

رسانه‌های نوین و زندگی روزمره: تأثیر تلفن همراه بر هویت و سبک زندگی جوانان

نوشته

عبدالحسین کلانتری *

حسین حسنی **

چکیده

رسانه‌های نوین به بخشی جدایی‌ناپذیر و بدیهی از زندگی روزمره ما بدل شده‌اند، به گونه‌ای که شاید بتوان گفت انجام امور بدون آن‌ها میسر نیست. تلفن همراه به عنوان رسانه غالب فردا، که همه رسانه‌های پیش از خود را در خود جمع کرده است، در خصوصی‌ترین تا عمومی‌ترین عرصه‌های زندگی ما حضوری فراگیر و همه لحظه‌ای دارد. این امر سبب‌ساز دگرگونی‌های زیادی در زندگی روزمره افراد شده است. در این بین جوانان بیش از همه، این فناوری را در زندگی خود به کار گرفته‌اند. هدف این مقاله، پرداختن به رابطه میان رسانه‌های نوین و جوانان است. به عبارت دیگر، مسئله اصلی بحث درباره دگرگونی‌های حاصل از تعبیه‌شدگی تلفن همراه در زندگی روزمره و تأثیر آن بر سبک زندگی و هویت جوانان است.

کلیدواژه: فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، رسانه‌های نوین، تلفن همراه، زندگی روزمره، جوانان، هویت، سبک زندگی.

مقدمه

* دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی

** کارشناس ارشد علوم ارتباطات

معمول‌شدن بی‌پایان و رو به رشد فناوری‌های نوین در زندگی روزمره افراد، ازدیاد شیوه‌های جدید در دسترس برای کنش و شیوه‌های برقراری ارتباط و دستیابی به اطلاعات، طیف ابزاری را که افراد از طریق آنها فرهنگ و هویت‌های روزمره خود را برمی‌سازند، بسط داده است. در میان فناوری‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی، تلفن همراه را می‌توان به‌عنوان ابزار مناسبی برای تحلیل فرایند دگرگونی‌ای تلقی کرد که به‌طور همزمان شامل افراد (زندگی روزمره، فرهنگ و هویت)، اطلاعات و فناوری‌های اطلاعاتی است (Caronia, Letiza and Caron, 2004).

امروزه تلفن همراه (موبایل) به‌منزله رسانه همیشه و همه‌جا حاضر، با توجه به توانمندی‌های بالقوه و بالفعل گسترده آن، که انواع گوناگون رسانه‌ها از قبیل رادیو، تلویزیون، ویدئو، دستگاه‌های پخش و ضبط صوت، اینترنت و ... را در خود جمع کرده است، به سرعت در جامعه ما در حال گسترش است. موبایل که در آغاز در سال ۱۳۷۳ وارد ایران شد، در بدو ورود در میان سیاستمداران نماد "مهم بودن" و در میان طبقات بالای جامعه نشانگر قدرت و ثروت بود (عاملی، ۱۳۸۷). اما در سال‌های اخیر و با گسترش ظرفیت اپراتور اول عرضه‌کننده خدمات تلفن همراه، همراه اول، و نیز با ورود اپراتورهای تالیا و ایرانسل که سیم‌کارت‌های اعتباری با قیمتی بسیار نازل — در مقایسه با گذشته — عرضه می‌کنند، تلفن همراه به‌سرعت گسترش یافت و تقریباً تمامی افراد جامعه از طبقات و گروه‌های سنی گوناگون قادر به استفاده از خدمات تلفن همراه هستند؛ به‌گونه‌ای که در حال حاضر حدود ۴۷ مشترک تلفن همراه در ایران وجود دارد (BozorgNehr, 2009).

گسترش سریع، فراگیر و همه‌جانبه تلفن همراه پرسش‌هایی را درباره عواقب احتمالی آن برای کاربران و جامعه پدید آورده است. پاسخ ابتدایی به این مسئله می‌تواند این‌گونه باشد که این فناوری به‌سادگی در کردار روزمره افراد ادغام شده است. بنابراین، معرفی موبایل تغییرات قابل توجهی را پدید نمی‌آورد بلکه به عبارت دیگر تنها شیوه‌ای که اعمال روزمره انجام می‌شود، دگرگون شده است. شکی وجود ندارد که تلفن‌های همراه در اعمال و عادات افراد درون فرهنگ‌شان ادغام شده است که در غیر این‌صورت به نظر آن‌ها بیگانه و غامض می‌آمد. اما پذیرش این امر به این معنا نیست که اوج‌گیری تلفن همراه برای کاربران این فناوری هیچ‌گونه عواقبی ندارد. در واقع می‌توان گفت که ظهور نوآوری فناورانه بزرگ با خود تغییرات اقتصادی و اجتماعی گسترده و حتی سبک زندگی کاملاً جدیدی به وجود آورده است. بنابراین می‌توان گفت که افراد نه تنها از این فناوری برای پیشبرد مقاصدشان استفاده می‌کنند بلکه فناوری نیز افراد را منطبق با قواعد خاص نحوه عملکرد خود تغییر می‌دهد (Garcia Montes, 2006).

این فناوری سبک‌های زندگی جوانان را بیش از سبک‌های زندگی سایر گروه‌های سنتی تغییر داده‌اند. بنابراین یک مسئله جالب توجه این است که جوانان چگونه هویت خود را در جهان فناوری بر می‌سازند (Wilska and Pedrozo, 2007). از آنجا که حدود ۶۰ درصد جامعه

ما را جوانان تشکیل می‌دهند، شایسته است که رابطه آن‌ها با رسانه‌ای همچون موبایل و تأثیرات آن بر زندگی جوانان، با توجه به گسترش فوق‌العاده آن در جامعه ما، مورد توجه ویژه قرار گیرد.

بنابراین هدف این مقاله تحلیل تغییرات ایجاد در سبک‌های زندگی و هویت شخصی جوانان است که به واسطه معرفی و رواج تلفن‌های همراه به وجود آمده است. به عبارت دیگر، مسئله محوری این مقاله رسانه‌های نوین ارتباطی به ویژه تلفن همراه، و پیامدهای آن در زندگی روزمره، هویت و سبک زندگی جوانان و تأثیراتی که بر کنش‌های روزمره، استنباط خود و دیگران و نیز روابط اجتماعی‌شان است.

پس، برای پاسخ‌گویی به این مسئله، ما در ابتدا به توضیح اصطلاحات رسانه‌های نوین ارتباطی و چندرسانه‌ای‌ها خواهیم پرداخت. در ادامه مباحث مرتبط با رابطه میان جوانان و رسانه‌های نوین مورد توجه قرار می‌گیرد. پس از آن دگرگونی‌های حاصل از تعبیه‌شدگی رسانه‌های نوین در زندگی روزمره و سبک زندگی جوانان به بحث گذاشته می‌شود. در نهایت نیز ضمن واکاوی مفهوم هویت، به رابطه میان رسانه‌های نوین و هویت جوانان پرداخته خواهد شد. بخش نخست مقاله به توضیح چستی رسانه‌های نوین می‌پردازد.

مفهوم رسانه‌های نوین

در سال‌های اخیر، شبکه‌ها و رسانه‌های دیجیتال در زندگی‌های روزمره ما تعبیه شده است. برخلاف سال‌های اولیه گسترش کامپیوترها و رسانه‌های کامپیوتر - مبنای رسانه‌های دیجیتالی اکنون دیگر، پیش پا افتاده و فراگیر شده‌اند و طیف گسترده‌ای از افراد و نهادها با سبک‌های زندگی گوناگون آنها را به کار گرفته‌اند (Ito, 2008).

