم اینکه تلفن همراه، ارتباطات میان فردی را با آزادی بیشتری فراهم می‌کند، این رسانه، شکل‌گیری نوعی از کنترل اجتماعی را ممکن می‌سازد که به وسیله آن، مختصات مکان جغرافیایی و از آن مهم‌تر مکان اجتماعی فرد تعیین می‌شود. برای مثال، با وجود سرویس پیامک دیگر نمی‌توان برای تأخیر در تماس‌ها امکان نداشتن تماس را بهانه کرد. در حقیقت تلفن همراه باعث شده است تا ما در برابر کنش‌هایمان و افرادی که فرض می‌شود در برابر آنها مسؤولیم، پاسخ‌گوتر باشیم. این موضوع سبب می‌شود که افراد به سوژه‌ای برای کنترل اجتماعی تبدیل شوند. این کنترل اجتماعی در پاره‌ای موارد، قوی‌تر از کنترل‌های اجتماعی سنتی است. زیرا، یکی از عناصر مهم کنترل اجتماعی در دسترس بودن است، تلفن همراه از همه وسایل ارتباطی دیگر، در دسترس بودن فرد از نظر جغرافیایی (فرد الان در کجاست؟) و از نظر اجتماعی (در کدام روابط فردی - جمعی / خصوصی - عمومی درگیر است؟) را تشدید کرده است. تلفن همراه تشخیص شبکه اجتماعی که فرد درگیر آن است را امکان‌پذیر ساخته و به این طریق، آزادی در روابط اجتماعی را محدود کرده است.

همچنین تلفن همراه در روابط خانوادگی، با افزایش دسترس‌پذیری و تصور تعاملاتی که کاربر تلفن همراه درگیر آن است، به تشدید کنترل خانوادگی منجر شده است. خانمی بر این نظر است که: «رابطه مان را خیلی نزدیک کرده قبلاً که تلفن همراه نبود، پیامک نبود، کسی از خانه بیرون می‌رفت دیگر خبری از آن نبود تا حالا یک جایی تلفن ثابتی پیدا کند اطلاع بدهد یا خودش را به خانه برساند. البته خب اعصاب‌ها هم کمی آرام‌تر بود یعنی اینقدر حساسیت روی بیرون رفتن آدم‌ها نبود که الان کجاست؟ کی برمی‌گردد؟ دارد چه کار می‌کند؟ معمولاً کمی خونسردتر رفتار می‌کردند. ولی با آمدن پیامک و تلفن همراه چون چیزی است که همیشه در دسترسه بقیه هم این اجازه را به خودشان می‌دهند

که در هر زمان که می‌خواهند پیگیری باشند که کجایی چه کار می‌کنی کی بر می‌گردی و...». از سوی دیگر عده‌ای بر این نکته تأکید می‌کنند که در فضای ارتباطاتی تلفن همراه، کنترل اجتماعی بر محتوای ارتباط به شدت کاهش یافته است. شواهد (محتوای پیام‌ها، نسبت فرستنده و گیرنده، زمان دریافت و ارسال پیام و ...) همگی مؤید از بین رفتن محدودیت‌ها و کنترل دیگران بر ارتباطات است. با حضور تلفن همراه با فضایی بی‌محدودیت مواجه‌ایم که محدودیت عرف و حیای ارتباطات چهره به چهره، در آن شکسته می‌شود و دنیایی از ارتباطات تازه شکل می‌گیرد و پدران و مادران بر ارتباطات کنترلی نخواهند داشت. محسن در همین رابطه می‌گوید: «در جامعه ایران محدودیت زیاد است. من با یک دختر نامحرم اگر در خیابان بایستم هم پلیس گیر می‌دهد هم اگر آشنا ببیند برایم بد است هم برای آن دختر بد است و هم اینکه شاید آن دختر اجازه ندهد ولی پیامک خودش پنهان است کسی پیامک را نمی‌بیند. پیامک حیا لازم ندارد. تو می‌بینی و طرف هرچیز دلت می‌خواهد در آن بنویس و بفرست» آقای در این باره توضیح می‌دهد: «خانواده ای که بخواد اهل نگرانی باشه چه تلفن همراه باشه چه نباشه همیشه اون نگرانی رو داره. اینکه در دسترسیم همیشه و نگرانی خانواده مون کم میشه یه بخشی هست. اما یه بخشی‌اش هم زیاد میشه. میتونه نگرانی روحا رو از این جهت هم بالا ببره که خب با کی در ارتباطه و این ارتباط عمقش و جهتش چطور هست و خیلی چیزهای دیگه».

