

بررسی تأثیر دو عامل حذف ارتباطات غیرکلامی و ارسال در لحظه پیام، بر فرایند انتقال پیام در پیام‌رسان‌های موبایلی

سید مهدی شریفی* ، محمدمهدی فرجیان**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۲/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۷/۲۷

چکیده

حدوداً ۶۵ تا ۹۰ درصد از فرایند ارتباطات از طریق ارتباطات غیرکلامی انجام می‌شود. این ظرفیت در ارتباطات انسانی از طریق رسانه‌های اجتماعی به‌طورکلی حذف شده است و فرایند ارتباطات با ظرفیت حدوداً ۳۰ درصدی انجام می‌شود. از سوی دیگر تا پیش از پیدایی پیام‌رسان‌های موبایلی و سرویس پیامک، پیام‌های مکتوب چه در قالب نامه یا کتاب، در لحظه نوشته نمی‌شد بلکه جوانب پیام بیشتر بررسی می‌شد. حال آنکه در پیام‌رسان‌های موبایلی فرایند ارتباط، در لحظه و با ظرفیت محدود زمانی شکل می‌گیرد. این امر باعث تجربه کژتابی‌های متعدد پیام‌های ارسالی توسط مخاطبان شده است. در این پژوهش که به روش پیمایشی انجام شده به روش نمونه‌گیری تصادفی از ۳۵۵ نفر نظرسنجی انجام شده و تجربیات آن‌ها در خصوص کژتابی پیام به‌وسیله پیام‌رسان‌های موبایلی مورد بررسی قرار گرفته و در نهایت با استفاده از آزمون t و به کمک نرم‌افزار *SPSS* ارتباط این تجربیات با نبود زبان بدن در این فرایند مورد بررسی قرار گرفته است. نتیجه پژوهش در پیام‌رسان‌های موبایلی، تأثیر معنی‌دار حذف زبان بدن و گفتگوی در لحظه متنی بر اختلالات و کژتابی‌های پیام در این رسانه‌ها را نشان می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: پیام‌رسان‌های موبایلی، زبان بدن، فرایند ارتباط

مقدمه

مرور تاریخ تحولات فناوری‌های مختلف طی دوره‌های اخیر نشان می‌دهد که ورود هر فناوری جدید، بحث‌و جدل‌هایی را به همراه داشته است. پژوهشگران خانواده نیز معمولاً به این مباحث بی‌توجه نبوده و تأثیرات نوآوری‌های فناورانه بر ابعاد مختلف خانواده یکی از حوزه‌های مطالعاتی موردعلاقه و توجه آن‌ها بوده است (جنادله، ۱۳۹۷: ۲). بعد از انقلاب ارتباطات و اطلاعات و ظهور رسانه‌های نوین، انحصار رسانه‌های جریان اصلی از دست رفت و مردم با ابزارهای بسیار متنوع‌تری روبه‌رو شدند (باستانی، ۱۳۹۷: ۱). این تجربه به تواتر در میان مردم دیده می‌شود که در اجتماعات خانوادگی سال‌ها ارتباطات مستدامی برقرار بوده است لیکن پس از پیدایی شبکه‌های اجتماعی و شکل‌گیری گروه‌های خانوادگی مجازی و در جریان مراودات در این گروه‌ها دلخوری‌های فراوانی اتفاق می‌افتد که منجر به ترک گروه و حتی تسری این دلخوری به فضای حقیقی می‌شود.

طرح بحث‌هایی که به‌صورت معمول در گروه‌های دوستانه با مشکل کمتری انجام می‌شده، اینک و در بستر مکتوب، گفتگوهای اینترنتی با مشکلات و اختلاف‌نظرهای فراوانی مواجه است. به نظر می‌رسد ظهور پیام‌رسان‌های موبایلی در بروز این پدیده نقش جدی‌ای دارد. این مقاله بر آن است تا با توجه به عوامل شکل‌دهنده فرایند ارتباط و تغییراتی که با بروز پیام‌رسان‌های موبایلی در این عوامل اتفاق افتاده، علت برخی کژتابی‌ها در فرایند ارتباط به‌وسیله پیام‌رسان‌های موبایلی را ریشه‌یابی کند. با توجه به سهم بالای زبان بدن (میزان آن در بررسی ادبیات آمده است) در شکل‌گیری فرایند ارتباط، به نظر می‌رسد حذف کلی آن در فرایند ارتباط از طریق پیام‌رسان‌های موبایلی، سهمی جدی در شکل‌گیری این کژتابی‌ها دارد. به‌گونه‌ای که بعضاً دیده می‌شود یک پیام ساده که در عالم واقع و به‌طور معمول ممکن است هیچ برداشت منفی‌ای در پی

نداشته باشد، وقتی از طریق پیام‌رسان موبایلی منتقل می‌شود، سرمنشأ بسیاری از مشکلات خانوادگی و اختلافات در روابط دوستانه می‌گردد.

طبیعتاً مسائل ذکر شده در ارتباطات تصویری به حداقل می‌رسد، اما اشاره اصلی این پژوهش گفتگوها و ارتباطات در گروه‌های خانوادگی است که در پیام‌رسان‌های مختلف تشکیل می‌شود و عمدتاً به صورت متنی و با ارسال در لحظه انجام می‌شود. این پژوهش با بررسی ادبیات موضوعی فرایند ارتباط و عوامل مؤثر در آن، یک‌به‌یک به اهمیت هر یک از عوامل پرداخته و سپس با استفاده از روش پیمایشی بر آن است تا به صورت میدانی تأثیر وجود یا نبود این عوامل در فرایند جدید شکل‌گیری پیام را مورد بررسی قرار دهد و در نهایت با محاسبه ضریب همبستگی، میزان و شدت ارتباط هر یک از عوامل با بروز اختلالات ارتباطی را بررسی نماید.

برای اشراف کامل بر مبانی نظری موضوع پژوهش ابتدا لازم است در خصوص فرایند انتقال پیام و انواع اختلالات مرسوم در این فرایند مذاقه لازم صورت گیرد و انواع آن بررسی شود. سپس به مبحث ارتباطات غیرکلامی پرداخته می‌شود و نگاه اندیشمندان به این مقوله بررسی خواهد شد. در ادامه پیام‌رسان‌های موبایلی از حیث تاریخچه، انواع، کارکرد و فراگیری مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند. نگارندگان در حوزه تأثیر حذف ارتباطات غیرکلامی در پیام‌رسان‌های موبایلی، به پیشینه پژوهشی قابل‌اعتنایی دستیابی پیدا نکرده‌اند، اما برخی از موارد نسبتاً نزدیک به موضوع در ادامه تشریح شده‌اند.

مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

ارتباط و ارتباطات غیرکلامی

ابتدا لازم است تعریف مناسبی از ارتباط داشته باشیم. ارتباط عبارت است از جستجو برای دست یافتن به کلیه وسایل و امکانات موجود برای ترغیب و اقناع دیگران. در

فراگرد ارتباط به‌طورکلی ما می‌خواهیم با گیرنده پیام خود در یک مورد و مسئله معین همانندی یا اشتراک فکر ایجاد کنیم (محسنیان راد، ۱۳۶۹: ۴۳). مدل‌های ارتباطی زیادی توسط اندیشمندان حوزه ارتباطات ارائه شده است. اولین مدل ارتباطی متناسب با پیچیدگی‌های زمان خود، مدل هارولد لاسول^۱ بود که در آغاز قرن بیستم ارائه شد. او مدل خود را در قالب پنج سؤال اساسی بدین شرح مطرح کرد: چه کسی می‌گوید؟ چه می‌گوید؟ در چه کانالی؟ به چه کسی؟ با چه تأثیری؟ بعدها کلود شنن^۲ و وارن ویور^۳ عنصر پارازیت را نیز به آن افزودند (دادگران، ۱۳۷۴: ۳۸). بعدها دیوید برلو بر مهارت‌های ارتباطی، نگرش، دانش، سیستم‌های اجتماعی و فرهنگ برای عناصر فرستنده و گیرنده بیشتر تمرکز کرد و آن را در چگونگی انتقال پیام مؤثر دانست. همچنین برای کانال‌های ارتباطی ابزارهای شنیدن، دیدن، لمس کردن، بوییدن و چشیدن را برشمرد (محسنیان راد، ۱۳۶۹: ۳۹۴).

مطالعات شناختی در یک نقطه اجماع دارند که انسان‌ها یکدیگر را بر اساس اولین دیدار و با استفاده از دریافت‌های ساده‌ای مانند ظاهر فیزیکی یا علائم بصری قضاوت می‌کنند. به‌طورکلی انسان‌ها مایل‌اند وضعیت احساسی طرف مقابل را ارزیابی کنند حال از طریق حالات بدن، یا از طریق کلام و یا حتی از روی تن صدا (Maurer, 2016: 1800). ارتباطات غیرکلامی اجتناب‌ناپذیر است. تعدادی از پژوهشگران به این مدل ارتباط صدای بدن نیز می‌گویند که حدود ۶۵ درصد از انتقال پیام در ارتباط را در برمی‌گیرد در مقایسه با ارتباط کلامی که حدود ۳۵ درصد را در بردارد (Gheorghita, 2012: 552). علی‌اکبر فرهنگی نیز به روایت یکی از پیشتازان مطالعات غیرکلامی، ببردوسیل، این معنا را تأیید می‌کند که حدود ۶۵ درصد معانی در یک فراگرد ارتباطی به‌صورت غیرکلامی به دیگران منتقل می‌شود. همچنین بیان می‌دارد که بر پایه تحقیقات

-
1. Laswel
 2. Claude Shannon
 3. Warren Weaver

بررسی تأثیر دو عامل حذف ارتباطات غیرکلامی و ... ۶۵

دانشمند دیگری در این عرصه، آلبرت مهربیان حدود ۹۳٪ پیام‌ها به صورت غیرکلامی ارسال می‌گردد و به طور کلی می‌توان گفت چیزی حدود ۶۵ الی ۹۰ درصد پیام‌ها از طریق ارتباطات غیرکلامی تفسیر می‌شوند. از این رو برای ارتباطات غیرکلامی در کل فراگرد ارتباطات اعتبار بالایی قائل می‌شوند (فرهنگی، ۱۳۷۵: ۲۳۰-۲۷۲).

همچنین اثبات شده که یک ارتباط غیرکلامی موفق، تعیین‌کننده توسعه فرایند ارتباط است و به نوعی مشخص می‌کند که آیا آن فرایند ارتباطی ادامه خواهد یافت یا نه (Lekhanova, 2016: 505). ساختار ارتباطات غیرکلامی با یک سری کدها و علامات شناخته می‌شود که به صورت ترکیبی همه پیام را از طریق کانال‌های ارتباطی مختلف، از منبع به گیرنده منتقل می‌کند (Gheorghita, 2012: 552). پیام کلامی تا زمانی که با چیز دیگری تفسیر نشود، بدون معناست (Knapp, 2014).

شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های موبایلی

رسانه‌های اجتماعی، گونه‌ای از رسانه‌ها هستند که بعد از رسانه‌های جمعی ظهور یافته‌اند و امکان تعامل میان تولیدکننده پیام و دریافت‌کننده آن را فراهم می‌آورند. بدین معنا که در این رسانه‌ها، مخاطب و یا گیرنده پیام منفعل نیست و به تعامل پویا و فعالانه با پیام، فرستنده، فرایند ارسال و دریافت و بستر ارائه پیام می‌پردازد و امکان ایجاد تغییرات در پیام ارسالی و بازنشر آن را دارد که به افراد دیگر پیامی ترکیب شده با اندیشه‌ها و آموزه‌های فکری خود را بازنشر دهد. وجه مشترک گونه‌های متعدد رسانه‌های اجتماعی، مخاطب محور بودن آن‌ها و تولید محتوا توسط افراد استفاده‌کننده است (اکبری تبار و اسکندری پور، ۱۳۹۲: ۸).

شبکه‌های اجتماعی مجازی گونه‌ای از رسانه‌های اجتماعی هستند که بیشترین شباهت را به جامعه انسانی داشته و به فرد امکان برقراری ارتباط با شمار فراوانی از افراد دیگر، فارغ از محدودیت زمانی، مکانی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی را می‌دهند.

کاپلان^۱ و هاینلین^۲ (۲۰۱۲) رسانه اجتماعی را «مجموعه‌ای از برنامه‌های کاربردی اینترنت محور» معرفی می‌کنند که «بر اساس مبانی ایدئولوژیک و فنی مفهوم وب ۲ ایجاد شده‌اند و درعین حال، امکان خلق و تبادل محتوا توسط کاربران را فراهم می‌آورند» (خوش‌هیگل و نظافتی، ۱۳۹۳: ۶۱۴).

