

بررسی رابطه استفاده از تلفن همراه با ارتباطات چهره به چهره از نظر دانشجویان مورد مطالعه :

دانشجویان دانشکده علوم انسانی واحد تهران شرق (قیام دشت)

دکتر فیروز دیندار فرکوش، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد تهران شرق

دکتر سید وحید عقیلی، دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

طیبه جهانبازی گوجانی، دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد واحد تهران شرق

(نویسنده و عهده دار مکاتبات) t_jahanbazi@yahoo.com

چکیده:

این پژوهش بررسی رابطه استفاده از تلفن همراه با ارتباطات چهره به چهره از نظر دانشجویان مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه آماری در این پژوهش کلیه دانشجویان دانشکده علوم انسانی به تعداد 4383، حجم نمونه 384، روش تحقیق از نوع پیمایشی و به صورت تصادفی ساده، ابزار جمع آوری داده‌ها از پرسشنامه، داده‌های خام پژوهش با استفاده از نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل و به دست آمده است. بدین منظور 5 فرضیه مطرح شد نتایج تحقیق در خصوص کاهش یا افزایش اعتماد بنفس با توجه به آزمون دوجمله‌ای، با 95 درصد اطمینان و 5 درصد خطا فرضیه تحقیق رد می‌شود. در مورد استفاده از تلفن همراه و رشد مهارت‌های کلامی در ارتباطات چهره به چهره نتایج بدست آمده نشان می‌دهند که طبق آزمون دوجمله‌ای با 99 درصد اطمینان و 1 درصد خطا فرضیه تحقیق تأیید می‌شود. در مورد استفاده از تلفن همراه و رشد مهارت‌های غیر کلامی در فرایند ارتباط چهره به چهره طبق نتایج بدست آمده طبق آزمون دوجمله‌ای، با 99 درصد اطمینان و 1 درصد خطا فرضیه تحقیق تأیید می‌شود. در مورد استفاده از تلفن همراه و کاهش مهارت گوش دادن در فرد نتایج بدست آمده طبق آزمون دوجمله‌ای، با 99 درصد اطمینان و 1 درصد خطا فرضیه تحقیق تأیید می‌شود. در مورد استفاده از تلفن همراه و کاهش یا افزایش ارتباط فرد با جمع نتایج بدست آمده طبق آزمون دوجمله‌ای، با 95 درصد اطمینان و 5 درصد خطا فرضیه تحقیق رد می‌شود.

واژگان کلیدی: رسانه‌های فردی، تلفن همراه، ارتباطات کامپیوتر-واسط (cmc)، ارتباطات چهره به چهره

مقدمه :

با توسعه تکنولوژی‌های ارتباطی مثل استفاده از تلفن همراه هر فرد میتواند از طریق تلفن همراه تماس صوتی، تصویری و پیام متنی داشته باشد. رسانه‌های فردی رسانه‌هایی هستند که یک فرد به تنهایی از آن استفاده میکند. 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 به نیازهای فردی و اجتماعی فرد اضافه شده است. ارتباط انوعی دارد که در طول تاریخ از ارتباط چهره به چهره یا رو در رو^۱ به عنوان ساده ترین و بی واسطه ترین ارتباط میان انسان‌ها آغاز شده تا به پیچیده ترین گونه‌های ارتباط با واسطه و بی واسطه تصنعی امروزی رسیده است. (دوران، ۲۷، ۱۳۸۱) بنابراین اقتضای وضعیت و شرایط حاکم بر جامعه به لحاظ دانش و ابزار کار، در هر عصری از زندگی انسان ایجاب میکند. تا مردم با توجه به موقعیتی که در آن به سر می‌برند. ارتباط‌های خود را مطابق با امکانات و شرایط موجود تنظیم کنند. (محسنیان راد، ۱۳۷۸، ۴۸۷) ارتباط کلامی را می‌توان با اهمیت ترین نوع ارتباط‌های انسانی بشمار آورد. از جمله ویژگی‌های ارتباط کلامی نسبت به سایر ارتباط‌ها توأم بودن ارائه ی کلمه‌ها با احساس‌های گوینده است.

بیان مسأله:

پژوهش حاضر کوششی است در پاسخ به این سوال که: «رابطه استفاده از تلفن همراه با ارتباطات چهره به چهره از نظر دانشجویان چگونه است؟» امروزه فناوری‌های نوین که بخش عظیمی از آنها در قالب رسانه‌های جمعی یا فردی نمود پیدا می‌کند، دل مشغولی عمده نسل‌های جوان است. به عبارتی جوانان بیشترین مصرف کنندگان رسانه‌های فردی مانند: تلفن همراه هستند. جوانان نیاز به کسب آگاهی و اطلاعات و کسب تجارب عاطفی و لذت بخش دارند. آنها خواستار تقویت پایگاه اجتماعی خود و نیز کسب اعتماد بیشتر اطرافیان و دوستان خود هستند از سوی دیگر با توجه به گسترش قارچ وار تکنولوژی ارتباطی و تسهیل شدن راه‌های ارتباط با دیگران هنوز هم ارتباطات چهره به چهره بیشترین اثر را دارد فرد به دنبال آن است که چنین ارتباطی را گسترش دهد اگر چه گاهی فرد به روشهای جایگزین برای خلاء این ارتباط چنگ میزند اما در نهایت ارتباطات چهره به چهره جایگاه خودش را حفظ کرده است.

اهمیت و ضرورت انجام تحقیق:

امروزه یکی از ویژگی‌های تمدن بشری، بستگی به نوع ارتباط بین انسانها و میزان گسترش آن دارد، چرا که مبادله اطلاعات و اندیشه‌ها میان افراد، یکی از برترین نیازهای زندگی اجتماعی است. مجرای ارتباطی، به عنوان حلقه واسط، فرد را به جامعه متصل می‌کند و زمینه انتقال اطلاعات و تجربیات به او را فراهم می‌سازد. در دسترس بودن و گسترش تلفن همراه زندگی جدیدی را بنیان نهاده است در استرس بودن دائمی، مزاحمت‌ها و یا دردسرها و یا برنامه‌های ناخواسته زیادی را به فرد تحمیل میکند. استفاده از این وسایل فقط به منظور دسترسی به اهداف فردی انجام نمی‌پذیرد بلکه خود فناوری هم باعث تغییر قواعد رفتاری افراد نیز می‌شود احساس استقلال به هنگام استفاده از رسانه‌های فردی عدم وابستگی در فرد به وجود می‌آورد. کاهش ارتباطات چهره به چهره میتواند پیامدهای نامطلوبی برای افراد به وجود آورد از جمله کاهش اعتماد بنفس، کاهش مهارت‌های کلامی، کاهش مهارت‌های غیر کلامی، کاهش مهارت گوش دادن و کاهش ارتباط فرد با جمع با توجه به رشد و گسترش رسانه‌های فردی و تلفن همراه و امکانات وابسته به آن ضرورت توجه و مراقبت بیشتر برای استفاده صحیح از این رسانه‌ها بیش از پیش احساس می‌شود و اینکه چه آثار و پیامدهایی بر ارتباطات چهره به چهره به وجود می‌آورد لذا شناختن و پرداختن به این مسائل به نوعی سرمایه گذاری برای پیشرفت جامعه خواهد بود.