گرچه امروزه دیگر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی آن‌چنان با زندگی ما عجین شده‌اند که آن‌ها را امری بدیهی و "عادی" می‌پنداریم. یکی از مباحث مهم توضیح این مسئله است که مفهوم رسانه‌های دیجیتال، رسانه‌های نوین، چندرسانه‌ای‌ها و ... که گاه مترادف و به جای یکدیگر به کار می‌روند، چیستند. همان‌طور که کیونگ چون و کینان گفته‌اند، بسیاری از مباحث انتقادی در حوزه مطالعات رسانه‌های نوین بر این مسائل متمرکز شده‌اند که «رسانه‌های نوین چه چیزی هستند؟ آیا رسانه‌های نوین، جدیدند؟ "نوین" در رسانه‌های نوین به چه چیزی اشاره می‌کند؟ به‌طور بحث برانگیزی، این پرسش‌ها به خاطر پذیرش گسترده خود این اصطلاح چندان مورد توجه واقع نشده است. با این حال، این مباحث تاریخ‌های روشنگرانه‌ای را برای نظریه‌های رسانه‌های نوین تولید کرده که سبب ترسیم مجدد مرز میان رشته‌های گوناگون شده است» (Kyong Chun and Keenan, 2006: 1).

دیودنی و رایند نیز گفته‌اند، این مسئله که رسانه‌های نوین چه چیزی هستند یا نیستند، موضوعی فراگیر و همچنان مورد بحث است. به گفته آنان، برخی از تعاریف رسانه‌های نوین

منحصراً بر فناوری‌های رایانه‌ای متمرکز می‌شوند، درحالی که دیگران اشکال فرهنگی و زمینه‌هایی که در آن این فناوری‌ها به کار می‌روند، همانند هنر، فیلم، تجارت، علم و بیش از همه، اینترنت را مورد تأکید قرار می‌دهند (Dewdney and Ride, 2006: 8).

آن دو ضمن اذعان به این امر که مرز میان این اصطلاحات چندان واضح نیست، معتقدند که بین اصطلاح رسانه‌های نوین و رسانه‌های دیجیتال نوعی همپوشانی وجود دارد. مشکلی اصلی که در رابطه با اصطلاح رسانه‌های دیجیتال وجود دارد این است که به متقدم دانستن خود فناوری به منزله جنبه تعیین‌کننده رسانه گرایش دارد، گویی که همه اعمال رسانه‌های دیجیتال اول و مهم‌تر از همه، درباره ویژگی فناوری دیجیتال هستند یا آن را منعکس می‌کنند. در مقابل، اصطلاح "رسانه‌های نوین" بیشتر درباره زمینه‌ها و مفاهیم فرهنگی معاصر اعمال رسانه‌ای است تا اینکه به معنای ساده به مفهوم مجموعه جدیدی از فناوری‌ها باشد. یک نکته بسیار مهم و اساسی در این شیوه تفکر این است که تصور می‌شود فناوری‌ها و اعمال فرهنگی و آن‌هایی که بروز می‌یابند، از هم جدایی ناپذیرند. رابطه میان فناوری‌ها و اعمال فرهنگی و رسانه‌ای را در هر مرحله باید به عنوان موضوعی مرتبط تلقی کرد (همان: ۲۰).

به گفته کیونگ چون و کینان، اصطلاح "رسانه‌های نوین" در اواسط دهه ۱۹۹۰ میلادی برجسته شد و جای "چندرسانه‌ای‌ها" را در زمینه‌های تجارت و هنر تصاحب کرد و برخلاف اسلاف خود، اصطلاحی سازگار شونده نبود بلکه رسانه‌های دیگر را به منزله امری قدیمی و سستی به تصویر می‌کشید. این رسانه‌ها که به جای چندگانگی، در پی همگرایی هستند و نیز رسانه‌هایی قلمداد می‌شوند که سیال، دارای اتصال فردیت یافته و به دنبال توزیع کنترل و آزادی هستند. گرچه آن‌ها به شدت به کامپیوتری شدن وابسته‌اند اما به معنای ساده "رسانه‌های دیجیتال" نیستند. به عبارت دیگر، آن‌ها اشکال رقومی‌شده رسانه‌های دیگر (عکس، ویدئو، متن) نیستند بلکه یک رسانه تعاملی یا شکلی از توزیع‌اند که به اندازه آن اطلاعاتی که رله (بازپخش) می‌کنند، مستقل‌اند (Kyong Chun Keenan, 2006: 1).

آسگر بای در تعریف اصطلاح "رسانه‌های نوین" گفته است که این مفهوم به معنای انواع گسترده‌ای از پیشرفت‌های صورت گرفته اخیر در زمینه رسانه‌ها و ارتباطات است که نه تنها شامل اشکال گوناگون پخش رسانه‌ای است بلکه همگرایی‌های جدید میان فناوری‌های رسانه‌ای و شیوه‌های نوینی را، که از آن طریق افراد متون رسانه‌ای را به کار می‌گیرند و با آن‌ها تعامل می‌کنند، نیز در بر می‌گیرد. بنیادی‌ترین تغییر صورت گرفته در این روندها، شامل اهمیت یافتن روزافزون فناوری دیجیتال در تولید، ذخیره‌سازی و انتقال تصاویر، متن، صدا و داده‌هاست (Osgerby, 2004).

در مجموع می‌توان گفت که "رسانه‌های نوین" تبدیل به اصطلاحی ترجیح داده‌شده برای طیفی از اعمال رسانه‌ای می‌شود که به طریقی فناوری‌های دیجیتال و کامپیوتر را به کار می‌گیرند (Dewdney and Ride, 2006: 8).

دیجیتالی یا رقمی شدن همراه با همگرایی میان رسانه‌های گوناگون، تلفن همراه را به نمونه بارز یک رسانه نوین بدل ساخته است که خصلت سیالیت و «همه‌مکانی» و «همه‌زمانی» بودن کاربرد آن، باعث شده تا در زندگی روزمره افراد و به‌ویژه جوانان جایگاهی والا داشته باشد، آن‌چنان که گویی به یکی از اعضای بدن افراد تبدیل شده است. پیش از بحث راجع دگرگونی‌های حاصل از استفاده فراگیر و فزاینده از این رسانه در زندگی جوانان و تأثیر آن بر سبک زندگی و هویت‌شان، مباحث مرتبط با جوانان و رسانه‌ها را به اختصار مطرح نظر قرار می‌دهیم.

رسانه‌های نوین و جوانان

یکی از موضوعاتی که حجم گسترده‌ای از پژوهش‌ها را در حوزه مطالعات رسانه‌ها و ارتباطات برانگیخته است، رابطه میان کودکان، نوجوانان و رسانه‌هاست. در واقع تأثیر رسانه‌ها و فناوری بر کودکان و نوجوانان همیشه باعث امیدها و ترس‌های وسیع‌تری درباره تغییرات اجتماعی بوده است. این مباحث به‌طور کلی دو امر را مورد توجه قرار داده‌اند: اینکه رسانه‌ها با جوانان چه می‌کنند یا چه تأثیری بر آنان دارند و نیز اینکه جوانان چه استفاده‌ای از رسانه‌ها می‌کنند. این پژوهش‌ها طیفی از دیدگاه‌های مثبت تا منفی را در بر می‌گیرد.