جدول ۵: توزیع پاسخگویان بر حسب ارزیابی آنها از کارکرد اجتماعی - نظارت و کنترل پیامک

زیاد	متوسط	کم	گویه‌ها
٪ ۲۲.۵	٪ ۳۵.۲	٪ ۴۲.۳	دسترسی به پیامک باعث شده ارتباطاتم با خانواده ام در طول روز افزایش پیدا کند.
٪ ۵۱.۶	٪ ۳۱.۱	٪ ۱۷.۳	دسترسی شبانه روزی به پیامک باعث کاهش اطلاع خانواده ام از شبکه ارتباطی ام و نظارت آنها بر این دوستی‌ها و محتوای پیامک‌ها شده است.
٪ ۵۷.۹	٪ ۲۰	٪ ۲۲.۱	با پیامک دیگر نگران کنترل تماس‌ها و حرف‌هایم توسط خانواده و دوستانم نیستم.

۱۱- گسترش ارتباطات

زندگی در دورانی که عصر مدرنیسم و صنعت نام گرفته و در اجتماعی که، دوران گذار خود را می‌پیماید، آثاری دارد که یکی از آنها قربانی شدن روابط انسانی است. جامعه در چنین شرایطی نیازمند یافتن جایگزین‌هایی برای شیوه‌های سنتی تر روابط انسانی است. اکنون پیامک‌ها، بخشی از این بار اخلاقی را به دوش می‌کشند (کیا، ۱۳۸۹: ۱۰). یکی از دانشجویان در این خصوص اشاره نمود: «ارتباط

رویه مقدار صمیمیت می‌کند چون همیشه نمی‌شود زنگ زد یا همدیگر رو دید اما با یک پیامک همیشه می‌شود باهم در ارتباط باشیم». دانشجویی دیگر هم در این باره گفت: «در دوره ما احوالپرسی‌ها تقلیل پیدا کرده به پیامک زدن. حتی دیگر اینجا صدای همدیگر را هم نمی‌شنویم. خب این در گام اول من را ارضا می‌کند از این جهت که دارم با دیگران ارتباط برقرار می‌کنم با آن کسانی که دوستشان دارم اما در دراز مدت نمی‌تواند جایگزین ارتباط چهره به چهره بشود و افراد را در واقع تنها می‌کند». اما همانطور که گفته شد این تنها ارتباطی تصنعی است که نمی‌تواند جایگزین کاملی برای ارتباطات حقیقی شود. خانم مصاحبه‌شونده: «ارتباطاتم رو بیشتر کرده، اما چون نوشتاریه بیشتر سردی و دوری مباره. حداقل آگه تلفنی باشه همین که صدای همدیگر و می‌شنویم بهتره». مصاحبه‌شونده‌ای: «البته مرام آدم‌ها فرق می‌کنه. ربطی به گوشی همراه نداره. بعضی از آدم‌ها زنگ می‌زنن ساعت‌ها حرف می‌زنن، میان می‌بینند آدم رو، بعضی‌ها هم به یک پیامک اکتفا می‌کنند. مرام آدم‌ها فرق می‌کنه. پیامک یه ابزاری هست که ما در قالب این ابزار مرامشون رو راحت‌تر می‌بینیم». تلفن همراه و بخصوص سرویس پیامک به عنوان تکنولوژی ارتباطی همه‌جا حاضر که فرد را در همه ساعات روز و شب و در همه مکان‌ها در ارتباط با «دیگران» قرار می‌دهد، ابزاری برای توسعه تعاملات و بالتبع «توسعه قدرت فرد» محسوب می‌شود. احساس متصل بودن به جهان، نیز تأثیر جدی بر توسعه «احساس آزادی» در فرد و جامعه دارد. این سرویس فرد را در هر زمان و در هر مکان برای همگان در دسترس قرار می‌دهد. قابل دسترسی بودن فرد سه پیامد عمده را به همراه داشت. در درجه اول حجم ارتباطات فردی را با واسطه تلفن توسعه می‌بخشید. در درجه بعد واسطه‌های تماس با فرد را کاهش داده است و در واقع تماس را با خصیصه «ارتباط حضوری» که بدون واسطه می‌باشد، توأم می‌سازد و سرانجام «فضایی برای تولید فرهنگ عکس‌العمل‌های فوری»، به دلیل «دسترسی‌های فوری» بوجد آورده است. پیامک ضمن اینکه فرد را از ظرفیت «دسترسی دائمی» برخوردار کرده است، امکان انتقال «خوشی‌ها» و «بدی‌ها»، خبرهای خوشحال‌کننده و ناراحت‌کننده را بصورت گسترده فراهم کرده است.

