

کارکردهای رسانه‌ای تلفن همراه و پیامدهای آن

ویرپی آکسمن و سانتو تیوونن

ترجمه

احسان موحدیان

و

احمد رضا شاه‌علی

(عضو هیئت علمی دانشگاه علم و صنعت ایران)

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها

۱۳۹۳

این کتاب ترجمه‌ای است از :

1. The Mobile Phon: A medium in itself, vir oksman, (2010)

2. Web On the Move: Landscapes of Mobile Social Media , Santtu Toivonen, (2007)

سرشناسه: موحیدیان، احسان، گردآورنده

عنوان و نام پدیدآور: کارکردهای رسانه‌ای تلفن همراه و پیامدهای آن: ترجمه و گردآوری احسان موحیدیان و احمد رضا شاه‌علی.

مشخصات نشر: تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری: ۲۵۶ص: مصور.

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۹۳۴-۷۵-۴

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

یادداشت: کتاب حاضر ترجمه و گردآوری دو مقاله با عنوان The Mobile phon: A medium in itself و web on the land: landscapes of mobile social media می‌باشد.

یادداشت: کتابخانه

موضوع: تلفن همراه -- جنبه‌های اجتماعی

موضوع: ارتباط بین اشخاص -- نوآوری -- جنبه‌های اجتماعی

موضوع: رسانه‌های اجتماعی

موضوع: رسانه‌های گروهی -- جنبه‌های اجتماعی

شناسه افزوده: شاه‌علی، احمد رضا، ۱۳۴۸ - ، گردآورنده

شناسه افزوده: ایران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۳ ک۲۹/م۹۷۱۳ HF

رده‌بندی دیویی: ۴۸۳/۳۰۳

شماره کتابشناسی: ۳۶۲۶۴۶۷

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

کارکردهای رسانه‌ای

تلفن همراه و پیامدهای آن

ترجمه احسان موحیدیان و احمد رضا شاه‌علی

چاپ اول: ۱۳۹۳ شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: ریحان

ISBN: 978-964-9934-75-4

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۹۳۴-۷۵-۴

e-mail: info@rasaneh.org

نشانی: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم، شماره ۱۱

تلفن: ۸۸۷۳۷۲۴۸، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنویس:

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

فهرست

۹	مقدمه مترجم
۱۵	۱. تلفن همراه: یک ابزار رسانه‌ای کامل
۱۵	چکیده
۱۷	سرآغاز
۱۸	تقدیر و تشکر
۲۰	مقدمه
۳۰	۱. تکالیف این تحقیق
۳۲	۲. زمینه نظری و مفاهیم کلیدی
۳۴	۲.۱. جامعه اطلاعاتی همراه
۴۱	۲.۲. تلفن همراه و فردی کردن استفاده از رسانه
۴۷	۲.۳. همگرایی اجتماعی و "قبیله‌گرایی" همراه
۵۴	۲.۴. تلفن همراه ابزاری برای فعالیت‌های عمومی و مدنی
۵۹	۲.۵. "فرهنگ مخاطب مشارکت‌جو" و تلفن همراه
۶۵	۲.۶. همگرایی رسانه‌ای و تلفن همراه
۷۶	۲.۷. خلاصه: تلفن همراه، یک ابزار رسانه‌ای کامل
۸۰	۳. موضوعات روش‌شناختی و مواد تحقیقاتی
۸۰	۳.۱. بررسی مفاهیم و زمینه‌های استفاده از فناوری همراه
۸۲	۳.۲. قوم‌نگاری مرکب
۸۷	۴. بررسی موضوعات مورد تحقیق