² Face to face ftf

هدف کلی: عبارت است از: بررسی رابطه استفاده از تلفن همراه با ارتباطات چهره به چهره از نظر دانشجویان. مورد مطالعه: دانشجویان دانشکده علوم انسانی تهران شرق (قیام دشت)

اهداف جزئی:

- مقایسه بین کاهش یا افزایش سطح اعتماد بنفس در ارتباطات چهره به چهره و استفاده از تلفن همراه
- مقایسه میان استفاده از تلفن همراه و رشد مهارت‌های کلامی در ارتباط چهره به چهره
- مقایسه بین استفاده از تلفن همراه و رشد مهارت‌های غیر کلامی در فرایند ارتباط چهره به چهره
- مقایسه میان استفاده از تلفن همراه و کاهش یا افزایش مهارت گوش دادن در فرد
- مقایسه میان استفاده از تلفن همراه و کاهش یا افزایش ارتباط فرد با جمع

سوالات تحقیق:

- ۱- آیا تلفن همراه در کاهش یا افزایش سطح اعتماد بنفس در ارتباطات چهره به چهره موثر است؟
- ۲- تلفن همراه تا چه اندازه در رشد مهارت‌های کلامی در ارتباط چهره به چهره نقش دارند؟
- ۳- تلفن همراه تا چه اندازه در رشد مهارت‌های غیر کلامی در ارتباط چهره به چهره نقش دارند؟
- ۴- تلفن همراه چه نقشی در کاهش یا افزایش مهارت گوش دادن در ارتباط چهره به چهره دارند؟
- ۵- آیا تلفن همراه در فرایند ارتباط فرد با جمع نقشی منفی یا مثبت دارند؟

فرضیه‌های تحقیق:

- ۱- بنظر میرسد بین کاهش یا افزایش سطح اعتماد بنفس در ارتباطات چهره به چهره و استفاده از تلفن همراه رابطه وجود دارد؟
- ۲- بنظر میرسد میان استفاده از تلفن همراه و رشد مهارت‌های کلامی در ارتباط چهره به چهره رابطه وجود دارد؟
- ۳- بنظر میرسد بین استفاده از تلفن همراه و رشد مهارت‌های غیر کلامی در فرایند ارتباط چهره به چهره رابطه وجود دارد؟
- ۴- بنظر میرسد میان استفاده از تلفن همراه و کاهش یا افزایش مهارت گوش دادن در فرد رابطه وجود دارد؟
- ۵- بنظر میرسد میان استفاده از تلفن همراه و کاهش یا افزایش ارتباط فرد با جمع رابطه وجود دارد؟

رسانه‌های فردی: رسانه‌های فردی عبارت‌اند از: استفاده اختصاصی (محرمانه) از تکنولوژی‌های رسانه‌های جمعی ایجاد شده و بیانات شخصی را از طریق شبکه‌های دیجیتالی، فرستادن رسانه‌های فردی ابزارهایی برای ارتباطات میان فردی و بیان شخصی هستند اما نه به آن صورتی که در ارتباطات چهره به چهره به صورت واقعی و حضور فیزیکی بلکه به صورت استفاده از تکنولوژی‌های رسانه‌های فردی (اینترنت و تلفن همراه) و به صورت مجازی و فاقد حضور فیزیکی میباشد. (1994, Meyrowitz)

تلفن همراه: تلفن همراه یا تلفن موبایل که در فارسی گوشی موبایل هم گفته می‌شود، یک وسیله شخصی و قابل حمل برای ارتباط مخابراتی است. تماس صوتی: به افراد اجازه می‌دهد با هم دو به دو صحبت کنند. و صدای یکدیگر را از طریق گوشی تلفن همراه دریافت کنند. تماس تصویری همزمان تصویر همدیگر را نیز به روی گوشی تلفن همراهشان مشاهده کنند. پیام کوتاه: sms: این واژه مخفف کلمه short message service به معنی سرویس پیام کوتاه است.

سرویس‌هایی که به مشتریان این امکان را می‌دهد تا پیام کوتاه را از طریق موبایل‌های خود به یکدیگر ارسال کنند. بلوتوث: این واژه نمایانگر سیستمی در گوشی‌های تلفن همراه است که شبکه اختصاصی و بی‌سیم مختص برای ارتباط تلفن‌ها و کامپیوترها و ابزارهای این قبیل است. در مسافت‌های کوتاه و بدون استفاده از سیم و از طریق فرکانس‌های رادیویی با قدرت پایین انتقال اطلاعات صورت می‌گیرد. mms این واژه مخفف اصطلاح multi media messaging service و به معنی سرویس پیام‌رسانی مولتی‌مدیا است. این سیستم تکنولوژی پیشرفته sms و emms است. و از این طریق می‌توان پیام‌های ویدیویی را نیز ارسال کرد. ظهور و گسترش سریع تلفن همراه سوال‌های زیادی را در گستره فردی و اجتماعی برانگیخته است. قابل دسترسی بودن به عنوان مهمترین ویژگی ارتباطات موبایلی باعث می‌شود که فرد در محیط کار تماس‌هایی مربوط به زندگی خصوصی خود برقرار کند و در عوض هنگامی که خارج از محیط کار درگیر زندگی خصوصی خود است تماس‌هایی پیرامون فعالیت‌های حرفه‌ای خود دریافت کند (Geser, 2002). فور چونیتی با ترکیب مشاهدات خود مجموعه‌ای از راهبردهای دفاعی را که افراد برای جلوگیری از افشای محتوای مکالمه و اطلاعات مبادله شده به کار می‌برند، ارائه داد. این راهبردها، مجموعه‌ای از گریز و طفره رفتن به هنگام برقراری یک تماس را در بر می‌گیرد که مهمترین آنها شامل موکول کردن مکالمه به زمان دیگر، صحبت کردن بسیار آهسته، ترک مکان و قرار گرفتن در محل خلوت و نهایتاً قطع تماس می‌شود. راهبردهای دیگری نیز مثل قطع مکالمه و فرستادن پیام متنی، فیلتر کردن مکالمات قابل پذیرش و روشن کردن سیستم منشی و نهایتاً خاموش کردن گوشی مورد استفاده قرار می‌گیرد. (Fortunati ۲۰۰۳، ۲۰۰۵) هنگامی که در یک جمع تماسی برقرار می‌شود فرد عملاً از جمع جدا شده و پیوندهای روانی بین او و طرف مکالمه برقرار می‌گردد و به همین منوال پیوندهای روانی او با حضار قطع می‌شود. با این حال برقراری پیوند روانی بین دو طرف مکالمه را نمی‌توان به معنی قطع ارتباط فرد با حضار در نظر گرفت. برعکس این گویند ممکن است تبدیل به روزنه‌ای شود که حضار از طریق آن به درون ارتباط بین دو طرف کشانده شوند، هنگامی که اطلاعات مبادله شده کنجکاوای حضار را برانگیزد گشایش این روزنه افزایش خواهد یافت. (2005, 215. fortunati)