داده‌های پیمایشی نیز بیانگر اهمیت پیامک در گسترش ارتباطات افراد است:

جدول ۶: توزیع پاسخگویان بر حسب ارزیابی آنها از کارکرد پیامک در گسترش ارتباطات

زیاد	متوسط	کم	گویه‌ها
٪ ۴۰.۶	٪ ۳۴	٪ ۲۵.۴	دسترسی به پیامک باعث افزایش حجم ارتباطاتم با دوستان و اطرافیانم شده است.
٪ ۱۹.۳	٪ ۳۶.۱	٪ ۴۴.۶	بنظرم با فراگیر شدن استفاده از پیامک، حجم کلی ارتباطات افزایش یافته اما کیفیت و عمق ارتباطات انسانی افزایشی نداشته است.

۱۲- فردگرایی

آنتونی گیدنز مهمترین پیامد جهانی شدن را تغییر در تلقی فرد از خود و ظهور فردگرایی جدید می‌داند. فردگرایی جدید، از نظر او شرایطی است که فرد، «نقش مستقل‌تری» در ساختن هویت فردی خود پیدا می‌کند. در واقع وزن سنت‌های اجتماعی، ارزش‌های شکل گرفته گذشته و هنجاری‌های جمعی اعم از جنسیت، قومیت، نژاد و یا حتی هنجارهای دینی در این روند کم‌رنگ می‌شود. کم‌رنگ شدن این منابع هویتی، به معنای از بین رفتن آنها نیست، بلکه به معنای «خودآگاه شدن روندهای انتخاب» است. فرد در گذشته در یک تعامل ناخودآگاه با منابع هنجاری ارتباط برقرار می‌کرد ولی در روند جدید به دلیل توسعه انتخاب‌ها، فرد نیازمند یک نظام ترجیحی است که او را به عنوان یک «انتخاب‌گر»، یکی را بر دیگری ترجیح دهد. خانمی در این رابطه گفت: «پیامک‌ها حوزه خصوصی را گسترده تر کرده. نوع انتخاب رابطه هات راحت تر شده به کسی که دوست نداری می‌تونی جواب ندی کسی رو که دوست داری می‌تونی هرازگاهی به شخصی ترین وسیله اش زنگ بزنی یا پیغام بفرستی. پیغامی که فقط اون می‌خونه». در واقع فردگرایی افراد از سویی این امکان را فراهم کرده که به حوزه‌های خصوصی خود بیشتر توجه کنند و از سوی دیگر در روابط اجتماعی خود دیگران را ببینند (معیدفر، ۱۳۸۹: ۱۰۳ و ۱۰۸). تلفن‌های همراه یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر فرآیند فردی شدن تفسیر می‌شوند. داشتن تلفن همراه می‌تواند به استقلال فردی و در نتیجه آزادی «خود» و افزایش تکثر و تولید خود منجر شود (خیرخواه و علی آبادی، ۱۳۸۸). علاوه بر این بنابر نظر لاسن و گسر تلفن همراه نوعی بی‌توجهی و بی‌اعتنایی به افراد حاضر را گسترش داده‌است. خانمی در این خصوص گفت: «تلفن برای راحتی منه نه اونیه که به من زنگ می‌زنه». در روابط مستقیم و حضوری، بی‌توجهی به طرف مقابل که روزگاری توهین تلقی می‌شد امروزه می‌رود تا به یک هنجار عادی تبدیل شود که نشان از آن دارد که این احترام به حضور حاضرین رفته رفته جای خود را به بی‌اعتنایی و توهین داده است و این بی‌توجهی دیگر در میان جوانان به امری عادی و منطقی جلوه نمودن است.