۹۳	۵. نتیجه‌گیری
۹۹	پی‌نوشت
۱۰۱	۲. ویدئوی همراه - مقایسه کاربرد از سوی فرد، اجتماع و رسانه‌های گروهی
۱۰۱	چکیده
۱۰۲	مقدمه
۱۰۳	رسانه‌ای شدن تلفن همراه
۱۰۷	طرح‌ها و مواد کار
۱۰۹	ویدئوی همراه و سیستم‌های حضور از راه دور
۱۱۱	تماس‌های ویدئویی: دوستان و خانواده
۱۱۸	رسانه‌های همراه - رسانه‌های متحرک
۱۱۹	پی‌نوشت
۱۲۱	۳. تأثیرات ارتباطات سیار
۱۲۱	چکیده
۱۲۵	اشکال جدید هماهنگی
۱۲۸	اشکال جدید ارتباطات خویشاوندی
۱۳۱	رهایی اجتماعی جوانان
۱۳۳	تبادل پیامک و تعامل اجتماعی
۱۳۵	تحول در فضای اجتماعی، از عمومی به خصوصی
۱۳۷	ارتباطات سیار و سرمایه اجتماعی
۱۳۹	توضیحات پایانی: کاربران به عنوان خالقان رسانه‌های همراه
۱۴۲	پی‌نوشت
۱۴۳	۴. کودکان، نوجوانان و ارتباطات سیار
۱۴۳	مقدمه
۱۴۴	نوجوانان و فراز و فرود همبستگی اجتماعی
۱۴۵	کارکرد رهایی‌بخش تلفن همراه
۱۴۷	نوجوانان و پذیرش تلفن همراه
۱۵۰	تأثیر تلفن همراه بر ارتباطات

۵. وب در حال حرکت چشم انداز رسانه‌های اجتماعی همراه	۱۵۳
چکیده	۱۵۳
۱. مقدمه	۱۵۴
۱.۱. مرور کلی	۱۵۴
۱.۲. نکاتی برای خواننده	۱۵۵
۲. روش تحقیق	۱۵۶
۳. نتایج مصاحبه‌ها	۱۵۶
۳.۱. روندهای اصلی موجود و در حال ظهور وب	۱۵۶
۳.۲. رسانه‌های اجتماعی در محیط همراه	۱۶۵
۳.۲.۱. فرصت‌هایی برای خلق محتوای همراه توسط کاربران	۱۶۵
۳.۲.۲. اشکالات محتوای همراه خلق شده توسط کاربران	۱۷۱
۳.۳. جنبه‌های مرتبط با گروه‌های اجتماعی در رسانه‌های اجتماعی همراه	۱۷۳
۳.۳.۱. یافته‌هایی که ارتباط مستقیمی با تحرک‌پذیری ندارد	۱۸۰
۳.۴. محتوا در برابر تأمین خدمات	۱۸۱
۳.۴.۱. بحث در مورد ماهیت خدمات	۱۸۲
۳.۴.۲. پیامدهای عمومی تجاری خدمات فراهم‌شده توسط کاربران	۱۸۴
۳.۴.۳. خدمات همراه فراهم‌شده توسط کاربران	۱۸۸
۳.۵. تأمین و مصرف خودکار محتوا در برابر زوبیه سنتی	۱۹۰
۳.۵.۱. دیدگاه‌های کاربران	۱۹۱
۳.۵.۲. دیدگاه‌های شرکت‌ها	۱۹۴
۳.۶. برنامه‌های کاربردی کاربران نهایی در برابر برنامه‌های کاربردی کاربران حرفه‌ای	۱۹۷
۳.۷. تفاوت‌های مربوط به قلمروی برنامه‌های کاربردی	۲۰۴
۳.۷.۱. آیا قلمروی برنامه‌های کاربردی اهمیت دارد و چرا؟	۲۰۴
۳.۷.۲. ظرفیت‌های بالقوه خاص مربوط به قلمروی هر برنامه کاربردی	۲۰۶
۴. تحلیل‌ها و نتایج	۲۰۹
۴.۱. روندهای اصلی وب و مدل‌های تجاری رسانه‌های اجتماعی	۲۰۹
۴.۲. تقویت تعامل آنی با رسانه‌های اجتماعی همراه	۲۱۲
۴.۳. پویایی‌های میان افراد و شرکت‌ها	۲۱۴

