





دانشگاه علامه طباطبائی  
دانشکده علوم اجتماعی  
گروه ارتباطات

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد  
رشته علوم ارتباطات اجتماعی  
گرایش روزنامه‌نگاری

## قابلیت‌ها و تهدیدات رسانه‌ای تلفن همراه و راهکارهای ارتقای قابلیت‌ها و مقابله با تهدیدات

استاد راهنما

سید رضا نقیب‌السادات

استاد مشاور

علی اصغر کیا

نگارش

حسینیه ارباب‌افضلی

بهمن‌ماه ۱۳۹۲

**پیشکش به:**

**صبر و بردباری نستوه پدر  
به مهر و دعای ناب مادر  
به دستان پرتلاش استاد  
و به نگاه امیدبخش دوستان**

## چکیده

این پژوهش با عنوان «قابلیت‌ها و تهدیدات رسانه‌ای تلفن همراه و ارائه راهکارهای ارتقای قابلیت‌ها و مقابله با تهدیدات» با هدف شناخت قابلیت‌ها و تهدیدات سیاسی، فرهنگی- اجتماعی و ارتباطی از نظر کاربران تلفن همراه و شناخت راهکارهای ارتقای قابلیت‌ها و مقابله با تهدیدات، با روش پیمایش در یک نمونه ۴۰۰ نفری انجام شد. براساس سؤالات پژوهش، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که استفاده کاربران از پیام کوتاه هم در ارسال و هم در دریافت پیام کوتاه «زیاد» است اما میزان مکالمه آن‌ها با تلفن همراه به لحاظ تعداد دفعات برقراری تماس با دیگران و دریافت تماس از دیگران «کم» است. همچنین میزان استفاده کاربران از همه امکانات فنی تلفن همراه متوسط رو به پایین است. اکثراً با قابلیت‌های سیاسی، تلفن همراه «مخالف» هستند و قابلیت‌های سیاسی مخصوصاً «کنترل اجتماعی سیاستمداران» (بیشترین نسبت ۶۷/۳ درصد «بینابین» و کمترین نسبت با ۳۲/۸ درصد «مخالف») را برای این رسانه متصور نمی‌دانند. اما در مورد «کارکرد افزایش مهارت سیاسی و حق دسترسی به اطلاعات»، بیشترین نسبت ۵۸/۳ درصد «موافق» و کمترین نسبت با ۴۱/۸ درصد «مخالف» با این کارکرد هستند. اما اکثر کاربران با قابلیت‌های فرهنگی- اجتماعی و ارتباطی «موافق» هستند به جز کارکرد «مذهبی و اعتقادی» که اکثر کاربران (۷۵/۵ درصد) «مخالف» با این کارکرد هستند. همچنین اکثراً با تهدیدات سیاسی، فرهنگی- اجتماعی و ارتباطی تلفن همراه «موافق» هستند و اکثر کاربران (۳۵ درصد) برای مقابله با تهدیدات این تکنولوژی راهکار «آموزش استفاده از تلفن همراه در مدارس و کتب درسی» و ۲۳ درصدشان «فرهنگ‌سازی برای استفاده درست از تلفن همراه از طریق تبلیغات عمومی و رسانه‌ها از سوی دولت» را پیشنهاد می‌دهند که این راهکارها در میان رویکردهای مدیریت و مقابله با تهدیدات رسانه‌ای، مصداق «رویکرد کارکردی مدیریت تهدیدات رسانه‌ای» است. همچنین براساس داده‌های توصیفی، اکثر کاربران (۲۲/۵ درصد) میزان تهدیدآفرینی تلفن همراه را «خیلی زیاد» و ۲۰/۵ درصد آن‌ها «زیاد» ارزیابی کرده‌اند که این داده‌ها می‌تواند مبنایی برای مطالعات بعدی پیرامون تلفن همراه قرار گیرد.

**واژگان کلیدی:** تلفن همراه، تهدیدات رسانه‌ای، کارکرد، کنزکارکرد

بر خود لازم می‌دانم در مراتب امتنان خود را از جناب آقای دکتر سیدرضا نقیب السادات  
در سمت استاد راهنما، جناب آقای دکتر علی اصغر کیا در سمت استاد مشاور و جناب آقای  
دکتر عباس اسدی که زحمت داوری و مطالعه این متن را متقبل شدند، اعلام دارم.

