

تحلیلی بر کاربردهای تلفن همراه در بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه شهر تهران^۱

سعید معیدفر

دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران smoidfar@ut.ac.ir

احمد گنجی

کارشناس ارشد پژوهشگری دانشگاه تهران و پژوهشگر پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران ganji@irandoc.ac.ir

چکیده:

مقاله حاضر، برگرفته از تحقیقی است که در راستای تحقق دو هدف به شرح زیر انجام شده است: ۱- شناخت ابعاد مختلف کاربردهای تلفن همراه؛ ۲- مطالعه عوامل مؤثر بر کاربردهای تلفن همراه. در این مطالعه متغیرهای وابسته بر اساس دو بعد نوع و میزان کاربرد تلفن همراه دسته بندی شدند. متغیرهای مستقل تحقیق نیز مبتنی بر مدل «وبستر و واکشلگ» در شش دسته که هر دسته خود مشتمل بر چند متغیر بود دسته بندی شدند. این متغیرها در این مطالعه پیمایشی عملیاتی شده و در پرسشنامه ای به پاسخگویان نمونه که از ۶۰۰ نمونه یعنی دانش‌آموزان دختر و پسر تهرانی تشکیل می شدند و در مقطع متوسطه تحصیل می کردند، توزیع شدند تا به آنها پاسخ دهند. بر اساس نتایج این تحقیق، بیشتر پاسخگویان کمتر از ۳ ساعت در هفته از تلفن همراه استفاده می کنند و میانگین استفاده از تلفن همراه در میان آنان، ۵/۹۹ ساعت در هفته است. همچنین، به طور میانگین دانش‌آموزان در یک هفته، ۱۲۱ پیامک ارسال و ۱۲۹ پیامک دریافت می کنند. محتوای پیامک‌های ارسالی به ترتیب فراوانی عبارتند از: ضرورت‌های روزمره، جک قومی، جک درسی، جک جنسی، تبریک مناسبت‌ها، جوک سیاسی، تسلیت مناسبت‌ها، تصاویر مبتذل. نتایج تحلیلی تحقیق نیز نشان می دهد در حالی که محدودیت ارتباط جمعی تأثیری روی میزان و نوع کاربری تلفن همراه ندارد، در عوض، انگیزه کاربران تأثیر معناداری روی کاربرد تلفن همراه دارد. همچنین، بین میزان زمان صرف شده برای مصاحبت با خانواده و میزان کاربری تلفن همراه همبستگی معنادار معکوسی وجود دارد.

کلید واژه‌ها: کاربردها، تلفن همراه، میزان کاربری، نوع کاربری، انگیزه کاربری، زمینه کاربری.

مقدمه

امروزه، فنآوری اطلاعات و ارتباطات، همراه با فنآوری زیستی و فنآوری نانو، سه ضلع مثلثی را تشکیل می‌دهند که مسیر و جهت علوم و فنون چند دهه آینده را تعیین می‌کند (معمدنژاد، ۱۳۸۴). بنابراین، انقلاب ارتباطی و اطلاعاتی سده بیست و یک را باید بسیار فراتر از صرف الکترونیکی کردن رابطه انسان‌ها دانست. فنآوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، با فراهم آوردن امکان پیدایی «جامعه شبکه‌ای^۲» که افراد و جوامع را در قالب‌های تازه، هویت‌های تازه بخشیده (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۰ ج ۱)، نه تنها قواعد و قوانین حاکم بر ارتباط و تعامل میان انسان‌ها، بلکه ایستار^۳ ما را نسبت به خود، دیگران و جهان تغییر داده است (اولسون، ۱۳۷۷: ۵). پیدایی فنآوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی که در مقایسه با وسایل ارتباط جمعی سنتی از دامنه بیشتری برخوردارند، امکانات زیادی برای تغییر و پیش‌بینی و دورنمای تازه‌ای در زمینه توسعه فراهم نموده‌اند. این فنآوری‌ها موجب پخش سریع نظرات، ارزش‌ها، بهبود در امور آموزش، علوم، مراقبت‌های بهداشتی و فرهنگ شده‌اند (استور، ۱۳۷۵: ۱۱).