ارتباطات کامپیوتر - واسط (cmc) ارتباطات کامپیوتر - واسط چیست؟ از نظر تکنیکی، ارتباطات کامپیوتر - واسط (یا cmc) به شکل مرسوم تقریباً از زمانی که اولین کامپیوتر دیجیتال الکترونیکی نوآوری شد، وجود داشت از زمانی که اولین نمونه پست الکترونیک در اوایل دهه ۱۹۶۰ ثبت شد. تقریباً از این زمان به بعد است که افراد به وسیله تکنولوژی کامپیوتر، ارتباط برقرار کردند. از طرف دیگر، تاریخ ارتباطات کامپیوتر - واسط بیش از پنجاه سال دارد. (www.sagepub.co.uk) ماهیت cmc: خوب، بد و زشت دواتهام که عموماً علیه cmc نشان گرفته شده، باوری است که اینترنت را الزاماً شکل نامناسبی از ارتباط می‌داند و در واقع چیزی است که می‌تواند به مردم صدمه بزند، زیرا آنها خود را از یک روابط واقعی محروم می‌سازند. به عبارت دیگر، cmc هم به دلیل غیر اجتماعی بودن (یعنی سرد و غیر دوستانه است) و هم ضد اجتماعی بودن (یعنی موجب کاهش تعامل چهره به چهره می‌شود) مورد اتهام قرار گرفته است. هر دوی این اتهامات در تضاد با این باور مخالف قرار می‌گیرد که اینترنت می‌تواند منجر به روابط اجتماعی جدید و حتی بهتری شود که مردم می‌توانند دوستی‌های جدیدی را بر اساس علایق و منافع مشترکشان به وجود آورند.

رویکردهای ناقص: مدل حضور اجتماعی^۱ حضور اجتماعی به سطوح تماس میان فردی و احساس صمیمیتی که در ارتباط تجربه اجتماعی از طریق سرنخ‌های بصری مانند بیانات چهره‌ای، ژست‌ها و تماس چشمی منتقل می‌شود. بر این اساس، انواع گوناگون ارتباط می‌تواند با توجه به این که ۱- غیر اجتماعی یا اجتماعی ۲- غیر احساس برانگیز یا احساس برانگیز ۳- سرد یا گرم و ۴- غیر شخصی و شخصی باشد، طبقه بندی شود. آن چه که مدل حضور اجتماعی بیان می‌کند، این است که هر چه سرنخ‌های دیداری کمتر باشد، حضور اجتماعی نیز کمتر خواهد بود و در نتیجه منجر به ارتباطی

می‌شود که بیشتر وظیفه مداراست تا اینکه رابطه مدار باشد **۲. مدل فاقد سر نخ**^۱ فاقد سر نخ بودن به سادگی یعنی غیاب تمامی سر نخ‌های غیر کلامی (برای مثال ^۳، ژست‌ها، بیانات چهره‌ای، طنین صدا، آشکارگی) و نشانه‌های هویتی (برای مثال پایگاه اجتماعی، نقش‌های شغلی، سن جنسیت)... **مدل غنای رسانه**^۳ مردم غنی‌ترین رسانه‌ی ارتباطی را برای استفاده ترجیح می‌دهند، تا مؤثرترین روش‌های فهم یکدیگر را مهیا سازند. هر چه ارتباط پیچیده‌تر باشد، رسانه باید قوی‌تر باشد. در این معنا، پیام شخصی و صمیمی همیشه مستلزم رسانه‌ای «غنی» مثل تلفن یا بهتر از آن ارتباط چهره به چهره (ftf) است. در نقطه مقابل، فرض بر این است که رسانه‌های ضعیفی مثل پست الکترونیک نمی‌تواند چنین تعاملات پیچیده‌ی احساسی را ساده سازد. بنابراین زمانی که ارتباط گفتاری چهره به چهره به واسطه‌ی تکنولوژی انجام می‌گیرد، پایان می‌پذیرد. (تورلو، کریسپین، ۸۷-۱۳۸۹، ۸۰)

ارتباطات چهره به چهره: ارتباط :

«معنی لغت ارتباط از یکسو روشن و واضح و از سوی دیگر پیچیده و غامض است. در استفاده معمول از این لغت مفهوم آن روشن است ولی وقتی به جستجوی تعیین حدود و کاربرد آن می‌پردازیم، مسئله پیچیده و غامض می‌شود.» (محسنیان راد، ۱۳۷۸، ۴۲) ارتباط را می‌توان با توجه به چگونگی ایجاد آن به ارتباط مستقیم و ارتباط غیر مستقیم و از لحاظ انسان‌هایی که در آن شرکت دارند به ارتباط شخصی و غیر شخصی و جمعی طبقه بندی کرد. ۱- ارتباط مستقیم و شخصی: ارتباطی است که بدون واسطه میان شخص پیام دهنده و شخص پیام گیرنده ایجاد می‌شود. ۲- ارتباط غیر مستقیم و غیر شخصی: در این نوع ارتباط، پیام دهندگان و پیام گیرندگان یکدیگر را نمی‌شناسند ۳- ارتباط غیر مستقیمی که از طریق مطبوعات پرتیراژ و به ویژه وسایل ارتباطی نوین نظیر رادیو و تلویزیون بین گروه‌های وسیع انسانی ایجاد می‌شود. (ارتباط توده‌ای یا جمعی) نامیده می‌شود. ۴- ارتباط تعاملی شخصی و غیر شخصی: که از طریق فضای وب، میان جمعی از انسانها ایجاد می‌شود. فرا رسانه‌ها که از طریق اینترنت به وجود آمده و امکان استفاده آسان از امکانات گوناگون (عکس، ویدئو، نوشته و... وجود دارد) برخی به آن ابر رسانه می‌گویند. تعاریف زیر بر اساس کارکردهای مختلفی که برای ارتباط در نظر گرفته است، دسته بندی و ارائه شده اند. ارتباط به عنوان ابزاری برای اقلان: ارسطو ارتباط را چنین تعریف کرده است: «ارتباط عبارت است از جستجو برای دست یافتن به کلیه وسایل و امکانات موجود برای ترغیب و اقلان دیگران» (محسنیان راد، ۱۳۷۸، ۴۳) ارتباط به عنوان ابزاری برای انتقال اطلاعات: مدل ریاضی کلودشن و وارن ویور و همچنین مدل ارتباط انسانی ویلبر شرام از جمله مدل‌هایی هستند که در آنها فرایندهای یکسویه و دوسویه انتقال و تبادل اطلاعات به عنوان مشخصه‌ای اساسی دیده می‌شود محتوا و نوع اطلاعاتی که از طریق ارتباط از شخصی به شخص دیگر منتقل می‌شود، بسیار گسترده و متنوع است. (Morreale, ۲۰۰۱، ۷) ارتباط به عنوان ابزاری برای تشکیل گروهها: «تعدادی از محققان ارتباط، آن را عامل به وجود آمدن زندگی اجتماعی می‌دانند. گروه، متشکل از تعدادی از افراد است که در یک فضای فیزیکی، ذهنی و مجازی گردهم آمده‌اند تا برای رسیدن به هدفی مشترک، با هم کنش متقابل داشته باشند. هارولد لاسول دانشمند علوم سیاسی آمریکا در قرن بیستم، مدل ارتباطی خود را در قالب این پنج پرسش اساسی شرح می‌دهد: چه کسی؟ به چه کسی؟ از مجرای ارتباطی؟ چه پیامی؟ با چه تاثیری؟ حال می‌توان عناصر نشر ایده‌های جدید را طبق مدل لاسول تو صیف کرد: گیرنده‌ها، اعضای نظام آموزشی هستند. مجاری ارتباطی، وسایلی هستند که به وسیله آنها نوآوری انتشار می‌یابد. پیام ایده‌ای جدید است. منبع، ابداع کننده، دانشمند، مامور تغییر و رهبر فکری و مانند آنهاست. اثرات نیز با توجه به نوآوری، تغییراتی در دانش، بینش و رفتار رد یا قبول نوآوری به شمار می‌آیند. (دادگران، ۱۳۷۷، ۱۵ و ۲۴)