## فهرست مطالب

ب	چکیده.....
د	فهرست مطالب.....
ک	فهرست جداول.....
ن	فهرست نمودارها.....
۱	فصل اول: کلیات پژوهش.....
۲	الف)مقدمه.....
۲	۱- بیان مسئله و تعریف آن.....
۴	۲- ضرورت و اهمیت موضوع تحقیق.....
۴	۲-۱- ضرورت و اهمیت نظری یا علمی.....
۴	۲-۲- ضرورت و اهمیت عملی.....
۵	۳- تشریح فرآیند تاریخی موضوع تحقیق.....
۵	ب)اهداف.....
۷	فصل دوم: تدارک نظری پژوهش.....
۸	مقدمه.....
۹	۱-۲- تاریخچه.....
۹	۱-۱-۲- تاریخچه تلفن همراه در جهان.....
۹	۱-۲-۲- تاریخچه تلفن همراه در ایران.....
۱۱	۲-۲- جامعه شناسی تلفن همراه.....
۱۱	۱-۲-۲-۱- اداره و سازمان تلفن همراه.....
۱۱	۱-۲-۲-۱-۱- شرکت مخابرات ایران.....
۱۲	۱-۲-۲-۱-۲- اپراتورها.....

- الف) همراه اول..... ۱۲
- ب) ایرانسل..... ۱۵
- ج) رایتل..... ۱۶
- ۲-۲-۲- محتوای تلفن همراه..... ۱۷
- ۲-۲-۲-۱- اس ام اس SMS..... ۱۷
- الف) دلایل استفاده از پیام کوتاه..... ۲۰
- ب) ویژگیهای پیام کوتاه..... ۲۲
- ج) کارکرد پیام کوتاه در ایران..... ۲۴
- د) پیام کوتاه و جنسیت..... ۲۴
- نظریه تفاوت..... ۲۴
- نظریه خودافشاگری..... ۲۶
- نظریه تعادل..... ۲۶
- ۲-۲-۲-۲- ام ام اس (MMS)..... ۲۷
- ۲-۲-۲-۳- بلوتوث (Bluetooth)..... ۲۷
- ۲-۲-۲-۴- همگرایی تلفن همراه با دیگر فناوری های اطلاعاتی..... ۲۹
- ۲-۲-۲-۵- قابلیتها (کارکردها) و تهدیدات (کژکاردهای) تلفن همراه..... ۲۹
- نظریه ساختگرایی اجتماعی..... ۳۱
- نظریه کارکردگرایی..... ۳۳
- نظریه آپاراترئیست..... ۳۴
- ۲-۲-۲-۵-۱- کارکردهای تلفن همراه..... ۳۵
- ۲-۲-۲-۵-۱-۱- کارکردهای سیاسی..... ۳۷

۳۸	..... ۲-۱-۵-۲-۲-۲- کارکردهای فرهنگی - اجتماعی
۳۸	..... (۱) کارکرد تخلیه روانی
۴۰	..... (۲) ایجاد عرصه‌های برای هیجان جویی
۴۰	..... (۳) ایجاد امکانی برای بروز خلاقیت های فردی
۴۱	..... (۴) کارکرد تفریحی و سرگرمی
۴۳	..... (۵) کارکرد مذهبی و اعتقادی
۴۳	..... (۶) کارکرد علمی و آموزشی
۴۴	..... ۳-۱-۵-۲-۲-۲- کارکردهای ارتباطی
۴۴	..... (۱) اطلاع رسانی
۴۵	..... (۲) ایجاد ارتباط
۴۵	..... تئوری دل‌بستگی
۴۶	..... (۳) دسترسی دائمی به اطلاعات و تبادل آن
۴۶	..... (۴) ذخیره اطلاعات فردی
۴۷	..... (۵) ایجاد شبکه های اجتماعی مجازی
۴۷	..... نظریه عامل - شبکه
۴۸	..... (۶) ساخت پذیرش ها یا وجه نظر
۴۸	..... ۲-۵-۲-۲-۲- کژکارکردها یا تهدیدات تلفن همراه
۴۹	..... الف) تعریف تهدید
۵۱	..... ب) تهدید رسانه ای
۵۲	..... ج) منابع تهدید
۵۳	..... د) گونه شناسی تهدیدات