۸ کارکردهای رسانه‌های تلفن همراه و پیامدهای آن

- ۴.۴. نقاط ضعف و قوت تأمین و مصرف خودکار محتوای همراه ۲۱۶
- ۴.۵. مزایای آگاهی از ویژگی‌های کاربر ۲۱۸
- ۴.۶. کار در برابر ایام فراغت $\neq$ کارایی در برابر تنبلی $\neq$ خستگی در برابر تفریح ۲۲۰
- ۴.۷. کمک به فرایندهای شناختی ناپوسته ۲۲۲
- ۴.۸. اصول طراحی رسانه‌های اجتماعی همراه ۲۲۶
- ضمیمه الف. سؤالات طرح شده ۲۲۸
- ضمیمه ب. فهرست مصاحبه‌شوندگان ۲۳۱
- پی‌نوشت ۲۳۲
- منابع ۲۳۵

مقدمه مترجم

تا دو دهه پیش تصور اینکه بتوان در هر زمان و مکان با استفاده از یک ابزار کوچک و قابل حمل به نام تلفن همراه با هر نقطه‌ای از جهان تماس گرفت و از آخرین وضعیت دوستان، آشنایان و همکاران مطلع شد، رویایی دست‌نیافتنی به نظر می‌رسید. در یک دهه پیش هم گرچه تلفن همراه از راه رسیده بود، اما تنها ابزاری برای مکالمه و ارسال پیامک بود و کمتر کسی تصور می‌کرد بعد از گذشت چند سال بتوان با استفاده از تلفن همراه؛ تلویزیون تماشا کرد، فایل‌های ممتی، صوتی و ویدئویی ارسال و دریافت کرد، امور بانکی را انجام داد و به اینترنت متصل شد.

کارکردهای متنوعی که تنها بخشی از آنها را برشمردیم، پیامدهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی گسترده‌ای به همراه داشته که منحصر به جوامع توسعه‌یافته و پیشرو در زمینه استفاده از تلفن همراه نبوده و با گسترش دسترسی به استانداردهای پیشرفته ارتباطی و مخابراتی میلیاردها نفر در سراسر جهان از آنها بهره‌مند شده‌اند.

این کتاب متشکل از ۵ مقاله بلند و متوسط است که هر یک بخشی از جنبه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی تبدیل تلفن همراه به یک رسانه قابل حمل و متحرک را بررسی کرده‌اند. به این منظور از پژوهش‌های میدانی گسترده و مصاحبه‌های متعدد استفاده شده که با توجه به فنلاندی بودن اکثر نویسندگان و محققان مقالات مذکور، بخش اعظم آنها در فنلاند صورت گرفته است.

مقاله اول با نام "تلفن همراه: یک ابزار رسانه‌ای کامل" نوشته ویرپی اکسمن فارغ‌التحصیل رشته دکترای روزنامه‌نگاری و ارتباطات دانشگاه تمپری (Tampere) فنلاند است. این مقاله به بررسی کارکرد و نحوه حضور تلفن همراه در زندگی روزمره و تبدیل آن به یک ابزار ارتباطی و رسانه می‌پردازد. کارکردهای تلفن همراه به عنوان

یک ابزار فراگیر چندرسانه‌ای و رابطه آن با دیگر رسانه‌هایی که دائم در حال تحول هستند، موضوع دیگر این مقاله است.

محور اصلی مورد تأکید نویسنده آن است که تلفن همراه خود یک ابزار رسانه‌ای است و امروزه در مطالعات حوزه رسانه تلفن همراه اغلب در کنار رسانه‌های سنتی یک رسانه مستقل محسوب می‌شود. این ابزار رسانه‌ای ویژگی‌ها و کارکردهای اجتماعی خاص خودش را هم دارد. هرچند این کارکردها با توجه به شرایط و فرهنگ فرد مورد استفاده تغییر می‌کند؛ البته خلاقیت‌های کاربر در کمک به نقش‌آفرینی تلفن همراه در حوزه رسانه اهمیت فراوانی دارد.

تلفن همراه بر نحوه تعامل انسان‌ها با دیگر رسانه‌ها نیز تأثیر گذاشته است. تلفن همراه در جایی بین رسانه‌های شخصی، اجتماعی و گروهی قرار می‌گیرد و می‌تواند در خدمت ارتباطات شخصی، گروهی و انبوه باشد.