¹the social presence model

²cuelessness

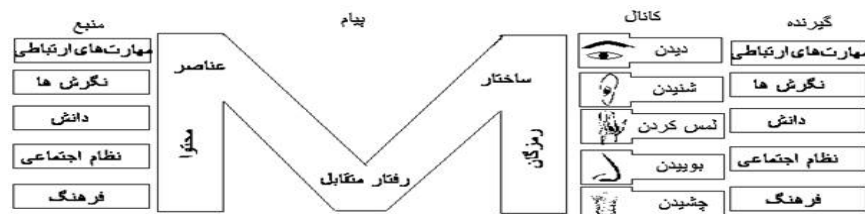
^۳the media richness model

جدول ۲-۱ مقایسه مجاری ارتباط فردی و جمعی

ویژگی‌ها	مجاری فردی	مجاری جمعی
جهت پیام	بیشتر دو سویه	بیشتر یک سویه
نحوه ارتباط	بی واسطه	با واسطه
بازخورد	زیاد	کم
جمعیت تحت پوشش	کم	زیاد
سرعت نشر پیام	کم	زیاد
اثر ممکن	شکلگیری بینش یا تغییر آن	تغییر دانش

ارتباط با خود یا ارتباط درون فردی: دکتر فرهنگی در این رابطه می‌نویسد: «ارتباط با خود عبارت است از اینکه جریان تفهیم و تفاهم را در درون «خود» فرد انجام می‌گیرد که یک نوع ارتباط درونی است. ارتباط با خود در بر گیرنده مشکلات درونی، یا حل تعارضات درونی فرد است. این ارتباط علاوه بر برنامه-ریزی برای آینده، عملکردهای عاطفی و ارزیابی خود و دیگران را مورد توجه قرار می‌دهد ارتباط با خود همانطور که از نامش پیداست، «خود» را مورد توجه و محور اصلی بحث و گفتگو قرار می‌دهد.» (محسنیان راد، ۱۲، ۱۳۷۸) **ارتباط میان فردی:** ارتباطات میان فردی اساساً رابطه‌ای است میان دو نفر و نه بیشتر، به همین دلیل است که ارتباطات میان فردی با نام دیگری یعنی ارتباطات «دوتایی» یا «جفتی»^۲ نیز معرفی می‌شود این نوع ارتباط از نظر میزان صمیمیت و شناخت کامل طرفین از یکدیگر، همچنین نوع پیامها ی رد و بدل شده در آن، از سایر انواع ارتباط متمایز است. به همین دلیل است که محققان بسیاری آن را انسانی ترین نوع ارتباط دانسته اند. **تعریف ارتباطات میان فردی:** پیتهرتکی برای ارائه تعریفی از ارتباطات میان فردی، ابتدا ویژگی‌های آن را بررسی نموده است. از نظر محقق، «ارتباط میان فردی، ارتباطی است میان «دونفر» که به صورت «چهره به چهره» صورت می‌گیرد. فرم و محتوای این ارتباط کاملاً منعکس کننده ویژگی‌های (نقش اجتماعی و روابط آنها) افرادی است که در آن حضور دارند.» و ویژگی‌های مورد نظر هارتلی در تعریف ارتباط میان فردی را می‌توان به طور خلاصه به این شرح بر شمرد: (تابز و ماس، ۲۰۰۰، ۲۵)

چهارچوب نظری: نظریه برلو: مدل ارتباطی برلو در مدل خود به فراگرد بسیار تأکید دارد و اعتقاد دارد که ارتباط، یک فراگرد است و حتی مدل او به مدل فراگرد ارتباط، معروف است. او در "فراگرد ارتباط" می‌نویسد: «یک فرهنگ لغت، فراگرد را چنین تعریف می‌کند: هر رویدادی که یک تغییر ممتد در زمان را نشان دهد، یا هر عمل یا نحوه عملی که ممتد باشد.» او به مسئله عدم توانایی انسان در کشف واقعیت‌های فیزیکی پرداخته و معتقد است که این گونه واقعیت‌های پایه، با انسان، خلق و آفریده می‌شود. برلو در زمینه نگاه به عملکرد فراگرد می‌گوید: «وقتی ما کوشش می‌کنیم که درباره فراگرد چیزی چون ارتباط، توضیح دهیم و در واقع آن را مشاهده کنیم، سرانجام دو مسئله پاسخ ما خواهد شد: نخست باید پویایی فراگرد را متوقف کنیم، در حالی که در همان موقع ما درگیر حرکت هستیم. مسئله دوم طرز استفاده از زبان است که خود، یک فراگرد و چیزی در حال تغییر است.» مثلاً در تئاتر می‌توانیم فهرستی از اجزای تشکیل دهنده یک تئاتر را برشماریم (سناریو، بازی، کارگردان، بازیگران، صحنه‌پرداز و...)؛ اما اینها مجموع تئاتر نیستند؛ این‌ها فقط یک مخلوط هستند. اگر پویایی را نیز حاکم قرار دهیم، آن وقت این اجزا به وسیله آن پویایی، تئاتر خوانده می‌شوند. البته پویایی حرکت، که وابسته به اجزاست، پدیده‌ای دیداری است. از نظر برلو، علی‌رغم پیچیدگی فراگرد ارتباط، می‌توان آن را به یک تزریق زیرپوستی تشبیه کرد، که فقط می‌توان ردیف عملیات این تزریق را برشمرد. از مجموعه نوشته‌های برلو درباره فراگرد می‌توان چنین نتیجه گرفت. فراگرد ایستا نیست؛ بلکه پویا است؛ ۲. فراگرد آغاز و پایان ندارد؛ ۳. اجزا و عناصر یک فراگرد، دارای کنش‌های متقابل اند و هریک بر دیگری تأثیر می‌گذارد و از دیگری تأثیر می‌گیرد. ۴. دارای ردیف از اجزا نیست مدل فراگرد ارتباط برلو اجزای مدلس را به شرح زیر توضیح می‌دهد. شکل زیر هم نشان دهنده مدل است. (محسنیان راد، ۴۱-۴۰)