تهديدات سياسى	۵۴
تهديدات اجتماعى و فرهنگى	۵۵
۱-۲-۵-۲-۲-۲-کژکارکرد (تهديدات) سياسى	۵۶
۱) ساماندهى هيچانات اجتماعى (کژکارکرد موبایل برائى دولت ها)	۵۸
۲) شايعه پراکنى	۶۳
۳) تهيه عکس و فيلم از اتفاقات و حوادث سياسى	۶۴
۴) تسهيل سازماندهى فعاليت هاى خرابکارانه	۶۵
۲-۲-۵-۲-۲-کژکارکردهاى (تهديدات) فرهنگى - اجتماعى	۶۵
۱) گسترش و تعميق روابط با جنس مخالف	۶۵
۲) کاهش شرم و حياى اجتماعى	۶۶
۳) ايجاد حاشيه امن برائى کجروان	۶۷
۴) افزايش مصرف تظاهرى	۶۸
۵) تغيير ادبيات شفاهى و مکتوب زبان فارسى	۶۸
۳-۲-۵-۲-۲-کژکارکردهاى ارتباطى	۶۹
۱) نارسايى در ارتباطات	۶۹
۲) ايجاد شبکه ارتباطى نامرئى	۷۰
۳) ايجاد مزاحمت برائى کاربران بوسيله پيام هاى کوتاه تبليغى و زنجيره اى	۷۰
۴) اعتياد موبايلى	۷۰
تکنوپولى؛ تسليم فرهنگ به تکنولوژى	۷۱
نظريه سرعت و ارتباطات	۷۵
۶-۲-۲-۲-راهکارهاى ارتقاى قابليت ها و مقابله با تهديدات	۷۶

- ۱-۶-۲-۲-۲ رویکردهای مدیریت تهدیدات رسانه ای ..... ۷۷
- الف- مدیریت تهدیدات رسانه ای به مثابه مدیریت عمومی ..... ۷۷
- ب- مدیریت تهدیدات رسانه ای به مثابه کارکردی ..... ۷۷
- (۱) سواد رسانه ای ..... ۷۷
- (۲) فرهنگ سازی ..... ۸۰
- ج- مدیریت تهدیدات رسانه ای به مثابه تهاجمی ..... ۸۱
- د- مدیریت تهدیدات رسانه ای به مثابه تدافعی ..... ۸۱
- ه- مدیریت تهدیدات رسانه ای به صورت ترکیبی ..... ۸۲
- ۳-۲-۲- کاربران (مخاطبان) تلفن همراه ..... ۸۲
- ۱-۳-۲-۲- تلفن همراه و زنان ..... ۸۲
- ۲-۳-۲-۲- موبایل، جوانان و نوجوان ..... ۸۳
- نظریه استفاده و رضامندی ..... ۸۵
- ۴-۲-۲- آثار اجتماعی تلفن همراه ..... ۸۶
- موسیولوژی Mociology ..... ۸۷
- ۱-۴-۲-۲- تلفن همراه و نهاد خانواده ..... ۹۰
- ۲-۴-۲-۲- تلفن همراه و اشتغال ..... ۹۱
- ۳-۴-۲-۲- تلفن همراه و سیاست ..... ۹۲
- ۴-۴-۲-۲- تلفن همراه و بازتعریف مرز بین حوزه خصوصی و عمومی ..... ۹۳
- ۵-۴-۲-۲- تلفن همراه و سیال شدن روابط اجتماعی ..... ۹۴
- نظریه هماهنگی های سطح خرد ..... ۹۵
- ۶-۴-۳-۲- تلفن همراه و تغییر روابط اجتماعی ..... ۹۵