وب ۲ به آن دسته از فن‌آوری‌هایی اطلاق می‌شود که امکان مشارکت کاربر در تولید محتوا و به اشتراک‌گذاری اطلاعات شامل متن، عکس، فیلم، لینک، فایل و هرگونه داده دیگر را فراهم می‌آورند. فن‌آوری‌های وب ۲ امکان تعامل گسترده میان کاربران اینترنت و تبادل سریع و گسترده اطلاعات میان آن‌ها را فراهم می‌آورند. شبکه‌های اجتماعی، بخشی از فن‌آوری‌های وب ۲ هستند که درون آن‌ها، تعاملات کاربران و امکان ایجاد حلقه‌های دوستی، گروه‌های رأی‌دهی، ارتباطات افقی و سفارشی شدن صفحات وب فراهم می‌شود. (ساعدی، ۱۳۹۲: ۱۲۰)

ایرانیان از اولین سال‌های ایجاد موج شبکه‌سازی یعنی رشد سرسام‌آور وب‌نوشت‌ها، در این زمینه پیشتاز بوده‌اند. آماری که مرکز آمار از وضعیت فرهنگی رفتاری خانوارهای ایرانی در سال ۱۳۹۶ منتشر کرده نشان می‌دهد که ۴۷ درصد از افراد ۱۵ ساله و بیشتر در شبکه‌های اجتماعی عضو بوده‌اند و ۵۳ درصد نیز در این شبکه‌ها عضویتی ندارند (سایت تحلیلی فناوری اطلاعات و ارتباطات، ۱۳۹۷). یکی از اولین شبکه‌های موبایلی که به صورت اقتصادی توسعه پیدا کرد، لاوگتی^۳ در ژاپن بود. لاوگتی یک دستگاه مبتنی بر هر فرد بود که در یک شبکه از افراد، سازمان‌دهی شده بود به گونه‌ای که افرادی که در این شبکه قرار داشتند با نزدیک شدن به هم، دستگاه در اختیارشان شروع به زنگ زدن می‌کرد و چراغ آن چشمک می‌زد. این دستگاه‌ها در دو دسته «دختران صورتی» و «پسران آبی» بود که در سه حالت مختلف آمادگی فرد را برای گفتگو و یا دوستی نشان می‌داد (Humphreys, 2013: 20).

1. Andreas Kaplan
2. Michael Haenlein
3. Lovegety

اولین سایتی که آن را می‌توان با عنوان یک شبکه اجتماعی شناخت در سال ۱۹۷۷ راه‌اندازی شد. این سایت که سیکس‌دگری^۱ نامیده می‌شد به کاربران خود امکان می‌داد تا پروفایل ایجاد کرده و فهرست دوستان خویش را درست کنند. از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۱، تعدادی از ابزارهای اجتماعی حمایت را از ترکیب ایجاد پروفایل و فهرست دوستان آغاز کردند. موج بعدی ایجاد شبکه‌های اجتماعی با راه‌اندازی رایز^۲ در سال ۲۰۰۱ به‌منظور کمک به ارتقای تجاری شبکه‌ها بود (روشندل اربطانی، ۱۳۹۴: ۹). برای دسته‌بندی شبکه‌های اجتماعی با توجه به سیال و پیشرو بودن موضوع، دسته‌بندی‌ها و تعاریف خیلی خشک چندان مناسب نیست. باین‌حال می‌توان به میکروبلگها مانند توئیتر^۳، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک^۴، ویکی‌ها مانند ویکی‌پدیا^۵، خدمات به اشتراک‌گذاری عکس و فیلم مانند یوتیوب^۶ و فلیکر^۷، خدمات پیشنهاد مانند مانند یلپ^۸ و به خدمات اشتراک‌گذاری مکان‌ها مانند فور اسکوتر^۹ اشاره کرد که همه موارد ذکرشده ذیل چتر شبکه‌های اجتماعی قابل‌تعریف هستند (Humphreys, 2013).

برخلاف شبکه‌های اجتماعی، برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی فناوری جدیدی محسوب نمی‌شوند. این فناوری بر بستر فناوری اطلاعات و از زمان ظهور موبایل سال‌هاست که در سطح جهان استفاده می‌شود. به‌صورت سنتی، پیام کوتاه^{۱۰} اولین بار در سال ۱۹۹۱ به جهان عرضه و طی آن پیام‌های کوتاه از طریق موبایل ارسال و دریافت شد. پیام کوتاه یک فناوری ارتباط‌جمعی بود که به‌وسیله میلیاردها انسان ظرف

-
1. SixDegrees.com
 2. Ryze.com
 3. Twitter
 4. Facebook
 5. Wikipedia
 6. Youtube
 7. Flickr
 8. Yelp
 9. Foursquare
 10. SMS

مدت کوتاهی بکار گرفته شد. ظرف کمتر از یک دهه فناوری جدیدی توانست بر پیام کوتاه تفوق یابد که از آن‌ها با عنوان پیام‌رسان‌های موبایلی یاد می‌شود. واتس آپ^۱ (۲۰۰۹)، لاین^۲ (۲۰۱۱)، وی چت^۳ (۲۰۱۱)، کاکائو^۴ (۲۰۱۰)، وایبر^۵ (۲۰۱۰)، تلگرام^۶ (۲۰۱۳) نمونه‌های پیام‌رسان‌های موبایلی هستند. این برنامه‌ها به کاربران امکان ارسال پیام در لحظه به یک فرد یا یک گروه را می‌دهند بدون این‌که هزینه‌ای داشته باشند. ضمن این‌که پیام می‌تواند به صورت متنی، تصویری و ویدئویی باشد (Amanullah, 2012: 2319).

ارتباطات غیرکلامی و پیام‌رسان‌های موبایلی

تامپسون^۷ سه نوع تعامل را این‌گونه تعریف می‌کند: ۱- رودرو ۲- رسانه‌ای شده ۳- شبه تعاملی رسانه‌ای شده. تعامل با واسطه از طریق یک رسانه به وقوع می‌پیوندد و به نشانه‌های محاوره‌ای کمتری منجر می‌شود و ارتباط با واسطه شبه تعاملی، شامل ارتباطات شکل‌گرفته از طریق رسانه‌های جمعی می‌شود (Rhoads, 2010: 113). هنگامی که کلمات سخنان یکدیگر را تحلیل می‌کنیم، در واقع سعی می‌کنیم منظورها و نیت سخنان گوینده را تصور و تفسیر کنیم. بنابراین ارتباط غیرکلامی به اندازه بخش‌های کلامی اهمیت می‌یابد. چنانچه گفته شد مشارکت‌کنندگان در یک فرایند ارتباطی به بخش غیرکلامی بیش از بخش کلامی اهمیت می‌دهند. کنترل جریان نشانه‌های ارتباطی منبعث از بخش غیرکلامی بسیار با اهمیت است و تحت کنترل نداشتن این نشانه‌ها می‌تواند به ناهنجاری و کژتابی در ارتباطات منجر شود. در نتیجه در ارتباطات با واسطه که