۱. منبع-رمزگذار یک منبع ارتباط بعد از تعیین روشی که می‌خواهد با آن روی گیرنده‌اش تأثیر بگذارد، پیامی را به قصد تولید هدف دل‌خواهش رمزگذاری می‌کند. حداقل چهار نوع عامل در منبع وجود دارد که می‌تواند صحت آن را افزایش دهد. آن‌ها عبارتند از: (۱) مهارت‌های ارتباطی؛ پنج نوع مهارت ارتباط کلامی وجود دارد. دو نوع از آن‌ها مهارت‌های رمزگذاری است: نوشتن و گفتن؛ دو نوع از آن‌ها مهارت‌های رمزخوانی است: خواندن و شنیدن. پنجمین مهارت به فکر یا تعقل مربوط است. (ب) نگرش‌ها: او در توضیح مفهوم نگرش، از مثال زیر کمک می‌گیرد؛ که اگر فرد الف پیش‌آمادگی، تمایل و آرزو برای نزدیک شدن یا دور شدن از فرد ب را داشته باشد، در این صورت نگرشی (مطلوب یا نامطلوب) نسبت به فرد ب دارد. برلو فراگرد ارتباط را در چند عامل می‌داند: نگرش نسبت به خود؛ نگرشی است که بر رفتار منبع ارتباط تأثیر می‌گذارد. نگرش نسبت به مطلب خود؛ وقتی یک نویسنده یا سخنرانی مطلبی را بیان می‌کند، نگرش او تقریباً همیشه از میان پیامش فهمیده می‌شود. نگرش نسبت به گیرنده؛ نگرش منفی یا مثبت نسبت به گیرنده، بر روی پیام منبع تأثیر می‌گذارد. (ج) سطح دانش؛ مقدار دانش یک منبع درباره موضوعش، بر پیام او تأثیر خواهد گذاشت. یک شخص، درباره چیزی که نمی‌داند، نمی‌تواند ارتباط برقرار کند. از سوی دیگر اگر منبع، خیلی زیاد بداند، اگر تخصص خیلی بالایی داشته باشد، ممکن است در مهارت‌های ارتباط ویژه‌اش چنان رفتار تکنیکی به کار ببرد، که گیرنده پیام او نتواند آن را درک کند. برلو می‌گوید یک معلم موفق هم باید دانش کافی داشته باشد و هم این‌که بداند چگونه آموزش دهد و تدریس کند؛ تا بتواند ارتباط لازم را برای یاد دادن برقرار کند. (د) موقعیت منبع در یک سیستم اجتماعی-فرهنگی: هیچ منبعی به‌عنوان یک فرد آزاد و بدون تأثیر از شرایط اجتماعی-فرهنگی، نمی‌تواند ارتباط برقرار کند. بدیهی است که در مورد منبع عوامل مشخصی چون مهارت‌های ارتباطی، نگرش‌ها و دانش او، در نظر خواهد بود؛ اما ما به بیش از اینها نیاز داریم. مثلاً ما نیاز داریم که بدانیم او در آن سیستم اجتماعی-فرهنگی چه جایگاهی دارد، چگونه عمل می‌کند، چه نقشی ایفا می‌کند، کارکردهایی که خواستار انجامش هست، پرستیژی که او در مقابل دیگران دارد، زمینه فرهنگی که او در آن ارتباط برقرار می‌کند و باورها و ارزش‌هایی که بر او حاکم است، چیست؟ شکل‌های رفتاری مورد قبول و شکل‌های رفتاری غیر قابل قبول در فرهنگ او کدامند؟ نیاز داریم که درباره انتظارات شخصی او و انتظارات دیگران درباره او آگاه شویم. ۲. گیرنده-رمزخوان؛ برلو درباره این جزء از مدل خود می‌نویسد: «شخصی که در یک سوی فراگرد ارتباط قرار دارد، با شخصی که در سوی دیگر این فراگرد ایستاده، از نظر عواملی که ذکر شد، تفاوتی ندارد. یکی از دشواری‌های صحبت درباره فراگرد، این است که وقتی ما با ارتباط درون‌شخصی روبرو هستیم، فرستنده و گیرنده، هردو، یک نفرند و ما به‌ناچار در یک سو منبع و در سوی دیگر، گیرنده را قرار می‌دهیم. در واقع، برای تجزیه و تحلیل فراگرد، منبع و گیرنده را به‌طور مجزا بررسی می‌کنیم و این، دلالت بر آن دارد که برای یک لحظه، پویایی فراگرد را متوقف کرده‌ایم. با چنین توقفی، می‌توان گیرنده-رمزخوان را مطالعه کرد. اگر گیرنده، توانایی گوش کردن، خواندن و فکر کردن را نداشته باشد، قادر به دریافت و رمزخوانی پیام منبع رمزگذار نخواهد بود. به‌همان ترتیب گیرنده-رمزخوان تحت تأثیر نگرش خود، به رمزخوانی یک پیام می‌پردازد و با نگرش خود نسبت به خویشتن، منبع و محتوای پیام، رمزخوانی می‌کند. ۳. پیام؛ برلو سومین جزء از مدل خود را به پیام، اختصاص داده و اجزای پیام را به رمز، محتوا و نحوه ارائه، تقسیم کرده است؛ که هر یک از این سه، به شرح مفصلی نیاز دارد، که در این مقاله نمی‌گنجد. ۴. کانال؛ کانال در نظریه‌های ارتباط، در سه معنی به کار برده شده؛ که عبارتند از: روش‌های رمزگذاری رمزخوانی پیام،

وسیله نقلیه پیام و وسیله نقلیه حمل‌کننده. کانال ارتباطی را به‌طور فیزیولوژیکی می‌توان چنین تعریف کرد؛ که حس‌هایی است که رمزخوان-گیرنده، می‌تواند یک پیامی را که از سوی یک منبع-رمزگذار، رمزگذاری و منتقل شده را درک کند. در واقع کانال یک ساز و کار حسی چون شنیدن، دیدن، لمس کردن و غیره است. به این ترتیب، در یک فراگرد ارتباط فرد با فرد، ساز و کار حسی فرد، هم نقش رمزخوان را دارد و هم نقش کانال را. «موضوع دیگری را که برلو در بحث کانال به آن می‌پردازد، انتخاب کانال مناسب برای هر ارتباط است. او در یک نتیجه‌گیری می‌نویسد: «ما می‌توانیم به کانال‌ها حداقل به سه شیوه نگاه کنیم: ساز و کار جفتی، وسایل نقلیه یا دستگاه نقلیه حمل‌کننده.»