جدول ۷: توزیع پاسخگویان بر حسب ارزیابی آنها از آثار فردی کننده پیامک

زیاد	متوسط	کم	گویه‌ها
٪ ۱۹.۹	٪ ۲۵.۹	٪ ۵۴.۳	برقراری ارتباط با پیامک سبب شده دیگران کمتر در کارهایم دخالت کنند.
٪ ۴۳.۷	٪ ۲۰.۵	٪ ۳۵.۸	پیامک حریم شخصی من است.
٪ ۳۲.۴	٪ ۳۰.۷	٪ ۳۶.۹	در لحظه ارسال یا خواندن پیامک، اینکه نسبت به اطرافیانم چندثانیه ای بی توجه شوم امری عادی و منطقی است.

۱۳- کارکرد فرهنگی

به طور معمول وسایل ارتباط جمعی با اوقات فراغت انسان‌ها سروکار دارند. بنابراین جزئی از کارکرد وسایل ارتباطی صرفاً تفریح و تفنن انسان‌هاست تا از آنها موجوداتی توانا و خلاق بار آورد (پور حسن، ۱۳۷۷: ۵۰). طنز و فکاهی، نقشی مهم در ایجاد تمرکز اعصاب و روان، به ویژه در خلال امور روزمره دارد. پیامک‌ها، به خاطر ایجاد زنگ تفریحی کوتاه در بین کارهای روزانه، طرفداران فراوانی دارند، به گونه‌ای که فرستادن لطیفه بیشترین کاربرد پیامک در «ایران» است. عمده‌ترین دغدغه‌های اجتماعی، محدودیت‌ها و یا تابوهای موجود در جامعه با بیانی لطیف و ظریف مورد نقد قرار می‌گیرد. به عبارتی دیگر، طنز این اجازه را به افراد می‌دهد که به صورت کم و بیش صریح، از وضع سیاسی - اجتماعی کشور انتقاد کنند. در واقع پیامک گونه‌ای ادبیات ویژه را گسترش داده، قواعد کلامی را شکسته و وارد حوزه دیگری از کلام شده است که در مواردی هم تنش‌ها و تعارضات فرهنگی پدید می‌آورد و آن هم زمانی است که برخی از باورهای جامعه به سخره کشیده می‌شود، یا پیام‌های زشت و جدایی افکنانه قومی، نژادی، زبانی و جنسیتی مبادله می‌شود. بطور مثال دانشجوی کارشناسی ارشد در ارتباط با جوک‌های قومیتی بر این نظر است که: «کار اشتباهیه شریعت ما می‌گه کار اشتباهیه ولی خوب به چی بخندیم به این نخندیم؟ قومیت‌ها هم نباید زیاد حساسیت نشان بدهند. همان جور که من می‌گویم ترک فلان اون هم بگه سبزواری فلان فارس فلان». خانمی گفت: «قشنگه بنظر من. کسی که متعصب نباشه ایراد نداره بیشتر جنبه طنز داره». اکنون که این رسانه توانسته در ذهنیت قبلی خلل ایجاد کند و ذهنیت جدیدی را بنا سازد، با تکرار دائمی ارزش‌ها به اشکال متفاوت توانسته تدریجاً آنها را در نظام ارزشی مخاطبان تثبیت نماید و موجب از بین رفتن حساسیت نسبت به آن شود (طاهری، ۱۳۸۲: ۳۴). محمود اکرامی (۱۳۸۶) درباره محتوای پیام‌ها در کتاب جامعه‌شناسی ارتباطات خودمانی می‌نویسد: ارسال جوک‌های مبتذل و تصاویر مستهجن، عملاً باعث می‌شود تا دایره «تابو» و «تقدس‌ها» روز به روز تغییر کند. به عبارت دیگر دایره «ممنوع‌ها» روز به روز کوچک و دایره «مشروع‌ها» روز به روز بزرگ‌تر می‌شود. که این امر در درازمدت اخلاق جامعه را زیر سؤال برده و بسیاری از امور اروتیکی و ممنوعه، که در گذشته با عبارات «بی‌معنی»، «روم به دیوار»، «دور از شما» و ... به کار می‌بردند و در زمره «نگفتنی‌ها» بودند، به راحتی از طریق پیامک مبادله شود و اخلاق و شرم و حیای اجتماعی روز به روز به سستی گراید. مثلاً خانمی درباره پیامک‌های جنسی می‌گوید: «بستگی داره تو برای کی بفرستی، کی برای تو بفرستد. طرف جنبه‌اش را داشته باشد یا نه. برای همجنس خودت بفرستی بنظرم نه اشکال نداره. برای خنده عیبی نداره بالأخره باید یک چیزی برای خنده باشد یا نه». اینگونه فرد قادر است با