تلفن‌های همراه در کنار رایانه‌های شخصی به افزایش آگاهی و شکل‌گیری ایده رسانه‌های شخصی کمک کرده‌اند و باعث ایجاد اشکال جدیدی از رفتار رسانه‌ای شده‌اند. تلفن‌های همراه نه تنها ابزاری برای روزنامه‌نگاری شهروندی و ایجاد رسانه‌های مشارکتی هستند، بلکه مجرای ارتباطی میان رسانه‌های قدیمی و جدید محسوب می‌شوند. برای مثال می‌توان به استفاده از پیامک برای نظرسنجی در برنامه‌های تلویزیونی و برای ارائه دیدگاه مخاطبان در روزنامه‌ها اشاره کرد. تلفن همراه یک فناوری شخصی و همیشه در دسترس، روایت دیجیتال رویدادهای مختلف را تسهیل کرده و باعث شده عکس‌های شخصی از رویدادهای مختلف هر چه بیشتر به روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها راه یابند. امروزه رسانه‌ها باید راه‌هایی برای انتخاب محتوای مناسب از میان انبوه محتوای تولید و ارسال شده توسط مخاطبان بیابند و بتوانند صحت این اخبار را به روشی تأیید کنند.

مسئله حفظ کپی‌رایت محتوای غیرحرفه‌ای تولیدشده نیز اهمیت روزافزونی یافته است. رابط کاربری فیزیکی تلفن‌های همراه کاملاً با رسانه‌های دیگر تفاوت دارد. لذا محتوای رسانه‌ای تولیدشده باید به گونه‌ای تنظیم شود که بر روی گوشی همراه به سادگی قابل دسترس و مطالعه باشد. فعلاً به علت عدم بلوغ مرورگرهای وب تلفن همراه مشکلاتی در این زمینه وجود دارد. افزایش قابلیت استفاده از نمایشگرهای کوچک تلفن همراه هم مسئله مهم دیگری است. البته ابعاد کوچک نمایشگرهای تلفن همراه می‌تواند یک مزیت هم باشد، زیرا استفاده از خدمات تلفن همراه را در شرایط و

موقعیت‌های مختلف ممکن می‌کند. همچنین مشکلات دیگری مانند عمر کم باتری و نحوه پوشش شبکه‌ای بر کیفیت استفاده کاربر تأثیر می‌گذارد. تلفن‌های همراه دسترسی آنی به اخبار و اطلاعات و مجاری بحث و گفت‌وگو را ممکن می‌کنند و در آینده نقش آنها جهت جلب مشارکت کاربران برای تولید محتوای رسانه‌ای افزایش می‌یابد. همچنین نقش تلفن‌های همراه به عنوان رابطی تعاملی میان تک‌تک کاربران و رسانه‌های اجتماعی و گروهی افزایش خواهد یافت.

مقاله دوم از همین نویسنده "ویدئوی همراه - مقایسه کاربرد از سوی فرد، اجتماع و رسانه‌های گروهی" نام دارد. موضوع اصلی این مقاله چنانچه از نامش پیداست، خدمات ویدئو همراه است که یکی از کارکردهای رسانه‌ای تلفن‌های همراه هوشمند محسوب می‌شود. تلفن‌های همراه در حال تبدیل شدن به وسایل چندرسانه‌ای همه‌کاره‌ای هستند که اشکال، مجاری و نظام‌های ارائه محتوای رسانه‌ای متفاوتی را در خود گنجانده‌اند. خدمات ویدئوی همراه در تلفن‌های همراه سازگار با شبکه‌های نسل سوم، امکان تولید کلیپ‌های ویدئویی شخصی و همین‌طور مشاهده محتوای تولیدشده توسط دیگران، برقراری تماس‌های ویدئویی با دوستان و اعضای خانواده را فراهم کرده و پیگیری انواع مختلف محتوای رسانه‌ای مانند اخبار و دیگر برنامه‌های تلویزیونی را به صورت آنی ممکن می‌کند. از آنجایی که تلفن همراه توانایی مدیریت مجموعه متنوعی از محتوای رسانه‌ای متفاوت را پیدا کرده، به ابزار رسانه‌ای مبدل شده که برای برقراری اشکال متنوعی از ارتباطات شخصی، در داخل یک اجتماع و همین‌طور برقراری ارتباطات جمعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. گذشته از این، مرزهای سنتی ارتباطات جمعی مخدوش شده، زیرا محتوای متنوع موجود در رسانه‌های ارتباط جمعی به نحو فزاینده‌ای از طریق برنامه‌های کاربردی شخصی همراه در دسترس هستند.