همچنین، فنآوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی روش کارکرد ما را دگرگون کرده و امور اقتصادی و اجتماعی و حتی نحوه تفکر ما را تغییر داده‌اند. تجارت، بانکداری، اوقات فراغت و سرگرمی، خدمات، خط تولید، آموزش، و بهداشت در عصر حاضر نسبت به ده سال قبل کاملاً متفاوت شده و مردم این تغییر را که فنآوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی موجب آن شده‌اند، به تدریج تشخیص می‌دهند. ترکیبی از رایانه‌ها، ماهواره‌ها، اینترنت، تلفن همراه و سایر وسایل الکترونیکی، که ابزار اطلاعات و ارتباطات مدیریت‌اند، فنآوری اطلاعاتی و ارتباطی را تشکیل می‌دهند که موجب عمل و عکس‌العمل مؤثرتر و کارا تر امور می‌شوند و باعث بروز مشاغل جدید، صنایع نوین و خلاقیت‌های بی‌درپی در کشورهای توسعه‌یافته شده، و نیز تغییراتی در روش زندگی به وجود آورده‌اند (استور، ۱۳۷۵: ۱۰).

بنابراین، با توجه به مطالب فوق، فنآوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی از جمله تلفن همراه دارای کارکردها و کاربردهای فراوانی می‌باشند که این کارکردها حوزه‌ها و جنبه‌های مختلفی را در بر می‌گیرد و می‌تواند برای جامعه در حال توسعه‌ای چون ایران به‌منزله ابزاری برای توسعه قلمداد شده و پر اهمیت به شمار آیند. اما از سوی دیگر، با اذعان به کاربردهای فراوانی که فنآوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی به ارمغان می‌آورد، پیدایی این فنآوری‌ها، بحث‌ها و جدل‌های متعددی را بر سر آثار فردی و اجتماعی، کوتاه‌مدت و بلندمدت، سطحی و زودگذر و یا عمقی و دیرپای، و کلاً آثار مثبت و منفی آنها به راه انداخته است. در حالی که به نظر می‌رسد بعضی، برغم مشاهده سرعت سرسام‌آور گسترش دسترسی به شبکه‌های کامپیوتری، و اذعان به توان حیرت‌آور رسانه‌های ارتباطی جدید، رسانه‌ها را واجد آثاری تصنعی و زودگذر به حساب می‌آورند که اصولاً هیچ مطالب اساسی درباره آنها نمی‌توان گفت (تامپسون، ۱۳۷۹: ۱۰).

به هر حال، بررسی اثرات مثبت و منفی کاربردهای فنآوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی شایسته توجه و عنایت خاص پژوهشگران، متفکران و مسؤولان است. باید در جهت شناسایی ابعاد مختلف این پدیده، مطالعات و تحقیق‌های لازم انجام شود، تا با شناسایی وضع موجود و کاربردها و آثار این مسأله، در سطح کلان، برای آموزش

و استفاده صحیح و علمی از این ابزارها، برنامه‌ریزی و سیاست‌های لازم اتخاذ شود. همچنین، در سطح خرد، هشداریها و آموزش‌های لازم از راه رسانه‌های جمعی و نهادهای آموزشی به خانواده‌ها و افراد داده شود. با عنایت به آنچه گفته شد، درک و شناخت کاربردهای مختلف تلفن همراه و عوامل مرتبط با آن در جامعه ما و به‌ویژه اهمیت آن برای نسل نوجوان و جوانان، یکی از مسائلی است که در تحقیق حاضر مورد توجه قرار گرفته است.

مطالعه حاضر با دو سؤال اصلی آغاز می‌شود: (۱) تلفن همراه در بین دانش‌آموزان متوسطه دختر و پسر چه کاربردهایی دارد (۲) این کاربردها، متأثر از چه علل و عواملی است؟

چارچوب و مدل نظری: کاربرد رویکرد ترکیبی برای تبیین کاربرد تلفن همراه

برای مطالعه عوامل مؤثر بر کاربردهای تلفن همراه از نظریه‌هایی مانند نظریه استفاده و خشنودی، نظریه دگرگونی فرهنگی اینگلهارت، نظریه کنش ارتباطی هابرماس، نظریه دسته‌بندی‌های اجتماعی مک‌کوایل و نظریه هومنز بهره‌برداری شده است.