درانتر معتقد است که رابطه میان جوانان و رسانه‌ها دو شکل کلی به خود گرفته است: یکی گفتمان بدبینی فرهنگی، و دیگری گفتمان خوش‌بینی فرهنگی. ارزیابی منفی رابطه بین جوانان و رسانه‌ها به‌ویژه در مشاجرات عمومی به دنبال معرفی فناوری‌های نوین رسانه‌ای دیده می‌شود، مشاجراتی که در نزدیکی مرز هراس رسانه‌ای قرار می‌گیرند. این امر در بسیاری از کارهای پژوهشی درباره سنت تحقیق راجع به تأثیرات رسانه‌ها دیده می‌شود که به‌طور سنتی بر تأثیرات منفی مفروض نمایش صحنه‌های پورنو و خشونت‌آمیز در فیلم و تلویزیون متمرکز شده‌اند. گرچه در مورد میزان تأثیرگذاری رسانه‌ها بر جوانان اتفاق نظر وجود ندارد اما از آنجا که میان این یافته‌ها و نگرانی‌های عمومی درباره اثر رسانه‌ها بر کودکان و نوجوانان همبستگی وجود دارد، هنوز در درجه اول اهمیت قرار دارند (Drotner, 2000).

از سوی دیگر، در ذیل گفتمان خوش‌بینی فرهنگی عنوان می‌شود که جوانان پیشگامان فرهنگ رسانه‌ای شده‌اند، آنان طلایه‌دار کاوش در فناوری‌های رسانه‌ای نوین‌اند و غالباً در بسط اشکال جدیدی از دریافت نوآوراند، درست همان‌گونه که امروزه تعداد بی‌شماری از آنان در ساختن رسانه‌ها، از طراحی هومپیج‌های شخصی، وبلاگ‌ها، تولید محتوای رسانه‌ای و... مشارکت دارند. امروزه جوانان اولین نسلی هستند که با کامپیوترها — مهم‌ترین و گسترده‌ترین نوع رسانه نوین — بزرگ شده‌اند و اولین کسانی نیز به‌شمار می‌روند که آن‌ها را در فرهنگ زندگی روزمره‌شان ادغام کرده‌اند (همان: ۱۵۲).

همچنین، برخلاف کسانی که رسانه‌ها را به دلیل ضایع ساختن کودکان سرزنش می‌کنند، مدافعان “نسل دیجیتال”، فناوری نوین را به‌منزله نیروی آزادکننده جوانان، یعنی به‌منزله ابزاری برای پشت سر نهادن نفوذ محدودکننده والدین بر آنان و نیز به‌عنوان وسیله‌ای برای خلق اشکال جدید و مستقلاً از ارتباط و جماعت، تلقی می‌کنند. از این منظر، فناوری سبب آفرینش نسلی می‌شود که گشوده‌تر، دموکراتیک‌تر، خلاق‌تر و نوآورتر از نسل والدین‌شان هستند (Buckingham, 2008).

فارغ از ارزیابی‌های خوش‌بینانه یا بدبینانه، نکته حائز اهمیت، حضور گسترده انواع رسانه‌ها از تلویزیون، بازی‌های رایانه‌ای و ویدئویی، رایانه و اینک تلفن همراه در زندگی جوانان و نوجوانان به مثابه اموری بدیهی و نه چندان غیر عادی است؛ چرا که نسل کنونی، نسلی است که با این رسانه‌ها بزرگ شده و رشد کرده‌اند.

هرینگ که به بررسی شکاف نسلی درباره فناوری و بر ساخته‌های بزرگسالان از هویت آنلاین جوانان پرداخته است، می‌گوید که نوجوانان و جوانانی را که در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ بزرگ شده‌اند، “نسل اینترنت”، یعنی اولین نسلی که در جهانی بزرگ شده که اینترنت همیشه حضور داشته است، نامیده‌اند. این نسل که با عنوان “نسل نت”، “نسل دیجیتال” یا “هزاره‌ای‌ها” نامیده شده‌اند، درک بیشتری از اینترنت دارند. به گفته وی، دیدگاه‌های نسل جوان درباره رسانه‌های دیجیتال از جنبه‌های مختلف با بر ساخته‌های بزرگسالان متفاوت است. اول اینکه، از نظر آنان فناوری‌ای که مورد استفاده قرار می‌دهند، اهمیت ندارد بلکه فعالیتی که کاربرد فناوری امکان‌پذیر ساخته، برایشان مهم است. فناوری برای آنان مطلبی عجیب و بیگانه نیست بلکه عادی و حتی شاید پیش‌پا افتاده است (Hring, , 2008).

بر اساس برخی دیدگاه‌ها، اوج‌گیری فناوری‌های نوین رسانه‌ای و ارتباطی ممکن به نحوی اساسی، نحوه ادراک برخی از جوانان از جهان را تغییر دهد، تجربه آنان را از زمان و فضا بازتعریف کند و سبب شود تا رویدادها، مکان‌ها و افراد دور از هم، با احتمال بیشتری وارد آگاهی روزمره آنان شوند. بر اساس این دیدگاه‌ها، اشکال و فناوری‌های در حال ظهور رسانه‌ای، به جای اینکه یک فرهنگ جوانان “دیجیتال” منحصر به فرد را به‌طور کیفی بنیان نهند، توسط جوان شکل می‌گیرند و در روابط فرهنگی فعلی و زندگی روزمره آنها ادغام می‌شوند (Osger by, 2004: 172).

بر این اساس، توجه به تأثیری که رسانه‌ها و به ویژه رسانه‌های نوین در نحوه ادراک، نحوه تعاملات و دگرگونی زندگی روزمره جوانان بر جای می‌گذارند، حائز اهمیت است. در بخش بعدی مقاله، نقش رسانه‌های نوین ارتباطی در زندگی روزمره جوانان مورد توجه قرار می‌گیرد.

رسانه‌های نوین (تلفن همراه)، سبک زندگی و زندگی روزمره

زندگی روزمره ما، به هنگام اوقات فراغت، به هنگام کار، با خانواده یا دوستان، بدون فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ها غیرقابل تصور است. خانه‌های ما امروزه به مکانی برای فرهنگ

چند رسانه‌ای‌ها بدل شده که خدمات دیداری - شنیداری، اطلاعاتی و مخابراتی را با هم ادغام کرده است.

افرادی که نسبت به گسترش فناوری‌های نوین در ابعاد گوناگون زندگی روزمره خوشبین هستند، فرصت‌های جدیدی را برای مشارکت اجتماعی و دموکراتیک، خلاقیت، خودابرازی و بازی، گسترش فوق‌العاده دانش در دسترس که از تنوع، تفاوت و بحث پشتیبانی می‌کند، پیش‌بینی می‌کنند. تأثیر بالقوه اشکال جدید فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی با همه جنبه‌های جامعه، از خانه گرفته تا کار، از آموزش تا اوقات فراغت، از شهروندی گرفته تا مصرف‌گرایی و از سطح محلی تا جهانی در ارتباط هستند (Living stone, 2002).