۹۷	۷-۴-۲-تلفن همراه و مفاهیم اجتماعی شدن و هنجارها
۹۸	۳-۲- پژوهشهای پیشین
۹۸	۱-۳-۲- پژوهشهای خارجی
۹۹	۲-۳-۲- پژوهشهای داخلی
۱۰۲	۴-۲- چارچوب نظری
۱۱۵	۵-۲- فرموله کردن
۱۲۲	فصل سوم: روش شناسی پژوهش
۱۲۳	۱-۳- شمای تحقیق
۱۲۳	۲-۳- بیان سؤاها و فرضیه های تحقیق
۱۲۵	۳-۳- تعاریف نظری و عملی متغیرهای پژوهش
۱۳۱	۴-۳- روش تحقیق
۱۳۲	۵-۳- تکنیک تحقیق
۱۳۲	۶-۳- جامعه آماری
۱۳۲	۷-۳- برآورد حجم نمونه
۱۳۲	۸-۳- روش نمونه گیری
۱۳۳	۹-۳- رویه جمع آوری اطلاعات
۱۳۳	۱۰-۳- سطح تجزیه و تحلیل اطلاعات
۱۳۳	۱۱-۳- تکنیک های آماری مورد استفاده در توصیف و تحلیل اطلاعات
۱۳۳	۱۲-۳- روایی ابزار تحقیق
۱۳۴	۱۳-۳- پایایی ابزار تحقیق
۱۳۵	فصل چهارم: بررسی یافته ها
۱۳۶	۱-۴- توصیف یافته ها
۱۵۹	۲-۴- تحلیل یافته ها
۱۸۴	فصل پنجم: جمع بندی، نتیجه گیری و پیشنهادات
۱۸۳	۱-۵- جمع بندی

- ۱-۱-۵- توصیف یافته ها..... ۱۸۳
- ۱-۲-۵- تحلیل یافته ها..... ۱۸۷
- ۲-۵- نتیجه گیری..... ۱۹۰
- ۳-۵- پیشنهادات..... ۱۹۵
- منابع و مآخذ..... ۱۹۷
- پیوست‌ها

# فصل اول

## کلیات پژوهش

## الف) مقدمه

### ۱- بیان مسئله و تعریف آن

در عصری که انواع رسانه‌ها احاطه خود را بر سراسر عالم گسترده‌اند، نقش شگفت‌انگیز رسانه‌های نوین در تحولات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و حتی امنیتی انکارناپذیر است. یکی از این رسانه‌های نوین که امروزه توسط بسیاری از افراد در سراسر جهان مورد استفاده قرار می‌گیرد موبایل است که هر روز بیشتر و بیشتر به مدل‌ها و قابلیت‌های آن افزوده می‌شود. تلفن همراه به عنوان وسیله‌ای ارتباطی پا به عرصه وجود گذاشته اما به تدریج ظرفیت‌ها و قابلیت‌های رو به توسعه آن، کاربری این ابزار ارتباطی را در حد یک رسانه یا حتی «چندرسانه» (Multi Media) ارتقا داده است.

صنعت ارتباطات از راه دور به منزله سازوکار ارتباطی هم‌زمان که موجب کاهش اطلاعات نامتقارن و ارتباطات خطی شده است، تحولی عظیم در توسعه ارتباطات فرهنگی، گسترش روابط فرامحلی بازار و رشد اقتصادی و در عین حال تغییر در نظام حکمرانی در جهان مدرن محسوب می‌شود. سؤال از تعامل فرد، فردیت، فرهنگ و تلفن همراه به طور حتم «سؤال چند رشته‌ای» است. سؤال از رابطه تلفن همراه، فردیت و تغییر در مفهوم جامعه مستلزم توجه به جنبه‌های کارکردی، کاربردی و در عین حال ابعاد هویتی و رفتاری تلفن همراه است. همچنین سؤال از جایگاه فرد ابزارمند شده به «صنعت ارتباطی همه جا حاضر» در شهر و فضای زندگی و همچنین جایگاه تلفن همراه در نظام یادگیری و نظام شبکه‌ای زندگی جدید، نمونه‌هایی از سؤال‌های بین‌رشته‌ای است که در مورد تلفن همراه و فرد، جامعه و فرهنگ طرح شدنی است. (عاملی، ۱۳۸۷: ۴-۳)

با این وصف با ورود این تکنولوژی به عرصه وسایل ارتباطی ما شاهد نقش‌آفرینی این رسانه در جنبه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی هستیم و از آنجایی که هر رسانه قابلیت ایجاد تغییر در ساختارهای سیاسی، فرهنگی و اجتماعی را دارد این قابلیت برای رسانه موبایل به خصوص به دلیل فراگیری آن نیز متصور است. اگر در موردی و یا زمینه‌ای راه را برای صنعت و تکنولوژی باز گشودیم، باید تمام تبعات آن را بپذیریم. زیرا هر چه را که در توان و بالقوه داراست و بدان منظور فراهم آمده است به انجام خواهد رساند. تنها وظیفه‌ای که ما عهده‌دار آن هستیم در این خلاصه می‌شود که این کاربرد و هدف و وظیفه تکنولوژی را بشناسیم.