-
1. Whats App
 2. Line
 3. WeChat
 4. Kakao
 5. Viber
 6. Telegram
 7. Thompson

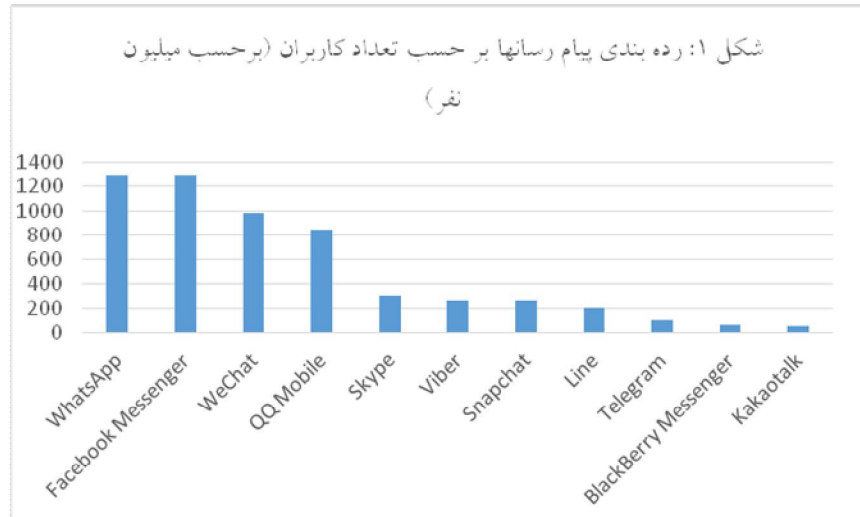
بررسی تأثیر دو عامل حذف ارتباطات غیرکلامی و ... ۶۹

محوریت با یک رسانه مانند کامپیوتر و اینترنت می‌باشد، بدلیل حذف بخش غیرکلامی، امکان وجود اختلال و کژتابی در فرایند ارتباط بسیار محتمل است (Rhoads, 2010: 114).

یکی دیگر از قابلیت‌هایی که با توسعه پیام‌رسان‌های موبایلی ایجاد شده، امکان ارسال و دریافت در لحظه پیام است. بدین معنا که پیش‌تر و حتی با همه‌گیر شدن استفاده از ایمیل، ارسال و دریافت پیام در لحظه اتفاق نمی‌افتاد، بلکه گیرنده می‌بایست به اینترنت متصل می‌شد و پس از آنکه ایمیل خود را چک می‌کرد از ارسال نامه مطلع می‌شد و احياناً به آن پاسخ می‌داد. حال آنکه با گسترش پیام‌رسان‌های موبایلی این امکان فراهم شده که فرستنده بلافاصله از دریافت پیام خود مطلع شود و بلافاصله پاسخ آن را نیز دریافت کند. اثری که این مهم در شکل‌گیری فرایند ارتباط دارد بدین قرار است که پیش‌تر پیام‌های مکتوب با طمأنینه و در زمان کافی نگاشته و ارسال می‌شد و دریافت‌کننده نیز فرصت آن را داشت که با فراغ بال پاسخ مقتضی را ارسال نماید، اما پیام‌رسان‌های موبایلی یک چارچوب زمانی محدود دارند که فرستنده و گیرنده پیام را مجبور می‌سازند بلافاصله بعد از دیدن پیام، پاسخ خود را آماده و ارسال دارند که این خود یک عامل دیگر در ایجاد اختلال در انتقال معنا می‌باشد.

پایگاه معتبر اطلاعاتی استاتیستا^۱ رده‌بندی پیام‌رسان‌های موبایلی در جهان در سال ۲۰۱۸ را به شرح مندرج در نمودار ۱ این‌گونه اعلام کرده است (Statista, 2018).

1. www.statista.com



چنانچه مشخص است بخش بزرگی از مردم سراسر جهان از پیام‌رسان‌های موبایلی استفاده می‌کنند. بر این اساس شناخت عوامل مؤثر در این نوع رسانه بسیار حائز اهمیت است. از جمله این عوامل می‌توان از گفتگو و واژه‌گزینی در لحظه یاد کرد.

سؤالات پژوهش

تجربه شکل‌دهی گروه‌های مجازی در رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد تعاملاتی که پیش‌تر در عالم واقع با تنش کمتر اتفاق می‌افتاد، در بستر پیام‌رسان‌های موبایلی با دلخوری‌ها و چالش‌های زیادی توأم است که به ترک گروه‌های دوستی در فضای مجازی منجر می‌شود. بر این اساس سؤالات پژوهش را می‌توان این‌گونه بیان کرد:

آیا حذف زبان بدن در پیام‌رسان‌های موبایلی تأثیری در افزایش برخی اختلالات کژتابی‌ها در فرایند برقراری ارتباط دارد؟

آیا گفتگو و واژه‌گزینی در لحظه و نیز تحت فشار بودن از حیث زمان برای آماده کردن پاسخ تأثیری بر بروز اختلالات در فرایند برقراری ارتباط دارد؟

بررسی تأثیر دو عامل حذف ارتباطات غیرکلامی و ... ۷۱

روش پژوهش

این پژوهش به روش پیمایشی با نمونه‌گیری تصادفی انجام شده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بسته پاسخ می‌باشد. برای این منظور ابتدا پرسشنامه‌ای حاوی ۲۲ سؤال طراحی شد. روایی این پرسشنامه با نظر صاحب‌نظران و اعمال دیدگاه ایشان، تا رسیدن به حالت اشباع، بررسی و از آن اطمینان حاصل شد. برای اطمینان پایایی، ابتدا پرسشنامه در میان ۳۱ نفر پیش‌آزمون شد که نتیجه محاسبات آن در SPSS در ادامه آمده است:

جدول ۱- پیش‌آزمون پرسشنامه

		تعداد شرکت‌کنندگان	%
موارد	ارزش	۳۱	۱۰۰
	استثنائات	۰	۰
	مجموع	۳۱	۱۰۰

جدول ۲- محاسبه آلفای کرونباخ در

پایایی آماری		
آلفای کرونباخ	آلفای کرونباخ مطابق با داده‌های استاندارد شده	تعداد گویه‌ها
۰/۶۶۳	۰/۶۹۲	۲۲

همان‌گونه که مشخص است، داده‌های پیش‌آزمون نشان می‌دهد آلفای کرونباخ کمتر از ۰/۷ است که بیانگر ناکافی بودن پایایی پرسشنامه است، اما طی بررسی انجام شده در خروجی نرم‌افزار مشخص شد که با حذف گویه اول پرسشنامه، پایایی به بالای ۰/۷ ارتقاء می‌یابد و می‌توان از آن اطمینان حاصل کرد.