در نظریه‌های ارتباطات جمعی، دو رویکرد نسبت به مخاطب وجود دارد که در پاسخ به دو سؤال مطرح می‌شود: رسانه‌ها با افراد چه می‌کنند؟ افراد با رسانه‌ها چه می‌کنند؟ نظریه‌های اثرات رسانه‌ها درصد پاسخ به سؤال اول و نظریه‌های استفاده و خشنودی درصد پاسخ به سؤال دوم هستند. از آنجا که در بحث فن‌آوری‌های جدید، نقش مخاطب در انتخاب اهمیت بیشتری پیدا می‌نماید، اهتمام تحقیق حاضر نیز بر نظریه‌های دسته دوم یعنی استفاده و خشنودی است.

فرض اصلی الگوی استفاده و خشنودی این است که افراد مخاطب، کم و بیش به صورت فعال به دنبال محتوایی هستند که بیشترین خشنودی را فراهم می‌کند و درجه خشنودی به نیازها و علایق افراد بستگی دارد. افراد هر قدر که بیشتر احساس کنند که محتوای واقعی نیاز آنان را برآورده می‌کنند، احتمال این که آن محتوا را انتخاب کنند، بیشتر است. از نظریه پردازان این الگو، بلامر و کاتز می‌باشند. بیشتر الگوهای استفاده و خشنودی، عنصر فرستنده را از فراگرد ارتباط جمعی کنار می‌گذارند. این الگوها نوعاً با عواملی آغاز می‌شوند که بر انتخاب مخاطبان از محتوای رسانه‌ها تأثیر می‌گذارند (وینداهاال و همکاران، ۱۳۷۶: ۲۷۴). در این نظریه فرض بر این است که تعامل مردم با رسانه‌های گروهی اغلب اوقات می‌تواند از راه کاربرد و استفاده‌هایی که مردم از محتوای رسانه‌ها می‌برند یا خشنودی و لذتی که به دست می‌آورند، توضیح داده شود (بلیک و هارولدسن، ۱۳۷۸: ۱۶۴).

در مدل ارتباطی وینداهاال، مصرف وسایل ارتباط جمعی و پاداش حاصل از این مصرف اساساً به وسیله نیازهای پایه افراد مشخص می‌شود. اما نیاز به‌منزله تنها عامل مصرف وسایل ارتباط جمعی فرض نشده است بلکه یکی از عوامل مربوط به مصرف محسوب می‌شود (محسنیان راد، ۱۳۶۹: ۴۶۹). از نظر وینداهاال عوامل مصرف ارتباط جمعی علاوه بر مصرف شامل ویژگی‌های فردی، انتظارات و ادراک فرد از وسیله ارتباطی و درجه دسترسی به آن می‌شود. همچنین، وینداهاال در مدل خود اظهار می‌دارد که انجام وظیفه خاص هر وسیله ارتباط جمعی با انتظارات ویژه‌ای که از آن وسیله می‌رود و پاداشی که گیرنده به‌دست می‌آورد به یکدیگر گره می‌خورد. در این

مدل ارتباطی مصرف وسایل ارتباط جمعی و پاداش حاصل از این مصرف اساساً به‌وسیله نیازهای پایه افراد مشخص می‌شود. در مدل وینداهاال، هرچه محتوای وسایل ارتباطی به مخاطب پاداش بیشتری بدهد و یا در جهت ارضای نیازهای شخص به‌کار رود، میزان استفاده از آن نوع محتوا بیشتر می‌شود.

در یک رویکرد دیگر، مک‌کوایل در کتاب مخاطب‌شناسی خود علاوه بر متغیرهای سن، جنس، تحصیلات، درآمد و شغل به‌منزله عوامل شکل‌دهنده کاربرد رسانه‌های جمعی، بر نقش زمان و مکان و میزان گذران اوقات فراغت تاکید می‌کند. به نظر او استفاده زیاد از رسانه‌ها نیازمند وقت زیاد است. با این وصف، علت تماشای زیاد تلویزیون از سوی زنان خانه‌دار وقت زیاد آنان است (مک‌کوایل، ۱۳۸۰: ۸۲).