پرسشی که در اینجا مطرح است این است که چگونه نوجوانان و جوانان از این فناوری‌ها که به سرعت در حال پیشرفت هستند، استفاده می‌کنند و این ابزار چه تأثیری بر زندگی روزمره‌شان داشته است؟ و اینکه استفاده از تلفن همراه چه تغییراتی در تعاملات روزمره جوانان با یکدیگر، نحوه رفتارشان در عرصه‌های عمومی و خصوصی و نحوه مدیریت زندگی‌شان ایجاد کرده است؟

از نظر ویلسکا و پدروز (۲۰۰۷) جامعه اطلاعاتی و هویت مصرف‌کننده در حال تغییر شیوه‌های مصرفی جوانان مبین عناصر بسیار زیادی است که به اعتقاد نظریه‌پردازان، باید آن را نشانگر مصرف و سبک زندگی پسامدرن در عصر کنونی دانست. جوانان در حالی رشد می‌کنند که مجموعه‌ای از آیین‌های گذار را، که با جامعه مصرفی تداعی می‌شود، تجربه می‌کنند. بنابراین، رابطه بین سبک‌های زندگی مصرف‌کننده و هویت‌های جوانان بر ساخته فرهنگی و اجتماعی است.

از سوی دیگر، در دهه‌های اخیر، که پیشرفت خیره‌کننده فناوری‌ها و دگرگونی‌هایی که در شکل و محتوای آن‌ها صورت گرفته آن‌ها را دسترس‌پذیرتر کرده است. به عبارت دیگر، به دلیل ساده‌تر شدن کاربرد و کاهش حجم و اندازه آن‌ها، امکان کاربرد گسترده‌ترشان توسط افراد گوناگون فراهم شده است.

بنابراین می‌توانیم بگوییم که تقریباً از آغاز دهه ۹۰ میلادی، دسترسی جوانان به اشکال مختلف و همگرا شده فناوری‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی - کامپیوترها، اینترنت، تلفن همراه - به تدریج در کشورهای مختلف رواج پیدا کرده است. این مسئله باعث افزایش قابل ملاحظه توانایی فنی برای حضور کسانی در جامعه شده است که از دیگران و فعالیت‌هایشان دور است، اما به هرکس، در همه‌جا و همه‌وقت دسترسی آنی دارد. این امر باعث ترویج تعمق نظری درباره عواقب رواج رسانه‌های نوین برای زندگی روزمره، از نظر بر ساختن مکان، فضا، حرکت و زمان، در جامعه‌ای که به‌طور فزاینده اطلاعاتی و شبکه‌ای می‌شود نیز شده است (Thulin and Vilhelmson, 2007).

اما ما در پی بررسی جایگاه موبایل در پویایی زندگی روزمره و ارتباطات هستیم. در اینجا روابط اجتماعی، الگوهای تماس، فعالیت و زمینه‌های زندگی روزمره به هنگام مطالعه روابط بین فناوری‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی از یک سو، و نیز فرد و جامعه از سوی دیگر مورد توجه هستند. بنابراین در اینجا مفهوم زندگی روزمره به معنای یک الگوی ثابت از فعالیت‌های روزمره است — مردمی که فرد با آن‌ها وارد تعامل می‌شود، فعالیت‌هایی که فرد برای انجام آن‌ها وقت صرف می‌کند و نیز مکانی که زمان در آن سپری می‌شود — که به عادات و امور هر روزه‌ای تبدیل شده‌اند که رسانه موبایل می‌تواند بر آن تأثیر بگذارد.

بنابراین از یک دیدگاه می‌توان موبایل را به‌منزله فناوری تنظیم زمان و مکان دانست که دارای ظرفیت تغییر الگوهای اجتماعی و سازمان جماعت است. همچنین همانند سایر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی دارای توان بالقوه دگرگونی الگوهای تحرک، فعالیت و تماس افراد در زمان و مکان است.

تلفن همراه بسیاری از محدودیت‌های فناوری‌های قدیمی‌تر همچون تلفن ثابت، از قبیل “مکان‌مندی” و “زمان‌مندی” را از میان برداشته است. در دسترس‌پذیری در گذشته به مکان‌های خاص همانند خانه، محل کار و زمان‌هایی که تلفن توسط افراد دیگر اشغال نبوده، منحصر بوده است. اما موبایل عمده‌تاً از طریق تبدیل تلفن به وسیله‌ای که منحصرأ به افراد منحصر است، این موانع و محدودیت‌ها را تحت تأثیر قرار داده است. یک فرد و نیز یک شماره منحصر به فرد تلفن همراه، دسترسی آنی و جهانی را به امکان‌پذیر ساخته و در نتیجه عمل برقراری تماس تا حد زیادی از الزامات مکان و زمان رهایی یافته است. در این صورت یک مسئله اصلی درباره دلالت‌های این رسانه در زندگی روزمره — در اینجا جوانان — است.

فناوری‌های اطلاعات و ارتباطی به‌طور کلی و تلفن همراه به‌طور خاص، به فناوری جوانان تبدیل شده است. جوانان مصرف‌کنندگان عمده فناوری تلفن همراه هستند و اغلب به عنوان پیشگامان اقتباس و تکامل آن محسوب شده‌اند. آنان اولین افرادی به‌شمار می‌روند که کاربردهای موبایل همچون ارسال پیام کوتاه را به‌عنوان وسیله‌ای برای ارتباط اجتماعی “اهلی ساخته‌اند”. در نتیجه، صنعت تلفن همراه انتظار دارد که رواج طراحی‌ها و کاربردهای جدید از قبیل اینترنت موبایلی، دوربین‌های عکس و تصویربرداری و ام.پی.تری‌پلیرهای از پیش تعبیه‌شده و نیز رادیوها در موبایل، بر اساس ترجیحات جوانان تعیین یابد. بخش عمده‌ای از کاربردهای تلفن همراه، کارکردی یا عملی است و جوانان از تلفن‌های همراه خود برای تماس‌های تلفنی و ارسال پیام کوتاه به عنوان ابزاری اصلی برای مدیریت ملاقات‌ها و فعالیت‌های روزمره‌شان استفاده می‌کنند (همان،).

اکسمن و تورتیانن که استفاده جوانان فنلاندی از تلفن همراه را مورد مطالعه قرار داده‌اند، معتقدند که برای اغلب جوانان فنلاندی، تلفن همراه بخشی ارگانیک از زندگی روزمره‌شان را تشکیل می‌دهد و تنها شاخص پایگاه اجتماعی آنان نیست. از همه مهم‌تر اینکه جوانان و

نوجوانان از تلفن همراه برای حفظ شبکه‌های اجتماعی خود و شکل دادن روابط جدید استفاده می‌کنند. تلفن همراه به ابزار مهمی تبدیل شده که جوانان از آن برای تعیین فضای شخصی‌شان استفاده می‌کنند. جنبه‌هایی مانند گفت‌وگوهای ظریف و متنوع از طریق سرویس پیام کوتاه و بازی با گیم‌های موبایل بخشی الزامی از فرهنگ تلفن همراه نوجوانان هستند (Oksman and Turtiainen, 2004).

این واقعیت که تلفن همراهی که جوانان به کار می‌برند، به خودشان تعلق دارد، به ویژه در بافت خانواده، بسیار دارای اهمیت است، به این دلیل که غالباً نوجوانان ارتباط و محتوای آن را به مثابه امری شخصی و خارج از حوزه کنترل والدین تجربه می‌کنند. این امر به این معناست که تلفن همراه اولین وسیله ارتباطی خصوصی است که این امکان را به آن‌ها می‌دهد تا خارج از نظارت والدین با دوستان خود تعامل کنند. به عبارت دیگر، تلفن همراه برای تعیین مرز و خلق فضایی در روابط با دوستان و والدین به کار می‌رود. از نظر جوانان فنلاندی، تلفن همراه مهم‌ترین وسیله ارتباطی در زندگی روزمره آن‌ها است. از طریق آن، آن‌ها امور خود را مدیریت می‌کنند و به حلقه اجتماعی بلافاصله‌شان — خانواده و دوستان — متصل می‌شوند (همان).