بر این اساس، این پژوهش با عنوان «قابلیت‌ها و تهدیدات رسانه‌ای تلفن همراه، و ارائه راهکارهایی جهت ارتقای قابلیت‌ها و مقابله با تهدیدات» به مطالعه قابلیت‌ها و تهدیدات سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و رسانه‌ای تلفن همراه به عنوان یک رسانه می‌پردازد. منظور از قابلیت‌ها، مزایای این فناوری یا کارکردهای مثبت تلفن همراه در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و رسانه‌ای است و منظور از تهدیدات، کارکردهای منفی این رسانه در عرصه‌های یاد شده است.

انگیزه‌ای که باعث شکل‌گیری این موضوع شده است، حضور بی‌سابقه موبایل در عرصه‌های مختلف زندگی روزمره انسان‌هاست و از آنجا که تمام فناوری‌ها دارای پیامدهای مطلوب و نامطلوب هستند و تلفن همراه نیز به عنوان یک فناوری و نوآوری جدید از این قاعده مستثنی نیست، لذا مطالعه این پیامدها در هر جامعه‌ای می‌تواند در رشد اثرات مطلوب و کاهش اثرات نامطلوب این فناوری مؤثر باشد. به نظر راجرز و شومیکر، هر نوآوری دارای چند نوع پیامد است: پیامدهای کارکردی و غیرکارکردی، پیامدهای مستقیم و غیرمستقیم و پیامدهای آشکار و پنهان. به نظر آن‌ها پیامدهای کارکردی اثرات مطلوب و پیامدهای غیرکارکردی اثرات نامطلوب یک نوآوری در نظام اجتماعی می‌باشند. میزان مطلوب و یا نامطلوب بودن نوآوری در نهایت به چگونگی اثرگذاری نوآوری بر اعضای نظام بستگی دارد. (راجرز و شومیکر، ۱۳۶۹: ۳۴۷)

بنابراین سؤال اصلی در این پژوهش این است که میزان قابلیت‌ها و تهدیدات سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و رسانه‌ای تلفن همراه چقدر است؟ و راهکارهای مناسب جهت ارتقای قابلیت‌ها و مقابله با تهدیدات آن کدام‌اند؟ متغیرهای مستقل این پژوهش «قابلیت‌ها و تهدیدات سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و ارتباطی تلفن همراه» و متغیر وابسته «راهکارهای ارتقای قابلیت‌ها و مقابله با تهدیدات» است. متغیرها مفاهیم اساسی این پژوهش نیز عبارتند از:

«میزان مکالمه کاربران با تلفن همراه نزد کاربران»، «میزان استفاده کاربران از سامانه پیام کوتاه نزد کاربران»، «میزان استفاده کاربران از امکانات فنی تلفن همراه نزد کاربران»، «کارکردهای سیاسی تلفن همراه از نظر کاربران»، «کژکارکردهای سیاسی تلفن همراه از نظر کاربران»، «کارکردهای فرهنگی - اجتماعی تلفن همراه از نظر کاربران»، «کژکارکردهای فرهنگی - اجتماعی تلفن همراه از نظر کاربران»، «کارکردهای ارتباطی تلفن همراه از نظر کاربران»، «کژکارکردهای ارتباطی تلفن همراه از نظر کاربران»، «راهکارهای ارتقای قابلیت‌ها و مقابله با تهدیدات سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و ارتباطی تلفن همراه از نظر کاربران»، «میزان قابلیت‌های سیاسی تلفن همراه از نظر متخصصان»، «میزان تهدیدات سیاسی تلفن

همراه از نظر متخصصان»، «میزان قابلیت‌های فرهنگی - اجتماعی تلفن همراه از نظر متخصصان»، «میزان تهدیدات فرهنگی - اجتماعی تلفن همراه از نظر متخصصان»، «میزان قابلیت‌های ارتباطی تلفن همراه از نظر متخصصان»، «میزان تهدیدات ارتباطی تلفن همراه از نظر متخصصان»، «راهکارهای ارتقای قابلیت‌ها و مقابله با تهدیدات سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و ارتباطی تلفن همراه از نظر متخصصان»، و «ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان».