جامعه آماری کلیه کاربران پیام‌رسان‌های موبایلی می‌باشند. بر اساس این‌که جامعه نرمال فرض شده است، با یک نمونه آماری بالای ۳۰ نفر می‌توان از آماره‌های میانگین

و واریانس نمونه بهره جست و نمونه هر چه بزرگ‌تر باشد خطای نوع اول و دوم کاهش می‌یابد (در این پژوهش ۳۵۵ نفر پاسخگوی پرسشنامه بودند). بر این اساس با حذف گویه اول، پرسشنامه با ۲۱ سؤال، در یک نمونه ۳۵۵ نفری از مشارکت‌کنندگان به آزمون گذاشته شد. نمونه‌گیری به روش تصادفی انجام شده است. بدین صورت که پرسشنامه در گروه‌های مختلف شکل گرفته در پیام‌رسان‌ها ارسال شد و از آن‌ها خواسته شد تا به آن پاسخ دهند. انتخاب گروه‌ها به صورت تصادفی انجام شد و افراد نیز به صورت تصادفی پاسخگوی پرسشنامه بودند. نتایج، در بخش تجزیه و تحلیل داده‌ها گزارش شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این بخش نتایج داده‌های حاصل از نظرسنجی از ۳۵۵ نفر از کاربران پیام‌رسان‌های موبایلی گزارش شده است. برای بررسی پاسخ‌ها، از آزمون t تک‌نمونه‌ای استفاده شده است. فرض صفر آزمون (H_0)، برابری میانگین با ۳ ($\mu = 3$) است. بدین معنا که در صورت تأیید فرض صفر، مخالفت یا موافقت شدیدی با گویه، وجود ندارد. در ادامه نتایج آزمون آمده است. ذکر این نکته ضروری است که در جدول ۳ گویه‌ها به صورت کامل آمده است.

۷۳ بررسی تأثیر دو عامل حذف ارتباطات غیر کلامی و ...

جدول ۳- آزمون t تک نمونه‌ای

گویه ها	عدد آزمون = ۳					
	T	درجه آزادی	سطح معنی داری	تفاوت میانگین	با حاشیه اطمینان ۹۵٪	
					پایین	بالا
۱	۱/۲۳۱	۳۵۳	۲۱۹.	۰۷۰۶۲.	۰۴۲۲-	۱۸۳۴.
۲	۹/۲۷۷-	۳۵۳	۰۰۰.	۵۷۰۶۲-	۶۹۱۶-	۴۴۹۷-
۳	۱/۴۷۱-	۳۵۳	۱۴۲.	۰۹۳۲۲-	۲۱۷۹-	۰۳۱۴.
۴	۴/۷۶۹-	۳۵۳	۰۰۰.	۳۳۸۹۸-	۴۷۸۸-	۱۹۹۲-
۵	۹/۰۰۴	۳۵۳	۰۰۰.	۵۵۶۵۰.	۴۳۴۹.	۶۷۸۱.
۶	۲/۳۹۶-	۳۵۳	۰۱۷.	۱۴۴۰۷-	۲۶۲۳-	۰۲۵۸-
۷	۹/۸۹۶	۳۵۳	۰۰.	۵۲۵۴۲.	۴۲۱۰.	۶۲۹۸.
۸	۳/۹۲۰-	۳۵۳	۰۰۰.	۲۱۱۸۶-	۳۱۸۲-	۱۰۵۶-
۹	۱۴/۷۲۹	۳۵۳	۰۰۰.	۷۲۸۸۱.	۶۳۱۵.	۸۲۶۱.
۱۰	۱/۸۳۹-	۳۵۳	۰۶۷.	۱۰۷۳۴-	۲۲۲۲-	۰۰۷۵.
۱۱	۵/۹۰۷-	۳۵۳	۰۰۰.	۳۱۹۲۱-	۴۲۵۵-	۲۱۲۹-
۱۲	۳/۸۰۰	۳۵۳	۰۰۰.	۲۰۶۲۱.	۰۹۹۵.	۳۱۲۹.
۱۳	۲/۳۰۶	۳۵۳	۰۲۲.	۱۳۸۴۲.	۰۲۰۴.	۲۵۶۵.
۱۴	۰/۹۰۹-	۳۵۳	۳۶۴.	۰۵۳۶۷-	۱۶۹۸-	۰۶۲۵.
۱۵	۶/۳۴۹-	۳۵۳	۰۰۰.	۳۷۰۰۶-	۴۸۴۷-	۲۵۵۴-
۱۶	۷/۶۲۳-	۳۵۳	۰۰۰.	۴۱۲۴۳-	۵۱۸۸-	۳۰۶۰-
۱۷	۱۰/۷۵۹-	۳۵۳	۰۰۰.	۶۰۱۶۹-	۷۱۱۷-	۴۹۱۷-
۱۸	۹/۷۰۹-	۳۵۳	۰۰۰.	۵۱۴۱۲-	۶۱۸۳-	۴۱۰۰-
۱۹	۱۸/۱۵۸	۳۵۳	۰۰۰.	۸۵۵۹۳.	۷۶۳۲.	۹۴۸۶.
۲۰	۱۷/۶۷۷	۳۵۳	۰۰۰.	۸۶۷۲۳.	۷۷۰۷.	۹۶۳۷.
۲۱	۱۶/۱۶۵	۳۵۳	۰۰۰.	۸۱۰۷۳.	۷۱۲۱.	۹۰۹۴.

همان‌گونه که از جدول ۳ مشخص است، در گویه‌های ۱، ۳، ۱۰ و ۱۴ سطح معنی‌داری بیشتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرض صفر ($\mu = 3$) رد نمی‌شود. بدین معنا که با اطمینان ۹۵٪ مخالفت و موافقت معنی‌داری با این گویه‌ها از سوی مشارکت‌کنندگان در پژوهش ابراز نشده است، اما در سایر گویه‌ها فرض صفر رد می‌شود و مشارکت‌کنندگان موافقت و مخالفت معناداری با گویه‌ها داشته‌اند. نظر به نتایج آزمون t ، تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش بر اساس طیف نانلی (۱۹۷۶) انجام شده است. نانلی با طراحی طیفی، به ارزیابی میزان مطلوبیت نتایج حاصله به وسیله طیف لیکرت پرداخته است. جدول ۴ بیانگر این طیف است.