تولین و ویلهلمسون که به مطالعه تأثیر کاربرد فزاینده موبایل در الگوهای روزمره ارتباط اجتماعی جوانان پرداخته‌اند، سه حوزه از این دگرگونی‌ها را مورد توجه قرار داده‌اند: ۱. تأثیرات اجتماعی که با الگوهای تماس، شبکه‌ها و تعاملات رو در رو مرتبط‌اند ۲. عواقب ناشی از تحرک فضایی، یعنی، سفر فیزیکی یا تماس‌های مجازی که از طریق اینترنت امکان‌پذیر می‌شود، و نیز ۳. دلالت‌های آن برای طرح‌ریزی و برنامه‌ریزی فردی و کاربرد زمان.

۱. دلالت‌های اجتماعی تلفن همراه با الگوهای تماس شخصی، شبکه‌های اجتماعی و ملاقات‌های رودر رو مرتبط‌اند. پژوهش‌های گوناگون نشان داده که موبایل در میان جوانان به منزله یک پیوند شخصی همیشه گشوده به روی شبکه محلی بزرگ دوستان درک شده و به کار رفته است. از طریق این شبکه شخصی، جوانان به سادگی می‌توانند تقریباً از هر مکان، از هر زمان و به هر دلیلی، اقدام به برقراری تماس کنند. این رسانه تماس‌های اضافی را برانگیخته می‌کند که این تماس‌ها تکانشی‌تر (فاقد انگیزه قبلی)، کوتاه‌تر، تکه‌تکه و پخش‌شده در زمان و مکان‌اند.

۲. دلالت دوم درباره تحرک فیزیکی افراد است، یعنی اینکه رفتارها و الگوهای سفر تحت تأثیر تلفن همراه واقع شده است. تلفن همراه به مثابه یک مصنوع کوچک‌گرانه و “نیروی محرک” برای سبک‌های زندگی سیال‌تر به تصویر کشیده شده و پیش‌بینی شده است که کاربرد فزاینده ارتباطات موبایلی و کاربردهای بی‌سیم باعث تولید سفرهای بیشتر می‌شود و سبب می‌شود تا جوانان زمان بیشتری را در حوزه‌های عمومی شهری از قبیل رستوران‌ها، کافه‌ها و ... به جای خانه‌ها بگذرانند. بنابراین موبایل موانع زمانی و مکانی زندگی روزمره را کاهش می‌دهد و سفرها و فعالیت‌های خارج از خانه بیشتری را ترویج می‌کند.

۳. دلالت سوم در مورد کاربرد موبایل، با زمان‌بندی فعالیت‌های روزانه، هماهنگی و کاربرد عملی زمان برای فعالیت‌ها و کنش‌های اجتماعی است. گرچه پیش از این، ساعت وسیله‌ای برای زمان‌بندی فعالیت‌های روزمره بوده اما اکنون موبایل این امکان را فراهم کرده است که افراد به‌طور دائم برای ترتیب دادن ملاقات چانه‌زنی کنند و در زمان واقعی همراه با تغییر شرایط، فعالیت‌های خود را انجام دهند. برنامه‌هایی که برای یک روز ترتیب داده می‌شوند، انعطاف پذیرتر شده‌اند و برنامه‌های زمانی کمتر به زمان و مکان متصل‌اند و امکان تصمیم‌سازی آنی‌تر یا تکانشی‌تر را — دست‌کم در میان جوانان — امکان‌پذیر کرده‌اند (Thulin and Vilhelmson, 2007: 238-340).

همان‌طور که مشاهده شد، جایگیری تلفن همراه در زندگی روزمره جوانان دگرگونی‌های زیادی را در نحوه عمل و روابط اجتماعی‌شان را ایجاد کرده و به آنان این فرصت را داده است تا با کنترل کمتری از سوی دیگران و به‌ویژه والدین، فعالیت‌های روزمره خود را برنامه‌ریزی کنند و انجام دهند. هرچند که این امر به دلیل برخی عواقب، نگرانی‌هایی ایجاد کرده است. اما یکی از مهم‌ترین حوزه‌هایی که پژوهشگران رسانه‌های نوین به آن پرداخته‌اند، کاربرد رسانه‌ها توسط جوانان و رابطه آن با برساخته شدن هویت و نیز جستجوی شناخت خود است. مبحث بعدی مقدمه‌ای بر رابطه میان تلفن همراه و هویت است.

رسانه‌های نوین، تلفن همراه و هویت

جنکینز در پاسخ به این سؤال که هویت چیست، می‌گوید که هویت اجتماعی خصلت همه انسان‌ها به‌عنوان موجوداتی اجتماعی است (جنکینز، ۱۳۸۱). به گفته باکینگهام هویت، اصطلاحی مبهم و لغزان است و به‌ویژه در سال‌های اخیر در زمینه‌های بسیار متفاوت و برای اهداف بسیار گوناگون به‌کار گرفته شده است. دیدگاه‌ها و مفروضات گوناگونی درباره اینکه هویت چیست و چه ارتباطی با نحوه ادراک ما از درگیری جوانان با رسانه‌های دیجیتال وجود دارد (Buckingham, 2008).

واژه هویت (identity) ریشه در واژه لاتین (identitas) دارد که از idem، یعنی مشابه و یکسان، نشئت می‌گیرد و دو معنای اصلی دارد: اولین معنای آن نشانگر “تشابه مطلق” است. معنای دوم آن به مفهوم “تمایز” است. به این ترتیب، به مفهوم شباهت از دو زاویه مختلف راه می‌یابد و مفهوم هویت به‌طور همزمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می‌سازد: از یک طرف “شباهت” و از طرف دیگر، “تفاوت” (جنکینز، ۱۳۸۱: ۵).

جنکینز در تعریف هویت اجتماعی می‌گوید که در معنایی کلی هویت اجتماعی، به شیوه‌هایی که به واسطه آن‌ها افراد و جماعت‌ها در درون روابط اجتماعی خود از افراد و جماعت‌ها متمایز می‌شوند، اشاره دارد... هویت اجتماعی درک ما از این مطلب است که چه

کسی هستیم و دیگران کیستند و از آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر چیست (همان: ۷).

در مقابل در تعریف هویت فردی گفته شده است، «هویت فردی منعکس‌کننده آن طرز تلقی‌ای است که فرد از خود و دیگری از او دارد. چگونگی خود یا فرد در ارتباط معناداری با ذهنیت و عینیت‌های فردی است» (عاملی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۶۱).

یکی از دیدگاه‌های ارائه‌شده از هویت در قالب نظریه‌های اجتماعی عام‌تر، دیدگاه آنتونی گیدنز درباره ماهیت متغیر هویت در جوامع «مدرن متاخر» است که این بحث ارتباط مستقیمی با بحث ما درباره رسانه‌ها و هویت دارد.