این مقاله به بررسی نحوه توزیع و اهمیت محتوای ویدئویی همراه و همین‌طور خدمات تلویزیون همراه در شرایط زندگی روزمره کاربران نهایی می‌پردازد. داده‌های این تحقیق بر مبنای دو طرح تحقیقاتی تجربی تهیه شده است که از طریق آزمایش‌های میدانی در مورد خدمات دیداری همراه، به خصوص تماس‌های ویدئویی و خدمات تلویزیون همراه در فنلاند از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۷ به دست آمده‌اند.

موضوع اصلی مقاله سوم با نام "تأثیرات ارتباطات سیار"، بررسی تأثیرات ناشی از کارکردهای رسانه‌ای تلفن همراه بر زندگی شخصی و حرفه‌ای اقشار گوناگون جامعه و به خصوص اعضای نوجوان خانواده است.

اسکات دبلیو. کمبل (Scott W. Campbell) و ریچ لینگ (Rich Ling)، اساتید دانشگاه میشیگان و نویسندگان این مقاله معتقدند در چند حوزه مهم تحولات اجتماعی رخ داده که حاصل نفوذ و استفاده از تلفن همراه است و از جمله آنها می‌توان به تحول در چگونگی هماهنگی امور روزمره زندگی، نحوه تحقق روابط اجتماعی، استفاده خصوصی از فضای عمومی و غیره اشاره کرد. البته همان‌طور که فناوری تأثیراتی بر کاربرانش (و همین‌طور افرادی که کاربرانش نیستند) دارد، افراد هم تأثیرات مهمی بر فناوری دارند. همچنین تأثیرات و کاربردهای رسانه‌های همراه، بستگی به شرایط اجتماعی دارد و توسط نیروهای اجتماعی شکل می‌گیرد. ارسال پیامک؛ نمونه‌ای بسیار جالب از این امر است. با توجه به صفحه‌کلید محدود گوشی‌ها، محدودیت تعداد حروف و علائم قابل ارسال و همین‌طور ابعاد کوچک نمایشگر هرگز این قصد در بین نبوده که ارسال پیامک به پدیده‌ای که امروزه هست مبدل شود. با این حال، کاربران این فناوری و به‌خصوص کاربران جوان‌تر، با استفاده از روش‌های خلاقانه و بهره‌گیری از الگوهای زبانی، فرهنگ خاصی را در این زمینه ایجاد کرده‌اند. هرچند که تأثیرات رسانه‌های همراه به‌وضوح عمیق است، تأثیرگذاری افرادی که نحوه درک و به‌کارگیری این فناوری را شکل می‌دهند نیز بسیار قابل توجه است.