نظریه پنجره جوهری: این نظریه توسط دو نفر به نامهای جوزف لوفت و هری اینگهام ارائه گردیده است توضیح اجمالی در مورد این نظریه این که شخصیت هر کدام از ما از چهار بخش تشکیل شده است: خود عمودی، که هم برای خودمان و هم برای دیگران شناخته شده است. خود کور، که برای خودمان نا شناخته و برای دیگران شناخته شده است. خود خصوصی، که برای خودمان شناخته شده و برای دیگران نا شناخته شده است. خود ناشناخته، که هم برای خودمان و هم برای دیگران نا شناخته باقی مانده است. معمولاً خود عمومی کوچکترین قسمت از شخصیت هر کدام از ما را تشکیل می‌دهد و اغلب سوء تفاهمات و مشکلات در روابط بین فردی هم به همین دلیل رخ می‌دهد. راهکار برطرف کردن این مشکل هم یکی خود گشودگی (شناساندن خود به دیگران) برای کوچک کردن خود خصوصی و دیگری گرفتن باز خورد از دیگران برای کوچک کردن خود کور است در پنجره جوهری، شخصیت انسان دارای چهار بخش است: آشکار، پنهان، کور و تاریکشخصیت آشکار: بسیاری از خصوصیات ما، مانند رفتار، کردار و گفتار در اثر نزدیکی با همکاران و نزدیکان قابل تعریف است. آنهایی که در محیط کار، خانواده و جامعه دارای تلاش و خلاقیت مداومند، اعتماد جامعه، اداره و نزدیکان خود را می‌توانند به سادگی حاصل کنند شخصیت و پشتکار افراد در نتیجه تلاش آنها آشکار شده و انسان با هدف و فعال کسی است که با انجام کارهای بزرگ، کارش دارای نتایج مطلوب و مفید باشد. شخصیت پنهان: ممکن است یک شخص صاحب استعداد، لیاقت و توانایی باشد، اما بر مبنای عوامل روانی، نتواند نتایج تجارب خود را به دیگران نمایش دهد لذا شخصیت او از دیگران پنهان بماند بنابراین جهت آزمون لیاقت و استعداد او باید پنجره‌های خاصی را باز کرد در محیط کار عرصه را برایش مهیا و با استفاده از روشهای ایجاد انگیزه و تفویض صلاحیت، لیاقت و استعداد او را به تجربه گرفت تا بدین وسیله صفات پنهان او آشکار گردد. شخصیت کور: برخی انسانها نسبت به فعالیت اکثر مردم متعرض و منتقدند، اما توانایی دید مشکلات خود را ندارند لذا در صورتیکه به کار و فعالیت عملی مبادرت کنند، آهسته آهسته ابعاد بخش کور شخصیتشان روشن شده و بدین وسیله می‌توانند خود را از گرداب گرفتاری تنگ نظری و عقده‌های محرومیت نجات دهند. شخصیت تاریک: زمانیکه عرصه پنجره کور وسعت یافت، انسان به نفی اندیشی و بد بینی دیگران معتاد شده و یک بخش مهم شخصیت انسان هم به خودش و هم به جامعه تاریک می‌گردد. شاید این مرحله به یک روانشناسی جدی نیاز داشته و ممکن است این مرحله مرز دیوانگی وهشیاری باشد. در صورتیکه عرصه تاریک و کور اصلاح شود و عرصه آشکار وسعت یابد، به طور آهسته اعمال و رفتار منفی اش هم به خودش و هم به دیگران معلوم شده و به این وسیله از وهم و گمراهی نجات می‌یابد.

جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه: جامعه آماری در این پژوهش، کلیه دانشجویان دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد تهران شرق (قیام دشت) هستند در قلمرو زمانی تابستان ۹۱ جهت جمع آوری داده‌ها از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. جامعه آماری تعداد کل دانشجویان دانشکده علوم انسانی ۴۳۸۳ نفر میباشد. با استفاده

$N =$ از فرمول کوکران حجم نمونه بدست آمده با توجه به نتایج بدست آمده حجم نمونه برابر با ۳۸۴ می‌باشد

$$\frac{N t^2 p(1-p)}{N d^2 + t^2 p(1-p)} 4383 = \frac{4383 \times 1.96^2 \times 0.5(1-0.5)}{4383 \times 0.06^2 \times 1.96^2 \times 0.5(1-0.5)} = 384.08$$

روش‌ها و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها: در پژوهش حاضر از روش پیمایش و جهت جمع آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شده ساخت یافته که حاوی سوالات باز و بسته بوده که تعداد ۳۸۴ پرسشنامه تهیه که داده‌های خام پژوهش با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شده است. جهت تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (فراوانی، درصد، درصد خالص، درصد تجمعی) استفاده شده است. جهت آزمون فرضیه‌ها از آمار تبیینی از جداول یک بعدی آزمون دو جمله‌ای (فراوانی، نسبت مشاهده شده، نسبت جامعه، سطح معناداری) استفاده شده است.

نتیجه گیری:

فرضیه اول: به نظر میرسد بین کاهش یا افزایش سطح اعتماد بنفس در ارتباطات چهره به چهره و استفاده از تلفن همراه رابطه وجود دارد ؟ ۱- به عقیده شما بین اعتماد بنفس و استفاده از تلفن همراه رابطه وجود دارد. تأثیر اعتماد بنفس بر استفاده از تلفن همراه از ۳۸۴ نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی ۵۴.۹ درصد یا ۲۱۱ نفر آن را مؤثر می‌دانند و کمترین نسبت یعنی ۴۵.۱ درصد یا ۱۷۳ نفر آن را مؤثر نمی‌دانند. ۲- به عقیده شما رابطه اعتماد بنفس و ارتباطات چهره به چهره به چه میزان می‌باشد میزان تأثیر اعتماد بنفس بر ارتباط چهره به چهره از ۳۸۴ نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی ۷۳.۷ درصد یا ۲۸۳ نفر تأثیر آن را کم و کمترین نسبت یعنی ۵.۵ درصد یا ۲۱ نفر خیلی کم ارزیابی کرده اند. ۳- به نظر شما افرادی که اعتماد بنفس بیشتری دارند از تلفن همراه استفاده می‌کنند. از ۳۸۴ نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی ۶۹ درصد یا ۲۶۵ نفر بر این باورند که افرادی که اعتماد بنفس بیشتری دارند از تلفن همراه بیشتر استفاده می‌کنند و کمترین نسبت یعنی ۳۱ درصد یا ۱۱۹ نفر با این نظر مخالفند.

آزمون دوجمله‌ای

طبقه بندی	فراوانی	نسبت مشاهده شده	نسبت جامعه	سطح معناداری
گروه ۱	211	.55	.50	.059(a)
گروه ۲	173	.45		
جمع	۳۸۴	1.00		

با توجه به آزمون دوجمله‌ای، با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا فرضیه تحقیق رد می‌شود. به عبارت دیگر میان اعتماد بنفس در ارتباطات چهره به چهره و استفاده از تلفن همراه رابطه‌ای وجود دارد.