## ۲- ضرورت و اهمیت موضوع تحقیق

### ۲-۱- ضرورت و اهمیت نظری یا علمی

با توجه به اینکه امروزه تلفن همراه در مقایسه با رایانه‌ها و فناوری‌های اینترنتی، توسط اقشار بیشتری از مردم در سراسر دنیا مورد استفاده قرار می‌گیرد و به همین نسبت تأثیر عمیق‌تری در زندگی اجتماعی، سبک زندگی و رفتار مصرفی مردم برجای می‌گذارد و تمایل عمومی برای هزینه کردن منظم و ماهانه در ارتباط با موبایل بیش از اینترنت بوده، اما با این وجود حجم کلی مطالعات و بررسی‌های اجتماعی در زمینه موبایل - در مقایسه با مطالعات انجام شده پیرامون اینترنت - هنوز حجم کوچکی را تشکیل می‌دهد و در ایران نیز تعداد اینگونه تحقیقات بسیار اندک است. (موسوی، ۱۳۸۹: ۸) از طرفی روند تحولات رسانه‌ای و دو فضای شدن جهان، ضرورت تحول معرفتی در فهم مقوله‌های اجتماعی را ضرورت می‌بخشد (عاملی، ۱۳۸۴: ۶ به نقل از عبداللهیان، ۱۳۸۴).

موضوعاتی مانند «ارتباط در حرکت»، «دسترسی دایمی انسان‌ها به یکدیگر»، «تداخل عرصه‌های عمومی و خصوصی» و ... نه تنها چشم‌اندازهای تکنولوژیک، بلکه چشم‌اندازهای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و ارتباطی را نیز در آینده رقم خواهند زد. (موسوی، ۱۳۸۹: ۸) بنابراین ضروری به نظر می‌رسد تا قابلیت‌ها و تهدیدات سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و رسانه‌ای را که برای رسانه موبایل متصور است، شناسایی کرده و راهکارهای مقتضی را برای ارتقای قابلیت‌ها و مقابله با تهدیدات این رسانه ارائه نماییم و همچنین به پیشبرد مطالعات در این زمینه در علم ارتباطات کمک کنیم.

### ۲-۲- ضرورت و اهمیت عملی

از آنجایی که جامعه، بستری برای رشد و تکامل افراد و ادامه حیات است؛ هر پدیده‌ای که در آن شکل بگیرد و رشد کند به مسئله‌ای تبدیل می‌شود که مطالعه همه جوانب آن برای جامعه ضروری است تا از این طریق عوامل مؤثر بر رشد و بالندگی جامعه توسط آن پدیده تبلیغ و ترویج شوند و همچنین از



پیامدهای منفی آن برای جلوگیری از ایجاد بحران و آسیب در جامعه، جلوگیری شود. با توجه به فراگیری رسانه موبایل و استفاده اکثر افراد جامعه از آن، انجام چنین تحقیقاتی در جامعه ایران ضروری به نظر می‌رسد و می‌تواند در زمینه سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های کلان کشور مورد استفاده قرار بگیرد و به ایجاد شرایط مساعد برای ایمن‌سازی مخاطبان در رده‌های سنی مختلف و استفاده درست از این فناوری، کمک کند. شناخت قابلیت‌ها و تهدیدات رسانه موبایل می‌تواند به مسئولان در راستای اشاعه فرهنگ درست و مفید برای مردم و نظام اجتماعی کمک کند. (وثوقی و نیک‌خلق، ۱۳۸۱: ۳۱) از جمله سازمان‌هایی که مخاطب این پژوهش هستند؛ می‌توان به وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و شرکت مخابرات ایران اشاره کرد.