استفاده از امتیازات فنی تلفن همراه، با آزادی بیشتری عمل کند و بسیاری از تابوهای اجتماعی و سیاسی را بشکند و روایت دلخواهانه‌تری از خویشتن خود را شکل دهد. دانشجویی در این رابطه می‌گوید: «دخترهایی که مذهبی‌اند و مقیدند به حجاب، پیامک را یک حوزه ضعیفتری می‌دانند و این را یک رابطه جنسی فرض نمی‌کنند و این رابطه را می‌توانند با هرکسی داشته باشند و هرچقدر خواستند گسترش بدهند. پیامک یک پوششی هست که خب آدم می‌گه من گناهی نمی‌خواهم بکنم بنابراین خیلی راحت‌تر در بین اقشاری که می‌خواهند از این رابطه‌ها دور بمانند و در امان باشند گسترش پیدا می‌کنه، حالا بخاطر اعتقادات مذهبی‌شان، پیامک این افراد را هم می‌تواند وارد این قضیه بکند».

جدول ۸: توزیع پاسخگویان بر حسب ارزیابی آنها از کارکرد فرهنگی پیامک

زیاد	متوسط	کم	گویه‌ها
٪۲۹.۹	٪۳۳.۴	٪۳۱.۶	پیامک آزادی عمل زیادی به من داده است.
٪۵۳.۳	٪۲۴.۴	٪۲۲.۳	پیامک سبب شده راحت‌تر با افراد غیر همجنس ارتباط برقرار کنم.
٪۲۲.۳	٪۳۱.۵	٪۴۶.۲	برقراری ارتباط با پیامک، مشکلاتی و محدودیت‌هایی که برای ارتباط و سرگرمی دارم را تا حدی جبران نموده است.
٪۲۸.۵	٪۲۸.۹	٪۴۲.۵	در پیامک حرفه‌هایی را می‌توانم بزنم که رودر رو معمولاً قادر به بیان نیستم.

۱۴- نتیجه‌گیری

در عصر ارتباطات، تکنولوژی و رشد فناوری دیجیتال موجب تغییرات شگرفی در وسایل ارتباطی و رسانه‌ها و نحوه انتقال پیام گردیده است. در این مطالعه کوشیدیم تا یکی از مهمترین حوزه‌های تأثیرات تلفن همراه (سرویس پیام کوتاه) را در ابعاد مختلف بررسی و تأثیرات این سرویس را به عنوان یک ابزار نوین ارتباطی و اطلاعاتی در حوزه‌های مهم جامعه امروز بررسی و تبیین نماییم. تلفن همراه از مهمترین ابزارهای نوین ارتباطی و اطلاعاتی در عصر جهانی شدن است، که کارکردهای هویت بخش آن در میان جوانان بسیار حائز اهمیت است. تلفن همراه به بخش مهم، طبیعی و لاینفک زندگی جوانان تبدیل شده است که در سازماندهی زندگی روزمره و به عنوان وسیله‌ای جهت ایجاد و حفظ شبکه‌های اجتماعی و تعریف فضای شخصی در ارتباط با دیگران موفق عمل کرده است. در این مقاله با منظری کارکردگرایانه تلاش شد تا علاوه بر توصیف ویژگی‌های سرویس پیام کوتاه، ابعاد مختلف این پدیده و کارکردها و تبعات مثبت و منفی آن تحلیل و واکاوی شود. بدون تردید رسانه‌ها، نقش و تأثیری غیرقابل انکار در شکل دهی به ذهنیت، شخصیت و هویت و نیز سبک زندگی افراد بخصوص جوانان دارند. در این میان رسانه‌های تعاملی بخصوص سرویس پیام کوتاه، به عنوان رسانه‌ای که در خصوصی‌ترین حریم شخصی افراد نیز بسرعت نفوذ کرده است، دارای