جدول ۴- طیف ارزیابی نانلی

۱ تا ۱/۹۹	۲ تا ۲/۹۹	۳ تا ۳/۹۹	۴ تا ۵
غیرمطلوب	نسبتاً غیرمطلوب	نسبتاً مطلوب	مطلوب

برای بررسی داده‌ها ابتدا لازم است میانگین امتیاز هر گویه محاسبه شود. متوسط امتیاز پاسخ‌دهندگان به هر گویه در جدول ۵ جمع‌بندی شده است:

جدول ۵- محاسبه میانگین گویه ها

ردیف	گویه ها	میانگین
۱	پیام‌ها را به محض دیدن و بیشتر به محض شنیدن صدای دریافت پیام پاسخ می‌دهم.	۳/۰۷۰۶
۲	پیش‌آمده که لحن کلام را از حیث این‌که شوخی است یا جدی و یا انتقادی و ... از روی متن تشخیص نمی‌دهم.	۲/۴۲۹۴
۳	به نظر من گروه‌های مجازی فضای مناسبی برای تضارب آراء در خصوص مباحث مختلف سیاسی و اجتماعی است.	۲/۹۰۶۸
۴	برخی از گروه‌های دوستی و فامیلی در فضای مجازی را به علت برخی گفتگوها ترک کرده‌ام.	۲/۶۶۱۰
۵	با افراد در محیط حقیقی راحت‌تر گفتگو می‌کنم تا فضای مجازی	۳/۵۵۶۵
۶	با برخی از دوستانم در گفتگوی رودررو مشکلی ندارم ولی در گفتگوی مجازی دچار تضاد می‌شویم.	۲/۸۵۵۹
۷	معمولاً در گفتگوی رودررو به راحتی می‌توانم دوستان یا اقوام را متقاعد کنم و نیز راحت‌تر حرف آن‌ها را می‌پذیرم.	۳/۵۲۵۴
۸	معمولاً در پیام‌های متنی توسط شبکه‌های مجازی به راحتی می‌توانم دوستان یا اقوام را متقاعد کنم و نیز راحت‌تر حرف آن‌ها را می‌پذیرم.	۲/۷۸۸۱
۹	احتمال این‌که در گفتگوی رودررو کسی را متقاعد کنم یا متقاعد شوم بیشتر از گفتگوی مجازی است.	۳/۷۲۸۸
۱۰	پیش‌آمده که جمله‌ای را در گفتگوی مجازی یا گروه‌های مجازی نوشته‌ام که دیگران از آن سوء برداشت کرده‌اند.	۲/۸۹۲۷
۱۱	پیش‌آمده جمله کسی را که در گروه‌های مجازی یا گفتگوی مجازی نوشته به گونه‌ای خوانده‌ام که منظور او نبوده.	۲/۶۸۰۸

ردیف	گویه ها	میانگین
۱۲	از آنجاکه در گفتگوی متنی، باید در لحظه پاسخ بدهم بعضاً جملاتی نوشته‌ام که دقیق نبوده و از آن سوء برداشت شده است.	۳/۲۰۶۲
۱۳	برای پاسخ دادن در لحظه، بعضاً از کلماتی استفاده می‌کنم که بعداً به ذهنم می‌رسد که ای کاش از کلمات دیگری استفاده کرده بودم.	۳/۱۳۸۴
۱۴	برای پاسخ در لحظه، بعضاً خود را تحت فشار زمان می‌بینم که باید زود پاسخ دهم و فرصت دقت لازم در انتخاب کلمات را ندارم.	۲/۹۴۶۳
۱۵	پیش آمده که جملاتی را برای مزاح و خنداندن در یک گفتگوی متنی مجازی نوشته‌ام ولی طرف مقابل آن را جدی پنداشته است.	۲/۶۲۹۹
۱۶	پیش آمده که از جملات نوشته شده در یک گفتگوی متنی آنلاین برداشت جدی بکنم درحالی که طرف مقابل هدفش مزاح بوده است.	۲/۵۸۷۶
۱۷	پیش آمده که جملاتی بنویسم، درحالی که به واسطه خوانش مختلف برخی کلمات همان جمله خودم، پس از خواندن دوباره، برداشت دیگری از آن داشته باشم.	۲/۳۹۸۳
۱۸	پیش آمده از جمله ارسالی فردی ناراحت شوم اما با خواندن دوباره آن برداشت دیگری بکنم که مغایر با برداشت اول باشد.	۲/۴۸۵۹
۱۹	منظور پیام‌هایی که در انتهای آن از شکلک‌ها و ایموجی‌ها استفاده شده را بهتر متوجه می‌شوم.	۳/۸۵۵۹
۲۰	منظور پیام‌های صوتی و تصویری را بهتر از متنی متوجه می‌شوم.	۳/۸۶۷۲
۲۱	منظور افراد را در فضای حقیقی بهتر متوجه می‌شوم تا از طریق رسانه‌های اجتماعی	۳/۸۱۰۷

همان‌گونه که از نتایج آزمون t مشخص است فرض صفر در گویه اول تأیید می‌شود. بدین معنا که مشارکت‌کنندگان نظر قاطعی نسبت به آن نشان نداده‌اند. بنابراین در خصوص در لحظه پاسخ دادن پیام‌ها در گفتگوهای مجازی اعلام نظر نداشته‌اند. بر اساس طیف نانلی مشارکت‌کنندگان با آنچه گویه دوم بیان شده نسبتاً مخالف بوده‌اند. بر این اساس می‌توان این‌گونه استنتاج کرد که تفاوت میان شوخی و جدی در گفتگوی مجازی معمولاً قابل تشخیص است.

در گویه سوم نیز مانند گویه اول در آزمون t فرض صفر تأیید شده است و نشانگر آن است که مشارکت‌کنندگان در خصوص این‌که شبکه‌های اجتماعی فضای مناسبی برای تضارب آراء باشد اظهار نظر قاطعی نداشته‌اند.

گویه چهارم نیز ناظر به ترک گروه‌های فامیلی به واسطه برخی گفتگوهاست که با عنایت به طیف نانلی مشارکت‌کنندگان نسبتاً با آن مخالف بوده‌اند. بنابراین می‌توان این‌گونه بیان کرد که خروج از گروه‌ها را لزوماً نمی‌توان از حذف زبان بدن استنتاج کرد. مشارکت‌کنندگان با گویه پنجم در خصوص راحت‌تر بودن گفتگو در فضای حقیقی نسبتاً موافق بوده‌اند. از این گویه می‌توان این‌گونه برداشت کرد که افراد با اضافه شدن زبان بدن به فرایند ارتباط، راحت‌تر می‌توانند پیام خود را منتقل کنند و پیام‌های ارسالی را متوجه شوند.