### ۳- تشریح فرآیند تاریخی موضوع تحقیق

در ایران، در زمینه تلفن همراه پژوهش‌هایی صورت گرفته که برخی در قالب پایان‌نامه‌ها و برخی نیز در قالب کتاب و مقاله منتشر شده‌اند و تمامی این تحقیقات هر کدام به جنبه‌ای از تلفن همراه پرداخته‌اند و راهکارهایی نیز ارائه داده‌اند. اما پژوهشی با عنوان «قابلیت‌ها و تهدیدات رسانه‌ای تلفن همراه و ارائه راهکارهای ارتقای قابلیت‌ها و مقابله با تهدیدات» صورت نگرفته است. از آنجایی که قابلیت‌ها و کارکردهای تلفن همراه روز به روز بیشتر می‌شود و سهم آن در تغییرات کلان جامعه نیز بیشتر می‌شود لذا انجام تحقیقات به موازات تغییرات ضروری است. بنابراین وجه نوآورانه پژوهش حاضر پرداختن به قابلیت‌های این فناوری با توجه به بافت جامعه ایران در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و ارتباطی و همچنین شناخت تهدیداتی است که از طریق موبایل در عرصه‌های فوق وجود دارد و درصدد هستیم تا ابعاد گوناگون این قابلیت‌ها و تهدیدات را به دقت مورد بررسی قرار دهیم و راهکارهایی را معطوف به این رسانه ارائه دهیم.

### ب) اهداف

**هدف اصلی:** شناخت قابلیت‌ها و تهدیدات سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و ارتباطی تلفن همراه و شناخت راهکارهایی جهت ارتقای قابلیت‌ها و مقابله با تهدیدات آن

**اهداف فرعی:**

**اهداف یک متغیری:**

- شناخت میزان استفاده کاربران از تلفن همراه

- شناخت میزان استفاده کاربران از امکانات فنی تلفن همراه
- شناخت کارکردهای (قابلیت‌های) سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و ارتباطی تلفن همراه از نظر کاربران
- شناخت کژکارکردهای (تهدیدات) سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و ارتباطی تلفن همراه از نظر کاربران
- شناخت راهکارهای ارتقای قابلیت‌ها و مقابله با تهدیدات سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و رسانه‌ای تلفن همراه از نظر کاربران
- شناخت ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان

#### اهداف دو متغیری:

- شناخت رابطه میان ویژگی‌های فردی پاسخگویان و راهکارهای ارتقای قابلیت‌ها و مقابله با تهدیدات تلفن همراه.
- شناخت رابطه میان ویژگی‌های فردی پاسخگویان و میزان تهدیدآفرینی تلفن همراه.
- شناخت رابطه میان قابلیت‌های تلفن همراه از نظر کاربران و راهکارهای ارتقای قابلیت‌ها و مقابله با تهدیدات تلفن همراه.
- شناخت رابطه میان تهدیدات تلفن همراه از نظر کاربران و راهکارهای ارتقای قابلیت‌ها و مقابله با تهدیدات تلفن همراه.

# **فصل دوم:**

## **مروری بر ادبیات تحقیق**

## مقدمه

در این فصل از پژوهش که مروری بر ادبیات تحقیق می‌باشد ابتدا به ذکر تاریخچه تلفن همراه می‌پردازیم و سپس براساس منطق جامعه‌شناسی وسایل ارتباطی هارولد لاسول، و الگوبرداری از منطق رساله دکتری ارتباطات سیدرضا نقیب‌السادات، تلفن همراه را در چهار بخش «اداره و سازمان»، «محتوا»، «مخاطبان» و «آثار اجتماعی» مورد مطالعه قرار می‌دهیم. در قسمت اول یعنی بخش اداره و سازمان، مطالبی در مورد شیوه اداره یا مدیریت تلفن همراه و ارگان‌های مربوطه مطرح می‌شود. در قسمت بعد که بخش محتوای تلفن همراه است مباحثی مانند امکانات فنی و شیوه‌های پیام‌رسانی و همچنین کارکردها و کژکارکردهای تلفن همراه بیان می‌شود. در قسمت سوم ویژگی‌های کاربران تلفن همراه و در بخش چهارم نیز آثار اجتماعی تلفن همراه در ابعاد مختلف جامعه مورد بحث قرار می‌گیرد. بعد از آن نیز به پژوهش‌های پیشین در زمینه تلفن همراه اشاره می‌کنیم و در ادامه این فصل چارچوب نظری، فرموله کردن و مدل تحقیق را ارائه می‌کنیم.