مختصات و ویژگی‌هایی است که نمی‌توان خارج از متن و بستر فرهنگی تک تک کاربرانش آن را مورد تحلیل قرار داد. در واقع سرویس پیام کوتاه مانند شمشیری دولبه است که می‌تواند به عنوان ابزاری مناسب در گسترش ارتباطات اجتماعی یا فعالیت‌های اقتصادی و یا ترویج عقاید و مسلک‌های سیاسی و دینی نقش آفرینی کند. از سویی تضعیف حریم‌ها و هنجارها، تخطئه شخصیت‌ها، شایعه پراکنی و جهت دهی به اذهان، بوجود آوردن هنجارهای نوین خارج از بستر فرهنگی جامعه و موارد مشابه از جمله بهره برداری‌های نامناسب آگاهانه و گاه ناآگاهانه کاربران این ابزار می‌باشد. بدیهی است کاربردهای مقبول تر و یا نامقبول‌تر پیامک در میان جوانان خود برآیندی از شرایط و تجارب زندگی روزمره آنها در موقعیت‌های وضعیتی و میدان‌های تعاملی مختلف (خانواده، دوستان، اجتماع محلی و همسایگی و اجتماع بزرگتر) است. تفسیر و معنا سازی جوانان از این رسانه و قایبیت‌های آن الزاما در متن فرصت‌ها و محدودیت‌های ساختاری شکل می‌گیرد. جوانان به عنوان گروهی پیشرو در استفاده از تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی به همان اندازه که از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های فنی و ارتباطی و اجتماعی پیامک استفاده می‌کنند در یافتن ابتکارات ویژه و برآمده از میدان زندگی خود برای استفاده‌های مطلوب خود نیز تلاش می‌کنند. به بیان دیگر استفاده از رسانه صرفاً فرآیندی یکسویه و مبتنی بر اقتضائات ثابت تکنولوژیک نیست. روانشناسی و جامعه‌شناسی جوانی الزاماً معانی، تفاسیر و کاربردهای ویژه‌ای را به پیامک می‌بخشد که علاوه بر آنکه در خدمت نیازهای استاندارددتر (مورد انتظار) و نیز خرده فرهنگی آنها قرار دارد، متقابلاً بر ماهیت و معنای پیامک نیز تأثیر گذار است. بخش زیادی از معانی تلقی‌ها و استفاده‌های موجود از پیامک در جامعه ایرانی مدیون ماهیت ارتباط، نگرش و استفاده جوانان از آن است. پیامک‌ها تولید کننده، انتقال دهنده و بازتولید کننده تجارب و معانی جوانی هستند و بازیگری مهم در تجربه اجتماعی شدن آنها بشمار می‌آیند.

فهرست منابع

۱. اکرامی، محمود (۱۳۸۶)، مردم‌شناسی ارتباطات خودمانی. مشهد: نشر ایوار.
۲. آزاد، ارمکی، تقی (۱۳۷۶)، نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران: انتشارات سروش.
۳. بازرگان هرنندی، عباس، (۱۳۸۷). روش تحقیق آمیخته: رویکردی برتر برای مطالعات مدیریت. دانش مدیریت. سال ۲۱. شماره ۸۱
۴. ببران، صدیقه و اخوان طباطبایی، مهرنوش، (۱۳۹۰). بررسی نقش و تأثیرات استفاده تلفن همراه بر دختران دانش‌آموزان دبیرستانی، فصلنامه فرهنگ ارتباطات، بهار، شماره ۱
۵. پایگاه خبری همشهری آنلاین (۱۳۹۲). ۶ هزار میلیارد پیامک در سال ۲۰۱۱ ارسال شد. کد خبر