گویه ششم نیز ناظر به بروز مشکلات در گفتگوی رودررو و در مقابل آن، گفتگوی مجازی است. مشارکت‌کنندگان تفاوت معناداری میان این دو نشان نداده‌اند. در تقویت گویه پنجم، مشارکت‌کنندگان در گویه هفتم هم امکان متقاعدشدن و متقاعد کردن را در گفتگوی حضوری بیشتر از گفتگوی مجازی ارزیابی کرده‌اند که بیانگر تأثیر افزوده شدن یا کاستن زبان بدن به فرایند ارتباط است.

در گویه هشتم، مخالف چیزی که در گویه هفتم بوده از مخاطبان پرسیده شده که مخاطبان همچنان به نظر قبل خود تأکید داشته و معتقد بوده‌اند در گفتگوی رودررو امکان متقاعد کردن و متقاعدشدن بیشتر است.

گویه نهم از گفتگو با دوستان و فامیل فراتر رفته و در خصوص ارتباط رودرو به صورت کلی پرسیده است که مشارکت‌کنندگان معتقد بوده‌اند به صورت کلی در فرایند ارتباط فارغ از این که مخاطب شناخته شده باشد یا خیر، زبان بدن در متقاعدسازی مهم است.

در گویه‌های دهم و یازدهم، مشارکت‌کنندگان این‌که در پیام متنی زیاد دچار سوءبرداشت شده باشند را قبول نداشته‌اند، اما در گویه دوازدهم معتقدند بواسطه اجبار در پاسخ در لحظه، کلماتی به کار گرفته‌اند که بعضاً مخاطبشان را دچار سوءتفاهم کرده است. در گویه سیزدهم نیز که در تقویت گویه دوازدهم آمده است، مشارکت‌کنندگان اجبار به پاسخ در لحظه را یکی از عوامل بروز اشتباهات و سوءبرداشت‌ها دانسته‌اند. در گویه چهاردهم در آزمون t فرض صفر تأیید شده و نشانگر آن است که مشارکت‌کنندگان در خصوص این که شبکه‌های اجتماعی فضای مناسبی برای تضارب آراء باشد اظهار نظر قاطعی نداشته‌اند.

گویه‌های پانزدهم و شانزدهم در تقویت گویه دوم آمده و وفق نتایج، مشارکت‌کنندگان معتقدند مخاطبانشان نیز لحن شوخی و جدی کلام را در گفتگوهای متنی متوجه می‌شوند.

گویه‌های هفدهم و هجدهم ناظر به برداشت‌های مختلف از متن است که بواسطه حذف زبان بدن می‌تواند مختلف و متفاوت باشد و در نتیجه موجب اختلال در فرایند انتقال پیام شود. مشارکت‌کنندگان با این موضوع نسبتاً مخالفت کرده‌اند.

پیام‌های صوتی و تصویری و نیز استفاده از ایموجی‌ها، می‌تواند بخشی از خلأ زبان بدن را پوشش دهد. مخاطبان با این موضوع موافق بوده و اظهار داشته‌اند که با این پیام‌ها مفهوم را بهتر متوجه می‌شوند. این معنا در گویه‌های نوزدهم و بیستم آمده است. گویه بیست و یکم نیز در تأیید گویه هفتم آمده که نتایج نشان می‌دهد مشارکت‌کنندگان همچنان معتقدند که در فضای واقعی ارتباط بهتری برقرار می‌کنند تا در فضای مجازی.

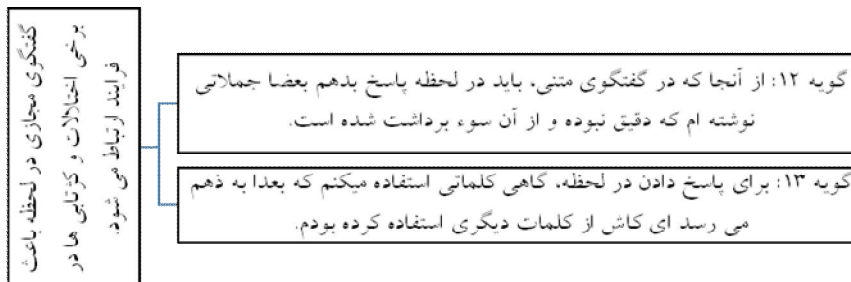
جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

برای جمع‌بندی بهتر و دستیابی به پاسخ سؤالات پژوهش از نمودارهای ۲ و ۳ کمک می‌گیریم. آنچه‌آن که از جمع‌بندی گویه‌های ۵، ۷، ۸، ۹ و ۲۱ مشخص است. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش حذف زبان بدن را موجب اختلال در درک پیام مخاطب، ضعف در متقاعدسازی و متقاعدشدن و دشواری بیشتر در انتقال پیام می‌دانند، اما بر اساس گویه‌های ۲، ۴، ۶، ۱۵ و ۱۶ این اختلال و دشواری به میزانی نیست که موجب عدم تشخیص پیام‌های شوخی از جدی، ترک گروه‌های فامیلی و یا تضاد با دوستان در شبکه‌های مجازی شود.

نمودار ۲- جمع‌بندی گویه‌های مرتبط با سؤال اول پژوهش



نمودار ۳- جمع‌بندی گویه‌های مرتبط با سؤال دوم پژوهش



چنانچه در نمودار ۳ مشخص است، از ماحصل نتایج گویه‌های ۱۲ و ۱۳ این‌گونه مستفاد می‌شود که در لحظه بودن گفتگوی مجازی باعث اختلالاتی در فرایند ارتباط شده است. همچنین بر اساس گویه‌های ۱۷ و ۱۸ خوانش‌های مختلف کلمات و یا خواندن چندباره پیام‌ها تأثیری در فهم بهتر و یا جدیدتر از پیام‌ها نداشته است. در گویه چهاردهم در آزمون t فرض صفر تأیید شده است و نشانگر آن است که مشارکت‌کنندگان در خصوص این‌که شبکه‌های اجتماعی فضای مناسبی برای تضارب آراء می‌باشد اظهارنظر قاطعی نداشته‌اند.

بر اساس نتایج گویه‌های پانزدهم، شانزدهم، هفدهم و هجدهم، مشارکت‌کنندگان معتقدند مخاطبان‌شان نیز لحن شوخی و جدی کلام را در گفتگوهای متنی متوجه می‌شوند. در واقع چنانکه پیش‌تر آمد، اختلال در انتقال پیام طی گویه‌های دیگر تأیید می‌شود، اما کاربران با عدم تشخیص لحن پیام و نیز خوانش‌های مختلف متن خیلی موافقت نکرده‌اند.

پیام‌های صوتی و تصویری و نیز استفاده از ایموجی‌ها، می‌تواند بخشی از خلأ زبان بدن را پوشش دهد. مخاطبان با این موضوع موافق بوده‌اند و اظهار داشته‌اند که با این پیام‌ها مفهوم را بهتر متوجه می‌شوند. این معنا در گویه‌های نوزدهم و بیستم آمده است. در واقع بر اساس نظر کاربران در پیام‌هایی که از ایموجی استفاده شده، خلأ حذف زبان بدن کمتر احساس می‌شود.