فرضیه دوم: بنظر میرسد میان استفاده از تلفن همراه و رشد مهارت‌های کلامی در ارتباطات چهره به چهره رابطه وجود دارد؟ ۴- به عقیده شما استفاده از تلفن همراه به رشد مهارت‌های کلامی در ارتباطات چهره به چهره کمک می‌کند. از ۳۸۴ نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی ۵۹.۷ درصد یا ۲۵۹ نفر بر این باورند که استفاده از تلفن همراه به رشد مهارت‌های کلامی به ارتباطات چهره به چهره کمک نمی‌کند و کمترین نسبت یعنی ۴۰.۳ درصد یا ۱۷۵ نفر معتقدند که استفاده از تلفن همراه به رشد مهارت‌های کلامی به ارتباطات چهره به چهره کمک می‌کند. ۵- به نظر شما استفاده از تلفن همراه تا چه میزان به رشد مهارت‌های کلامی در ارتباطات چهره به چهره کمک می‌کند. از ۳۸۴ نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی ۲۶.۶ درصد یا ۱۰۲ نفر بر این باورند که استفاده از تلفن همراه به میزان متوسط در فکر کردن آنها در رشد مهارت‌های کلامی در ارتباطات چهره به چهره مؤثر است و کمترین نسبت یعنی ۶.۳ درصد یا ۲۴ نفر میزان آن را زیاد ارزیابی کرده‌اند. سایر نسبت‌ها به دیگر گزینه‌ها اختصاص یافته است. ۶- به عقیده شما استفاده از تلفن همراه در فکر کردن شما در مورد موضوعی قبل از صحبت کردن تأثیر دارد. از ۳۸۴ نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی ۶۴.۶ درصد یا ۲۴۸ نفر معتقدند که استفاده از تلفن همراه در فکر کردن در مورد موضوعی قبل از صحبت کردن تأثیر دارد و کمترین نسبت یعنی ۳۵.۴ درصد یا ۱۳۶ نفر آن را بی تأثیر می‌دانند.

آزمون دوجمله‌ای

سطح معناداری	نسبت جامعه	نسبت مشاهده شده	فراوانی	طبقه بندی	گروه	به عقیده شما استفاده از تلفن همراه به رشد مهارت های کلامی در ارتباطات چهره به چهره کمک می کند
.000(a)	.50	.40	175	بله	گروه 1	
		.60	259	خیر	گروه 2	
		1.00	384		جمع	

طبق آزمون دوجمله‌ای با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا فرضیه تحقیق تأیید می‌شود. به عبارت دیگر استفاده از تلفن همراه موجب کاهش مهارت‌های کلامی در ارتباط چهره به چهره می‌شود.

فرضیه سوم: بنظر میرسد بین استفاده از تلفن همراه و رشد مهارت‌های غیر کلامی در فرایند ارتباط چهره به چهره رابطه وجود دارد؟ ۷۴- به عقیده شما افرادی که از مهارت‌های غیر کلامی استفاده می‌کنند بیشتر از تلفن همراه استفاده می‌کنند. از ۳۸۴ نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی ۶۰.۲ درصد یا ۲۳۱ نفر معتقد نیستند افرادی که از مهارت‌های غیر کلامی استفاده می‌کنند بیشتر از تلفن همراه استفاده می‌کنند و کمترین نسبت یعنی ۳۹.۸ درصد یا ۱۵۳ نفر معتقدند افرادی که از مهارت‌های غیر کلامی استفاده می‌کنند بیشتر از تلفن همراه استفاده می‌کنند. ۸- به عقیده شما استفاده نکردن از تلفن همراه تا چه میزان در مهارت‌های غیر کلامی تأثیر دارد. از ۳۸۴ نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی ۲۶.۳ درصد یا ۱۰۱ نفر به میزان متوسط استفاده نکردن از تلفن همراه را در مهارت‌های غیر کلامی مؤثر دانسته‌اند و کمترین نسبت یعنی ۱۱.۷ درصد یا ۴۵ نفر میزان تأثیر آن را خیلی کم ارزیابی کرده‌اند. سایر نسبت‌ها به دیگر گزینه‌ها اختصاص دارد. ۹- به عقیده شما استفاده از تلفن همراه در حالات چهره شما هنگام صحبت کردن تأثیر دارد. از ۳۸۴ نفر پاسخگو بیشترین نسبت یعنی ۵۵.۲ درصد یا ۲۱۲ نفر معتقدند که استفاده از تلفن همراه در حالات چهره به چهره آنها هنگام صحبت کردن تأثیر ندارد و کمترین نسبت یعنی ۴۴.۸ درصد یا ۱۷۲ نفر معتقدند که تأثیر دارد. ۱۰- به عقیده شما بین استفاده از تلفن همراه و حس‌هایی که بین ارتباط چهره به چهره به وجود می‌آید رابطه وجود دارد. از ۳۸۴ نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی ۷۵.۵ درصد یا ۲۹۰ نفر معتقدند بین استفاده از تلفن همراه و حس‌هایی که بین ارتباط چهره به چهره به وجود می‌آید رابطه وجود ندارد و کمترین نسبت یعنی ۲۴.۵ درصد یا ۹۴ نفر بر این باورند که بین این دو رابطه وجود دارد.

آزمون دوجمله‌ای

سطح معناداری	نسبت جامعه	نسبت مشاهده شده	فراوانی	طبقه بندی	گروه	به نظر شما افرادی که از مهارت های غیر کلامی استفاده می کنند بیشتر از تلفن همراه استفاده می کنند
.000(a)	.50	.40	153	بله	گروه 1	
		.60	231	خیر	گروه 2	
		1.00	384		جمع	

طبق آزمون دوجمله‌ای، با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا فرضیه تحقیق تأیید می‌شود. به عبارت دیگر استفاده از تلفن همراه موجب تضعیف مهارت‌های غیر کلامی در فرایند ارتباط چهره به چهره می‌شود.

فرضیه چهارم: بنظر میرسد میان استفاده از تلفن همراه و کاهش یا افزایش مهارت گوش دادن در فرد رابطه وجود دارد؟ ۱۱- به عقیده شما کسانی که به حرف‌های دیگران گوش می‌کنند بیشتر از تلفن همراه استفاده می‌کنند. از ۳۸۴ نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی ۶۱.۲ درصد یا ۲۳۵ نفر با این نظر مخالفند که کسانی که حرف‌های دیگران را گوش می‌کنند بیشتر از تلفن همراه استفاده می‌کنند و کمترین نسبت یعنی ۳۸.۸ درصد یا ۱۴۹ نفر با این نظر موافقت می‌کنند. ۱۲-

به عقیده شما استفاده از تلفن همراه تا چه میزان کمک می‌کند تا افراد صحبت‌های دیگران را به خاطر بسپارند. از ۳۸۴ نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی ۳۹.۶ درصد یا ۱۵۲ نفر بر این باورند که استفاده از تلفن همراه به میزان متوسط کمک می‌کند تا افراد صحبت‌های دیگران را به خاطر بسپارند و کمترین نسبت یعنی ۱.۳ درصد یا ۵ نفر معتقدند که استفاده از تلفن همراه به میزان زیادی کمک می‌کند تا افراد صحبت‌های دیگران را به خاطر بسپارند. سایر نسبت‌ها به دیگر گزینه‌ها اختصاص دارد. ۱۳- به عقیده شما بین استفاده از تلفن همراه و مهارت گوش دادن در فرد رابطه وجود دارد. ۳۸۴ نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی ۵۷.۶ درصد یا ۲۲۱ نفر معتقدند که بین استفاده از تلفن همراه و مهارت گوش دادن در فرد رابطه وجود ندارد و کمترین نسبت یعنی ۴۲.۴ درصد یا ۱۶۳ نفر معتقدند که به بین این دو رابطه وجود دارد.