۱۸۰۹۵۵. تاریخ دسترسی ۹۲/۷/۱ قابل دسترسی در <http://www.hamshahrionline.ir/details/180955>.
۶. پایگاه خبری آفتاب نیوز (۱۳۹۲). آمار باورنکردنی ارسال پیامک در روز عیدفطر! کد خبر ۱۶۴۸۱۷. تاریخ دسترسی ۹۲/۷/۱ قابل دسترسی در <http://aftabnews.ir/fa/news/168417>.
۷. پناهی، محمدحسین و شایگان، فریبا (۱۳۸۶). اثر میزان دینداری بر اعتماد سیاسی. فصلنامه علوم اجتماعی. شماره ۳۷.
۸. پورحسن، ناصر (۱۳۷۷). انقلاب ارتباطات و افزایش تقاضا از نظام های سیاسی. فصلنامه رسانه، سال نهم، تابستان، شماره دوم.
۹. تنهایی، ابوالحسن (۱۳۷۴). درآمدی بر مکاتب و نظریه های جامعه شناسی، تهران: انتشارات مرندیز.
۱۰. توسلی، غلامعباس (۱۳۸۳). نظریه های جامعه شناسی، تهران: انتشارات سمت.
۱۱. حسن زاده، رمضان و رضایی، عباس (۱۳۸۹). آسیب شناسی ناشی از کاربرد فن آوری ۱۲- اطلاعات و ارتباطات در دانشجویان، فصلنامه فن آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، پاییز، شماره ۱.
۱۲. خلیقی، محمدرضا (۱۳۸۵). تکنولوژی در خدمت ارتباطات. روزنامه جام جم. ضمیمه هفته نامه کلیک. ۲۲ مرداد.
۱۳. خیرخواه، طاهره و علی آبادی، شیما (۱۳۸۸). من در میان جمع و دلم جای دیگر است. مجله حوراء. شماره ۳۲.
۱۴. ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۸). فرهنگ جوانان و تلفن همراه. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، پاییز، شماره ۷.
۱۵. ریتزر، جورج (۱۳۸۶). نظریه های جامعه شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران.
۱۶. شریفی، لیلیا (۱۳۸۹). پیامک اسپرانتویی نوین: بررسی ساختاری محتوایی. فصلنامه پژوهش زبان و ادبیات فارسی. بهار. شماره ۱۶.
۱۷. شیران، آرش (۱۳۸۹). بازی سیاسی با پیامک، ماهنامه مدیریت ارتباطات، خرداد، شماره ۱.
۱۸. طاهری، ابوالقاسم (۱۳۸۲). فناوری ارتباطی و اطلاعاتی، جهانی شدن و پیامدهای سیاسی آن. فصلنامه پژوهش حقوق و سیاست. بهار. شماره ۸.
۱۹. عاملی، رضا و دیگران (۱۳۸۷). مطالعات تلفن همراه: زندگی در حال حرکت، تهران: انتشارات سمت.
۲۰. عاملی، رضا (۱۳۸۵). فردگرایی جدید و تلفن همراه: تکنولوژی فردگرایی و هویت. مجله

- الکترونیکی رسانه جهانی. بهار، شماره اول.
۲۱. فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۲). دانش ارتباطات: نظریه فرهنگی تجربه تجدد ایرانی. کد مطلب: ۳۶۶۸، زمان انتشار: دوشنبه ۲۸ مرداد قابل دسترسی در <http://www.hamshahrtraining.ir/news-3668.aspx>
۲۲. کوثری، مسعود و خیرخواه، طاهره (۱۳۸۷). تحلیل محتوای پیام های کوتاه دانشجویان دانشگاه تهران. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۲، تابستان.
۲۳. کیا، علی اصغر (۱۳۸۹). تلفن همراه یک رسانه. کتاب ماه علوم اجتماعی. شماره ۳۰. شهریور.
۲۴. گیبینز، جان و بوریمر (۱۳۸۱). سیاست پست مدرنیته درآمدی بر فرهنگ و سیاست معاصر. ترجمه منصور انصاری. تهران: گام نو.
۲۵. مک کوایل، دنیس (۱۳۸۵). نظریه ارتباطات جمعی، پرویز اجلالی، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۲۶. معیدفر، سعید و صبوری خسروشاهی، حبیب (۱۳۸۹). بررسی میزان فردگرایی فرزندان در خانواده. پژوهش نامه علوم اجتماعی. سال چهارم. شماره چهارم. زمستان.
۲۷. مقصودی، مجتبی و عرب، منیره (۱۳۸۶). پیامک و کارکردهای سیاسی و اجتماعی آن، فصلنامه سیاسی اقتصادی، شماره ۲۴۶-۲۴۵
۲۸. منطقی، مرتضی (۱۳۸۶). وابستگی به کوتاه پیام تلفن همراه، فصلنامه روانشناسی و اطلاع رسانی، تابستان، شماره ۲
۲۹. منطقی، مرتضی (۱۳۸۹). بررسی چگونگی کاربری دختران و پسران دانشجو از امکانات جانبی تلفن همراه، فصلنامه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، سال اول-شماره دوم-زمستان.
۳۰. موسوی، کمال الدین (۱۳۸۹). قدرت اجتماعی تلفن همراه. تهران: نشر بهینه فراگیر
۳۱. ویلیامز، کوین (۱۳۸۶). درک تئوری رسانه، ترجمه رحیم قاسمیان. تهران: ساقی.