گیدنز معتقد است که بسیاری از باورها و اعمال مرسوم، که در جوامع سنتی هویت را تعیین و تعریف می‌کردند، امروزه بیش از پیش نفوذ خود را از دست می‌دهند. در این جوامع پسااستی، افراد باید انتخاب وسیعی را انجام دهند که این‌ها نه تنها شامل ظاهر و سبک زندگی است که به‌طور وسیع‌تر درباره اهداف زندگی و روابطشان نیز می‌شود. اما امروزه، کارشناسان گوناگون و متخصصان رسانه‌های همگانی انبوهی از راهنماهایی‌ها را درباره چنین موضوعاتی ارائه می‌کنند، گرچه در نهایت این خود افرادند که دست به انتخاب می‌زنند (Giddens, 1991).

وی بر این باور است که افراد مدرن باید دائماً «خود - بازتابی» داشته باشند. یعنی تصمیماتی را برای اینکه چه کاری باید انجام دهند و اینکه چه کسی باید باشند، بگیرند. این خود به نوعی «پروژه» تبدیل می‌شود که افراد باید روی آن کار کنند: آنان باید «روایت‌های» بیوگرافیکی‌ای خلق کنند که به خودشان نسبت می‌دهند و بنابراین یک هویت منسجم و پایدار را حفظ می‌کنند. گیدنز «هویت» را سیال و انعطاف‌پذیر و نه ثابت می‌داند. به گفته وی، فرهنگ مصرفی مدرن امکانات متعددی را در اختیار افراد قرار داده است تا هویت‌های خودشان را برسانند و شکل بدهند و آنان می‌توانند این کار را به نحوی فزاینده، به شکل خلاقانه و با شیوه‌های متعدد انجام دهند (همان).

به گفته باکینگهام پرسشی که اکنون مطرح می‌شود این است که چگونه این تحلیل‌های بسیار تعمیم‌یافته می‌توانند عملاً در زندگی روزمره افراد روی دهند. رویکرد گیدنز و رویکردهای مشابه توجه خود را به تعدادی از تغییرات مهم درباره اینکه هویت در دنیای کنونی چگونه بر ساخته و تجربه می‌شود، معطوف می‌کنند. به خاطر سپردن این موضوع، وقتی که ما ماهیت خاص تعاملات جوانان با رسانه‌های دیجیتال را مورد ملاحظه قرار می‌دهیم، دارای اهمیت است. یکی از معضلات اصلی به هنگام بحث در این‌باره، گرایش به تلقی فناوری به‌منزله نیروی پیش‌راننده تغییرات اجتماعی است. اما باید توجه داشت که تغییرات فناورانه تنها بخشی از توسعه‌های تاریخی و اجتماعی هستند. به‌ویژه، فردی شدن، که توسط فناوری دیجیتال میسر شده، را می‌توان به‌منزله نمونه‌ای از تغییرات کلی‌تر در شیوه‌هایی که هویت در جوامع مدرن تعریف و زیسته می‌شود، درک کرد (Buckingham, 2008).

بر طبق رویکرد نظری پدیدارشناختی به فرهنگ و زندگی روزمره، افراد به عنوان کسانی که به‌طور دائم درگیر برساختن ابعاد معنادار جهانی که در آن زندگی می‌کنند، شناخته می‌شوند. منطبق با این رویکرد، زندگی روزمره را می‌توان به عنوان یک کار فرهنگی بی‌پایان ادراک کرد که از طریق آن افراد به‌طور دائم معانی، ساختارها و سازمان اجتماعی جهانی را که در آن زندگی می‌کنند و نیز هویت‌های اجتماعی خودشان و افرادی که با آن‌ها تعامل یا گفت‌وگو می‌کنند، خلق می‌کنند. جهان اجتماعی‌ای که در آن عمل برساخته شدن فرهنگ زندگی روزمره صورت می‌گیرد، تنها از طریق افرادی که با هم به‌طور دوجانبه تعامل می‌کنند، ساخته نمی‌شود بلکه بعد مصنوعی زندگی روزمره یک جزء حیاتی است که بر تعاملات، سازمان‌های اجتماعی و قالب‌های فرهنگی ارجاع تأثیر می‌گذارد و از آن‌ها تأثیر می‌پذیرد. بنابراین اشیاء، فناوری‌ها یا غیرفناورانه، تنها نوعی پس‌زمینه را که در زندگی روزمره افراد نیستند. مادامی که افراد تعاملات معنادارای با اشیاء و مصنوعات برقرار می‌کنند، باعث می‌شوند تا این فناوری‌ها در جهان اجتماعی آنان وجود داشته باشند، افراد را قابل درک می‌سازند و در یک فرایند دوجانبه برساختن مشترک دخیل می‌کنند (Caroma and Caron, 2004).

تلفن همراه به عنوان یکی از مهم‌ترین این مصنوعات فناورانه، به بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره در دوران معاصر تبدیل شده است. بسط تلفن همراه از یک وسیله ارتباطی خانگی به یک وسیله چندرسانه‌ای شامل: ام.پی.تری.پلیر، ویدئو، ام.ام.اس، اس.ام.اس و ارسال نامه‌های الکترونیکی، دیگر پدیده‌های تازه متولدشده‌ای نیست. تلفن همراه که زمانی نماد موقعیت اقتصادی و طبقه بود، امروزه نقش‌ها و کارکردهای متعددی را، اغلب به‌نحوی متناقض، در سطوح فردی، فرهنگی - اجتماعی، فراملی و جهانی، برعهده گرفته است. اعمال و عادات مرتبط با تلفن همراه را می‌توان به‌منزله بسط هویت و سبک زندگی کاربران در نظر گرفت. در مقابل، این اعمال را می‌توان به‌عنوان بخشی از آیین‌های محلی شده و فرهنگی - اجتماعی زندگی روزمره در نظر گرفت. تلفن همراه به‌طور لفظی و نمادین کاربران را به اشکال فعلی و درحال ظهور هویت و هویت‌یابی متصل می‌کند. به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره، موبایل کاربرانی را با معانی واگرای چندگانه برای هماهنگی اعمال اجتماعی به وجود می‌آورد. به‌عنوان یک مصنوع فرهنگی که امکان انتخاب‌های متعددی را فراهم می‌سازد، بیانگر سلاقی، ارزش‌های دارنده آن و نیز برساخته‌های هویت از قبیل طبقه، جنسیت و پس‌زمینه‌های فرهنگی است (Mjorth, 2009).

سؤال مطرح در اینجا این است که موبایل چه معنایی در زندگی جوانان و به‌ویژه در ارتباط با مسئله هویت‌شان دارد. در واقع در اینجا کاربرد جهانی و روزمره آن توسط جوانان در ارتباط با هویت‌شان مد نظر است.

باید اذعان کرد که امروزه تلفن همراه مهم‌ترین فناوری فردی است که ضمن ایجاد خلوت مستقل فردی، رابطه اجتماعی فرد را در بستر شبکه‌ای فردی شده معنادار کرده است. بنابراین

تلفن همراه در عین فردی بودن، عنصری کاملاً اجتماعی است و در واقع فرصت و ظرفیت مهمی را برای دو عنصر فردگرایی و جمع‌گرایی فراهم می‌آورد. تلفن همراه به عنوان نماد ارتباط همه‌جا حاضر، مهم‌ترین صنعت تعاملی ارتباطی است که در آن گیرنده و فرستنده پیام فعال‌اند و تعامل به شکل همزمان همچون ارتباط رو در رو صورت می‌گیرد (عاملی و دیگران، ۱۳۸۷).