آزمون دوجمله‌ای

طیفه بندی	فراوانی	نسبت مشاهده شده	نسبت جامعه	سطح معناداری
گروه ۱	بله	163	.42	.004(a)
گروه ۲	خیر	221	.58	
جمع		384	1.00	

به نظر شما بین استفاده از تلفن همراه و مهارت گوش دادن در فرد رابطه وجود دارد

طبق آزمون دوجمله‌ای، با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا فرضیه تحقیق تأیید می‌شود. به عبارت دیگر می‌توان گفت، استفاده از تلفن همراه موجب کاهش مهارت گوش دادن در فرد می‌شود.

فرضیه پنجم: بنظر می‌رسد میان استفاده از تلفن همراه و کاهش یا افزایش ارتباط فرد با جمع رابطه وجود دارد؟ ۱۴- به عقیده شما افرادی که از تلفن همراه استفاده نمی‌کنند در هنگام رو برو شدن با جمع دوستان و آشنایان دچار استرس می‌شوند. از ۳۸۴ نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی ۵۱.۳ درصد یا ۱۹۷ نفر با این نظر که افرادی که از تلفن همراه استفاده نمی‌کنند در هنگام روبرو شدن با جمع دوستان و آشنایان دچار استرس می‌شوند مخالفند و کمترین نسبت یعنی ۴۸.۷ درصد یا ۱۸۷ نفر با این نظر موافقت می‌کنند. ۱۵- به عقیده شما استفاده از تلفن همراه تا چه میزان افراد را علاقمند به سخنرانی در جمع‌های رسمی می‌کند. از ۳۸۴ نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی ۳۹.۳ درصد یا ۱۵۱ نفر بر این باورند که استفاده از تلفن همراه به میزان کمی افراد را به سخنرانی در جمع‌های رسمی علاقه مند می‌کند و کمترین نسبت یعنی ۱ درصد یا ۴ نفر معتقدند که استفاده از تلفن همراه به میزان خیلی زیاد افراد را به سخنرانی در جمع‌های رسمی علاقه مند می‌کند. سایر نسبت‌ها به دیگر گزینه‌ها اختصاص دارد. ۱۶- به عقیده شما بین میزان استفاده از تلفن همراه و نگرش مثبت و منفی در ارتباطات چهره به چهره به چه میزان است؟ از ۳۸۴ نفر پاسخگو، بیشترین نسبت یعنی ۳۶.۲ درصد یا ۱۳۹ نفر معتقدند بین میزان استفاده از تلفن همراه و نگرش مثبت و منفی در ارتباطات چهره به چهره به میزان متوسط رابطه وجود دارد و کمترین نسبت یعنی ۶.۳ درصد یا ۲۴ نفر معتقدند بین این دو رابطه خیلی کمی وجود دارد. سایر نسبت‌ها به دیگر گزینه‌ها اختصاص دارد.

آزمون دوجمله‌ای

طیفه بندی	فراوانی	نسبت مشاهده شده	نسبت جامعه	سطح معناداری
گروه ۱	بله	187	.49	.646(a)
گروه ۲	خیر	197	.51	
جمع		384	1.00	

به نظر شما میان استفاده از تلفن همراه و کاهش یا افزایش ارتباط فرد با جمع رابطه وجود دارد.

طبق آزمون دوجمله‌ای، با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا فرضیه تحقیق رد می‌شود. به عبارت دیگر بین استفاده از تلفن همراه و کاهش یا افزایش ارتباط فرد با جمع رابطه‌ای وجود ندارد.

جمع بندی:

جهت جمع آوری داد‌ها از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد با استفاده از پرسشنامه که حاوی ۱۶ سوال و بر گرفته از فرضیات تحقیق است. اطلاعات و داده‌های جمع آوری شد و نتایج بدست آمده در سطح توصیفی فراوانی، درصد، درصد خالص، درصد تجمعی و همچنین شاخصهای مرکزی شامل میانگین، میانه، نما، و نیز شاخصهای پراکندگی شامل انحراف معیار و دامنه تغییرات مورد بررسی قرار گرفته است. در سطح تبیین با استفاده از جداول یک بعدی و آزمون دوجمله‌ای مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد که:

- میان اعتماد بنفس در ارتباطات چهره به چهره و استفاده از تلفن همراه رابطه‌ای وجود ندارد.
 - استفاده از تلفن همراه موجب کاهش مهارت‌های کلامی در ارتباط چهره به چهره می‌شود.
 - استفاده از تلفن همراه موجب تضعیف مهارت‌های غیر کلامی در فرایند ارتباط چهره به چهره می‌شود
 - استفاده از تلفن همراه موجب کاهش مهارت گوش دادن در ارتباطات چهره به چهره فرد می‌شود
 - بین استفاده از تلفن همراه و کاهش یا افزایش ارتباط فرد با جمع رابطه‌ای وجود ندارد.
- با توجه به نتایج بدست آمده در مجموع استفاده از تلفن همراه بستگی به میزان اعتماد بنفس افراد و موجب کاهش مهارت‌های کلامی، غیر کلامی و گوش دادن در فرد میشود ولی به طور قطع نمی‌توان گفت ارتباط فرد با جمع را کم می‌کند.

منابع :

- تورلو، کریسپین، ارتباطات کامپیوتر - واسط (cmc): تعاملات اجتماعی و اینترنت، تالیف کریسپین تورلو، لورا لنگل، آلیس تومیک، ترجمه سروناز تربتی، تهران، انتشارات جامعه شناسان، ۱۳۸۹
- دادگران، محمد ۱۳۷۷، مبانی ارتباطات جمعی، تهران انتشارات فیروزه، چاپ دوم، ص ۳۰-۲۹
- دوران، بهزاد. ۱۳۸۱. تاثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی. پایان نامه دکتری دانشگاه تربیت مدرس.
- محسنیان راد، مهدی، ارتباط شناسی تهران، انتشارات سروش چاپ سوم ۱۳۷۸ ص ۴۸۷
- fortunati.L (2005). mobile Telephone and the presentation of self In mobile communication 203-218
- H. 2002. Towards a sociological Theory of the mobile phone. Geser
- <http://www.real.cim/realone/index.html>
- Meyrowitz, J. (1994) 'Medium Theory', in D. Crowley and D. Mitchell (eds) *Communication Theory Today*, pp. 50-77. Cambridge: Polity Press.
- morreale. sherwyn and H.spitzberg.2001. Human communication: motivation. Knowledge and skills. belmont. cA: wedsworth. Thomson learning Inc.
- Tubbs.stewart.L.and silvia mass. 2000. English ed. Human communicatin. Singapore : Mc Grow- Hill International
- (www.sagepub.co.uk)