گویه بیست و یکم نیز در تأیید گویه هفتم آمده که نتایج نشان می‌دهد مشارکت‌کنندگان همچنان معتقدند در فضای واقعی ارتباط بهتری برقرار می‌کنند تا در فضای مجازی. در واقع وجود زبان بدن در فرایند ارتباط را، منجر به شکل‌گیری ارتباطی بهتر می‌دانند.

بنابراین با توجه به فراگیر شدن استفاده از پیام‌رسانه‌ای موبایلی در کشور، لازم است کاربرانی که از سواد رسان‌های مناسب برخوردارند، به تمایزات گفتگو در فضای واقعی و فضای مجازی واقف باشند تا با درک صحیح اختلالات محتمل از بروز تنش‌ها و اختلافات جلوگیری به عمل آید. پیشنهاد می‌شود با استفاده از ظرفیت رسانه ملی و سایر رسانه‌ها این مهم برای کاربران تبیین شود و برنامه‌هایی خاص تجزیه و تحلیل این دست از رسانه‌ها، ابعاد و تفاوت‌های آن شکل گیرد. همچنین می‌توان به کاربران پیشنهاد کرد که با استفاده بیشتر از تصاویر، عکس‌ها، ایموجی‌ها و تصاویر متحرک خلأ حذف زبان بدن در پیام‌رسان‌ها را به حداقل برسانند.

ضمناً با عنایت به بروز اختلالات در گفتگوی در لحظه، توجه دادن کاربران به این مهم نیز بسیار حائز اهمیت است که ممکن است برخی از مفاهیم برداشت شده از پیام‌های ارسالی، با واقعیت مدنظر فرستنده پیام متفاوت باشد. شایسته است این امر نیز در برنامه‌های آموزشی مدنظر قرار گیرد و کاربران برای تأثیر آن بر کیفیت گفتگوی خود با دیگران در فضای مجازی سهمی را اختصاص دهند. این آگاهی بخشی به مدیریت بهتر پیامدهای این امر توسط کاربران کمک شایانی خواهد کرد. همچنین پژوهشگران دیگر می‌توانند با تکیه بر نتایج این پژوهش و با ورود محتوایی به نوع تعاملات، اختلالات را به صورت جزئی‌تر و به تفکیک تعاملات سیاسی، عاطفی، خانوادگی و ... مشخص نمایند.

منابع

- اکبری تبار، علی‌اکبر و اسکندری پور، ابراهیم. (۱۳۹۲)، «رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی مجازی»، *موسسه فرهنگی و هنری تقارب و تبادل فرهنگی*
- باستانی، سوسن؛ خانیکی، هادی و اردکان‌زاده یزدی، سعید. (۱۳۹۷)، «مردم، رسانه‌های جریان اصلی و مصرف رسانه‌های نوین، پیمایش مصرف، اعتماد، رضایت و مشارکت رسانه‌ای، شهروندان تهرانی»، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، سال چهارم، شماره ۱۴.
- جنادله، علی و رهنما، مریم. (۱۳۹۷)، «بازنمایی آسیب شناسانه رسانه‌های نوین در مطالعات خانواده (فراتحلیل مقالات چاپ شده در خصوص تأثیر رسانه‌های نوین بر خانواده)»، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، سال چهارم، شماره ۱۶.
- خوش‌هیگل، مسعود و نظافتی، نوید. (۱۳۹۳)، «شناسایی و انتخاب مناسب‌ترین رسانه‌های اجتماعی برای توسعه سیستم‌های مدیریت اجتماعی ارتباط با مشتریان (پیمایشی در بانک ملی ایران)»، *دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، مدیریت فناوری اطلاعات*، دوره ۶، شماره ۴: ۶۲۸-۶۰۷.
- دادگران، سید محمد. (۱۳۷۴)، *مبانی ارتباط جمعی*، انتشارات فیروزه، چاپ هجدهم.
- روشندل اربطانی، طاهر؛ فرجیان، محمدمهدی و سلمان‌زاده، شمس. (۱۳۹۴)، «آینده‌پژوهی ارتباطات سازمانی با ورود تکنولوژی شبکه‌های اجتماعی»، *کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی*.
- سایت خبری تحلیلی فناوری اطلاعات و ارتباطات. (۱۳۹۷)، *آمار استفاده ایرانی‌ها از شبکه‌های اجتماعی چقدر است؟*، چهارشنبه ۲۴ بهمن ۱۳۹۷ ساعت ۱۳: ۲۸، (www.itna.ir)
- فرهنگی، علی‌اکبر. (۱۳۷۵)، *ارتباطات غیرکلامی*، میبد: دانشگاه آزاد اسلامی، چاپ اول.
- محسنیان راد، مهدی. (۱۳۶۹)، *ارتباط شناسی*، انتشارات سروش، چاپ یازدهم.

- Amanullah, Ayn Nur Azhana Azhar, Ali, Noor Azian Mohamad. (2012). “The Most Favourable Mobile Messaging Apps among IIUM Students”, **International Journal of Science and Research (IJSR)** ISSN (Online): 2319-7064
- Gheorghita, Nistor. (2012). “The role of the nonverbal communication in interpersonal relations”, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, No 47, 552 – 556
- Humphreys, Lee. (2013). “Mobile social media: Future challenges and opportunities”, **Mobile Media & Communication** 1(1) 20–25
- Knapp, Mark L., Judith A. Hall, Terrence G. Horgan. (2014). “Nonverbal Communication in Human Interaction, Eighth Edition”, **Monica Eckman** (Publisher), 20 Channel Center Street, Boston, MA 02210, USA
- Lekhanova, Olga L., Glukhova, Olga A. (2016). “Nonverbal encoding and decoding of nonverbal communication means as a condition of reflection development in communication in children with speech underdevelopment”, **Annual International Scientific Conference Early Childhood Care and Education**, ECCE 2016, 12-14, Moscow, Russia
- Maurer, Marcus. (2016). “Nonverbal Influence During Televised Debates: Integrating CRM in Experimental Channel Studies”, **American Behavioral Scientist** 2016, Vol. 60(14) 1799–1815
- Rhoads, Mohja. (2010). “Face-to-Face and Computer-Mediated Communication: What Does Theory Tell Us and What Have We Learned so Far?”, **Journal of Planning Literature** 25(2) 111-122
- Statiata. (2018). Most popular mobile messaging apps worldwide, www.statista.com