به اعتقاد گارسیا مونته، یکی از ویژگی‌های تلفن همراه یعنی استقلال از فضا گام جدیدی در فرایند فردی‌شدن است. ارتباطات دیگر توسط ساختارهای عضویتی فرد هدایت نمی‌شود و در نتیجه دموکراتیک‌تر و فردی‌شده است. بنابراین بسیاری از کارکردهایی که در گذشته توسط نهادهای محلی انجام می‌گرفته، معنای خود را از دست داده است. به موازات آن، افراد به هنگام کنترل ارتباطشان بدون دخالت سازمان‌هایی که به آن تعلق دارند، قدرت‌های جدیدی را به‌دست می‌آورند که مدیون تلفن همراه‌اند. این امر بی‌شک مزیت‌های مهمی را برای افراد به وجود آورده است که در عین حال می‌تواند باعث تضعیف درک آن‌ها از هویت‌شان در جوامع معین شود (Garcia-Montes, 2006).

روشن است که فرد به تنهایی هویت و فردیت خود را نمی‌سازد بلکه فناوری و نوع تعامل با دیگری است که در مسیر زندگی روزمره هویت و خود را می‌سازد. جبرهای اجتماعی و جبرهای فناورانه در این روند نقش مهمی ایفا می‌کنند. از این منظر تلفن همراه به عنوان ابزاری ارتباطی و رسانه‌ای و نیز به عنوان یک نقش اجتماعی، که در واقع امکان دسترسی لحظه‌ای را فراهم می‌آورد، باید مورد مطالعه قرار گیرد (عاملی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۶۳).

از نظر اکسمن و تورتیانن، مسئله اصلی در ارتباطات موبایلی بین جوانان، ادغام شدن ارتباط در زیست - جهان یک فرد و بر ساخته شدن یک هویت اجتماعی است: موبایل برای تعریف اینکه چه کسی به جوامع اجتماعی مهم تعلق دارد و اینکه چگونه نمایش خود در یک صحنه اجتماعی در ارتباط با دیگران بر ساخته می‌شود، به‌کار می‌رود. ارتباطات موبایلی به یک وسیله مهم برای تعریف حوزه شخصی افراد تبدیل شده است (Oksman and Turtiainen, 2004).

تلفن همراه یکی از شخصی‌ترین ابزار زندگی امروزی است که امکان خوداظهاری هویتی را فراهم می‌آورد. عرصه‌هایی همچون انتخابی بودن زنگ تلفن همراه، انتخابی بودن تصویر یا جعبه تصویری آن و انتخابی بودن دستگاه و جلد آن و حتی نوع ارتباط با دستگاه با استفاده از گوشی‌های بی‌سیم یا باسیم نمادهای هویت فردی هستند (عاملی و دیگران، ۱۳۸۷).

تلفن همراه بخشی از عناصر مادی و معنوی هویت فردی را تشکیل می‌دهد. شاید در پاسخ به چستی فرد که بازتاب هویت اوست، بتوان گفت: «من تلفن همراه هستم». به عبارت دیگر «من فرد در تلفن همراه او هویت و تشخص پیدا می‌کند». تصاویر یادگاری، موسیقی‌های مورد علاقه، شبکه ارتباطات فردی و حرفه‌ای او، برنامه کاری روزمره و بسیاری دیگر از عناصر هویتی در تلفن همراه فرد نگهداری و ساخته می‌شود. پس در پاسخ به چستی هویتی فرد

می‌توان گفت: «هویت فرد، تلفن همراه اوست». تلفن همراه یک رنگ محسوب می‌شود که شاخص نمایش فردی نیز شده است. وقتی شما زنگ خاصی را به شماره خاصی وصل می‌کنید، یک زنگ هویتی برای تماس‌های خود ایجاد می‌کنید و در واقع زنگ خاص تلفن همراه، یک معنای اجتماعی را که با خود کدهای هویتی به همراه دارد، نمایندگی می‌کند (همان: ۱۰).

به گفته کارونیا و کارون، جوانان و نوجوانان بر اساس شیوه تبیین و روایت‌شان از کاربرد تلفن همراه الگوی فرهنگی خاص خودشان را از این فناوری ارتباطی می‌سازند. بر این مبنا موبایل دلال‌گر تفکر اجتماعی است که تفکر بازتابی درباره اخلاق، طرز رفتار و زیبایی‌شناسی کنش روزمره و زندگی اجتماعی را برانگیخته می‌سازد. جوانان از طریق منعکس کردن آشکال گوناگون کاربرد تلفن همراه در جست‌وجوی فرایندهای هویت‌سازی، که در نمایش فرد در یک صحنه اجتماعی دخیل‌اند، نیز هستند. به معنای دیگر، آن‌ها عمل استفاده از تلفن همراه را به‌منزله دستور زبانی تفسیر می‌کنند که تصور می‌شود از طریق آن، افراد خودشان و کسانی که پیرامون‌شان هستند را متعین می‌سازند (Caronia and Caron, 2004).

بر اساس مطالعه قوم‌نگارانه‌ای که کارونیا و کارن در کانادا درباره دیدگاه جوانان در مورد تلفن همراه انجام داده‌اند، نتیجه گرفته‌اند که جوانان رُست‌ها و رفتارهای مرتبط با تلفن همراه را به مثابه متون و روایت‌هایی تلقی می‌کنند که تصور می‌شود افراد از طریق آن می‌گویند که کیستند، تا جایی که آن‌ها به‌منزله کنش‌های معنا دار و نمادین تلقی می‌شوند، در معرض تفسیر هستند و منجر به استنتاج‌هایی درباره هویت کاربران و تواترهای اجتماعی‌شان می‌شود. از دیدگاه جوانان رفتارهای مرتبط با تلفن همراه قوانین در حال عمل زیبایی‌شناختی هستند که کاربر را به‌منزله فردی با سلیقه خوب تعریف می‌کنند. نوجوانان و جوانان تلفن همراه و شکل‌های استفاده مرتبط با آن را به‌منزله وسیله‌ای برای این امر قلمداد می‌کنند که نشان می‌دهد آنان و افراد پیرامون‌شان کیستند. جوانان از طریق استفاده و تفسیر موبایل به وسایل برساختن هویت، برخی از مقوله‌های اصلی را جست‌وجو می‌کنند، برمی‌سازند و برای سازماندهی و ساختن تمایزات مرتبط در جهان اجتماعی‌شان به‌کار می‌برند. به بیان دیگر، آنان اندیشه‌ای جامعه‌شناختی، یعنی بازتاب و برساختن اشکالی از زندگی اجتماعی روزمره را می‌سازند (همان).

اشتالده برای پاسخ‌گویی به این پرسش که موبایل چه معنایی در زندگی جوانان و به‌ویژه در ارتباط با مسئله هویت دارد، به معرفی مفهوم «هویت موبایل» سیال پرداخته است. به گفته وی، این مفهوم به این معناست که هویت جوانان تحت تأثیر کاربرد رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های ارتباطی شخصی از قبیل تلفن همراه قرار دارد. از سوی دیگر این مفهوم هویت جوانان را به‌مثابه امری سیال، که لحظه به لحظه تغییر می‌یابد و در طی زمان گسترش می‌یابد، به تصویر می‌کشد. مفهوم هویت موبایل بیان می‌کند که هویت چیزی سیال است و اینکه جوانان دائماً در حال چانه‌زنی بر سر این موضوع هستند که چه کسی هستند، چگونه این هویت را به دست

آورده‌اند و با چه کسی این‌همانی دارند. تلفن همراه، همان‌گونه که در زمینه‌های فرهنگی جوانان در همیشه حاضر است، به‌منزله وسیله‌ای برای به‌روز شدن مداوم، هماهنگی، دسترسی به اطلاعات و مستندسازی، این سیالیت هویت را تسهیل کرده است. تلفن همراه به ابزار ایده‌آلی برای پرداختن به جریان مبادله اطلاعات، مدیریت روابط معمولی، نزدیک یا صمیمانه، هماهنگ کردن فعالیت‌های دائماً در حال تغییر زندگی روزمره تبدیل شده است (Stald, 2008: 143).