تأثیر کارکردهای رسانه‌ای تلفن همراه بر نوجوانان و کودکان به‌طور خاص موضوع مقاله چهارم با نام "کودکان، نوجوانان و ارتباطات سیار" نوشته ریچ لینگ، استاد دانشگاه میشیگان، است. وی با انجام بررسی‌های مفصل به این پرسش که تلفن همراه چه تأثیری بر ارتباطات نوجوانان گذاشته است، پاسخ‌های متعددی می‌دهد. به اعتقاد وی استفاده از پیامک منجر به شکل‌گیری نوعی از ارتباطات در میان نوجوانان شده که تبادل صریح‌تر و مستقیم‌تر پیام را ممکن می‌کند. از سوی دیگر تلفن همراه یک مجرای ارتباطی است که به نوجوانان امکان می‌دهد بر محدودیت‌های جغرافیایی غلبه کنند، محدودیت‌های تحمیل‌شده توسط والدین و همچنین محدودیت‌های زمانی ناشی از حضور در مدرسه و انجام دیگر فعالیت‌ها در وقت فراغت و ... را از بین ببرند. این ابزار تماس مداوم با والدین را هم ممکن می‌کند، هرچند این امر ممکن است به نقطه تخاصم در تعاملات میان نسلی مبدل شود. در عین حال تلفن همراه دروازه‌ای به روی گروه همسالان می‌گشاید. نویسنده معتقد است با پیشرفت فناوری احتمالاً شاهد افزوده شدن کارکردهای دیگری به این وسیله هستیم. آگاهی از محل حضور دوستان در هر لحظه، امکان ایجاد و به اشتراک‌گذاری موسیقی و دانستن در دسترس بودن یا نبودن

دیگران، همگی کارکردهایی هستند که احتمالاً در آینده به تلفن همراه اضافه می‌شوند. اما، انقلاب واقعی تلفن همراه آن است که از طریق این وسیله به همه افراد آدرسی تعلق می‌گیرد. ما صرف‌نظر از محل حضور و کاری که انجام می‌دهیم می‌توانیم به‌صورت فردی در دسترس باشیم. این مسئله بدان معناست که ما می‌توانیم امورمان را به‌صورت بسیار جزئی هماهنگ کنیم و می‌توانیم ساعت‌به‌ساعت و حتی دقیقه‌به‌دقیقه هر آنچه می‌خواهیم را با یکدیگر به اشتراک بگذاریم.

در نهایت مقاله پنجم با نام "وب در حال حرکت؛ چشم‌انداز رسانه‌های اجتماعی همراه"، نوشته سانتو تیوونن (Santtu Toivonen)، متخصص خدمات و فناوری اطلاعات، شاغل در شرکت Idean در حوزه وب و خدمات همراه است. نویسنده معتقد است امروزه رسانه‌های اجتماعی تحت وب با استفاده از محتوای تولیدشده توسط گوشی‌های تلفن همراه اعم از عکس و فیلم غنی‌تر شده‌اند و بسیاری از مردم این محتوا را مشاهده کرده و تماشايش را به دیگران توصیه می‌کنند. سایت‌های بزرگ اینترنتی مانند یوتیوب و مای‌اسپیس و فلیکر هم از محتوای تولیدشده توسط گوشی‌های تلفن همراه بهره‌مند می‌شوند. بنابراین برای بسیاری از مردم مهم‌ترین مزیت تلفن همراه تولید محتواست تا مصرف آن و این نکته مهمی است که تاکنون چندین مورد توجه قرار نگرفته‌است. این مطلب به بررسی تأثیر محتوای چندرسانه‌ای تولیدشده توسط تلفن‌های همراه بر رسانه‌های اجتماعی می‌پردازد. هدف این گزارش بررسی اجمالی این مسئله است که چگونه قابلیت تحرک‌پذیری و در کنار آن، مسئله مهم آگاهی از شرایط بر رسانه‌های اجتماعی تأثیر داشته است. علاوه بر این، در این مقاله فرصت‌های تجاری بالقوه موجود برای کاربران رسانه‌های اجتماعی همراه، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌است. به همین علت بررسی تأثیرات اقتصادی و شغلی ناشی از کارکردهای رسانه‌ای تلفن‌های همراه از جمله مباحث محوری این مقاله است.

جمع‌آوری مستندات این تحقیق در قالب مصاحبه‌هایی با افراد متخصص صورت گرفته‌است. امید می‌رود مطالعه این مجموعه مقالات به افزایش دانش حرفه‌ای در حوزه‌های فوق‌الذکر کمک کند و برای علاقه‌مندان به مباحث ارتباطات، رسانه، فناوری اطلاعات، علوم اجتماعی و سیاسی و دیگر رشته‌های مرتبط مفید باشد.

احسان موحیدیان

احمد رضا شاه‌علی

تابستان ۱۳۹۳