نتیجه‌گیری

تلفن همراه یا موبایل در جامعه ما گسترش فوق‌العاده‌ای یافته است. به گونه‌ای که با حضور چندین شرکت ارائه‌دهنده خدمات مرتبط با تلفن همراه و کاهش فوق‌العاده قیمت سیم‌کارت، تعداد کاربران این رسانه ارتباطی به‌سرعت در حال افزایش است. با توجه به خصلت‌ها و ویژگی‌های منحصر به‌فرد و متمایز این رسانه توجه به دگرگونی‌های حاصل از رواج آن و تأثیراتی که بر روی زندگی افراد می‌گذارد و تغییراتی که در نحوه انجام امور شخصی و جمعی به‌وجود می‌آورد، باید به‌طور خاص مورد توجه قرار گیرد. از سوی دیگر با توجه به جوانی جامعه، ما نیازمند توجه ویژه به حضور همه‌لحظه‌ای این رسانه در زندگی جوانان و نوجوانان هستیم. به عبارت دیگر، این امر که رسانه‌های نوین ارتباطی به ویژه تلفن همراه، چه پیامدهایی در زندگی روزمره، هویت و سبک زندگی جوانان داشته‌اند، بسیار حائز اهمیت است. نکات اصلی مطرح‌شده در این مقاله در ذیل برجسته می‌شوند:

- فناوری‌های اطلاعات و ارتباطی به‌طور کلی و تلفن همراه به‌طور خاص، به فناوری جوانان تبدیل شده است. جوانان مصرف‌کنندگان عمده فناوری تلفن همراه هستند و اغلب به عنوان پیشگامان اقتباس و تکامل آن محسوب شده‌اند.
- جوانان و نوجوانان از تلفن همراه برای حفظ شبکه‌های اجتماعی خود و شکل‌دادن روابط جدید استفاده می‌کنند. موبایل برای تعریف اینکه چه کسی به جوامع اجتماعی با اهمیت تعلق دارد و اینکه چگونه نمایش خود در یک صحنه اجتماعی در ارتباط با دیگران بر ساخته می‌شود، به‌کار می‌رود. ارتباطات موبایلی به یک وسیله مهم برای تعریف حوزه شخصی افراد تبدیل شده است.
- تلفن همراه امکان خوداظهاری هویتی را فراهم می‌آورد. تلفن همراه بخشی از عناصر مادی و معنوی هویت فردی را تشکیل می‌دهد. شاید در پاسخ به چستی فرد که بازتاب هویت اوست، بتوان گفت: «من تلفن همراه هستم». به عبارت دیگر «من فرد در تلفن همراه او هویت و تشخص پیدا می‌کند».
- نوجوانان و جوانان تلفن همراه و شکل‌های استفاده مرتبط با آن را به‌منزله وسیله‌ای برای این امر قلمداد می‌کنند که نشان می‌دهد که آنان و افراد پیرامون‌شان، کیستند. جوانان از

طریق استفاده و تفسیر موبایل به وسایل برساختن هویت، برخی از مقوله‌های اصلی را جست‌وجو می‌کنند، برمی‌سازند و برای سازماندهی و ساختن تمایزات مرتبط در جهان اجتماعی‌شان به کار می‌برند.

- مفهوم “هویت سیال” به این معناست که هویت جوانان تحت تأثیر کاربرد رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های ارتباطی همانند تلفن همراه قرار دارند. این مفهوم، هویت جوانان را به مثابه امری سیال که لحظه به لحظه تغییر می‌یابد، نشان می‌دهد. تلفن همراه، باعث تسهیل سیالیت هویت شده است.

منابع

- جنکینز، ریچارد. هویت / اجتماعی، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: نشر شیرازه. ۱۳۸۱
- عاملی، سعیدرضا و دیگران. *مطالعات تلفن همراه، زندگی در حال حرکت*، تهران: انتشارات سمت ۱۳۸۷.
- Bozorgmehr, Najmeh. Facebooks Sets Tone in Iran's Electoral Content; (2009), in Financial Times website [URL Document]: http://www.ft.com/cms/s/0/da46ad4e-3f19-11d1-ae4f-00144feabdc0,dwp_uuid=be75219e-940a-11d1-82ea-0000779e2340.html?ftcamp=rss
- Buckingham, David. "Introducing Identity" in *Youth, Identity, and digital Media*; Edited by David Buckingham; The John D. and Catherine T. Mac Arthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press: 1-24, 2008.
- Caronia, Letizia and Caron, André H. Constructing a Specific Culture: Young People's Use of the Mobile Phone as a Social Performance; *Convergence*; 10; 28, 2004.
- Dewdney, Andrew & Ride, Peter *the New Media Handbook*, London & NY: Routledge, 2006.
- Drotner, Kirsten. Difference and diversity: Trends in Young Danes' Media Uses; *Media Culture Society*; 2000, 22; 149.
- García-Montes, José M. et al Changes in the self resulting from the Use of Mobile Phones; *Media Culture Society*, 2006, 28, 67.
- Giddens, Anthony. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press, 1991.
- Hering, Susan C. "Questioning the Generational Divide: Technological Exoticism and Adult Constructions of Online Youth Identity." In *Youth, Identity, and Digital Media*; Edited by David Buckingham; The John D and Catherine T. Mac Arthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008: 71-92.
- Hjorth, Larissa. *Mobile media in the Asia Pacific: gender and the Art of Being Mobile*, London & NY: Routledge, 2009.

- Ito, Mizuko et al. "Foreword"." *Youth, Identity, and Digital Media* edited by David Buckingham, the John D. and Catherine T. Mac Arthur Foundation Series on Digital Media and Learning, Cambridge: The MIT Press, 2008.
- Kyong Chun, Wendy Hui & Keenan, Thomas. *New Media, old media: A History and Theory Reader*; London and NY: Routledge, 2006.
- Livingstone, Sonia. *Young People and New Media* Childhood and the Changing Media Environment, London: Sage Publication, 2002.
- Livingstone, Sonia *Young People and New "Media*, London: Sage, 2003.
- Oksman, Virpi and Turtiainen, Jussi. *Mobile Communication as a Social Stage: Meanings of Mobile Communication in Everyday Life among Teenagers" in Finland; New Media Society*; 6; 319, 2004.
- Osgerby, Bill. *Youth Media*, London and New York: Routledge, 2004.
- Stald, Gitte. "Mobile Identity: Youth, Identity, and Mobile Communication Media", *Youth, Identity, and Digital Media*, edited by David Buckingham, The John D. and Catherine T. Mac Arthur Foundation Series on Digital Media and Learning; Cambridge, MA: The MIT Press: 2008, 143–164.
- Thulin, Eva & Vilhelmson, Bertil. "Mobiles Everywhere: Youth, the Mobile Phone, and Changes in Everyday Practice" *Young*, 2007; 15; 235-253.
- Wilska, Terhi-anna and Pedrozo, Sueila. "New Technology and Young People's consumer Identities: A comparative Study Between Finland and Brazil." *Young*; 15; 343, 2007.