اما، هومنز معتقد است در انتخاب میان چند کنش "هر چه نتیجه یک کنش برای فرد با ارزش‌تر باشد، احتمال بیشتری دارد که همان کنش را دوباره انجام دهد"، همچنین اگر تبعیت از یک ارزش موجب کسب رضامندی نشود به‌تدریج از اهمیت آن کاسته می‌شود و ارزش دیگری که اهمیت بیشتری دارد و رضایت بیشتری به همراه دارد برای فرد با اهمیت می‌شود (ریتزر، ۱۳۷۸: ۴۲۸-۴۲۹). بر اساس این نظریه می‌توان گفت میزان کاربردهای وسایل ارتباطی مانند تلفن همراه تابع رضایت از آن است.

هابرماس نیز معتقد است که نیازهای اساسی یا اصیلی وجود دارد که تمامی افراد کاملاً آزاد آنها را دارند و این نیازها توسط هرکس که صمیمانه وارد یک گفتمان عملی شود ضرورتاً کشف خواهد شد (استیون، ۱۳۸۰: ۷). گفتار، شنونده را به دنیای درونی احساس‌ها و انگیزه‌های من و همین‌طور به ارزیابی صحت گفته‌های من می‌کشاند (پیوزی، ۱۳۷۹: ۱۰۲). با این وصف، در محیط‌های تعاملی مانند اینترنت (یا تلفن همراه) که فضای احساسی دوسویه و روابط صمیمانه‌تری به‌وجود می‌آید و افراد به راحتی می‌توانند نیازهای خود را مطرح کنند، یک فضای گفتمان و مباحثه ایجاد شده و در این مباحثه افکار جدیدی شکل می‌گیرد.

در فرضیه کمیابی اینگلهارت گفته می‌شود: «الویت‌های فرد، بازتاب محیط اجتماعی - اقتصادی وی است، شخص بیشترین ارزش‌ها را برای آن چیزهایی قائل می‌شود که عرضه آنها نسبتاً کم است (اینگلهارت، ۱۳۷۸: ۷۵). براساس نظر اینگلهارت شخص بیشترین ارزش‌ها را برای آن چیزهایی قایل می‌شود که عرضه آنها نسبتاً کم است. در استفاده از این نظریه و نیز نظریه سلسله‌مراتب نیازهای مازلو در کاربرد فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی می‌توان گفت که از آن‌جا که در جامعه، عرضه برخی از نیازها کم است، بنابراین، کاربران در محیط‌های مجازی در جستجوی آنها هستند. در واقع، بر اساس این نظریه می‌توان گفت که نوع استفاده افراد از فناوری‌های ارتباطی تابع محدودیت‌های اجتماعی و فرهنگی محیط زندگی آنان است.

اما پژوهش‌های مربوط به کاربردهای تلفن همراه، نشانگر تمایزی بین کاربرد ذاتی (اجتماعی) و کاربرد ابزاری آن است. کاربرد ذاتی تلفن، به کاربرد تلفن برای اهداف اجتماعی (مانند جستجوی اطلاعات یا گذاشتن قرار ملاقات) اشاره دارد. در کنار کاربرد ذاتی و ابزاری تلفن، ویلیام و دیگران دریافتند که لذت و سرگرمی نیز از دیگر کاربردهای تلفن همراه است (کوثری و دیگران، ۱۳۸۵: ۱۲-۱۳).

در این‌باره اوکیف و سولانفسکی (۱۹۹۵)، خشنودی‌هایی را که در کاربرد تلفن وجود دارد مورد سنجش قرار داده‌اند و جامعه‌پذیری، سرگرمی، اکتساب و مدیریت زمان را به‌منزله ابعادی از کاربردهای تلفن همراه شناسایی

کرده‌اند. لوینگ و وی (۲۰۰۰) نیز نشان داده‌اند که خشنودی‌های ناشی از کاربردهای تلفن همراه تا میزان زیادی مشابه یافته‌هایی هستند که در ادبیات مربوط به تلفن عادی و ارتباطات بی‌سیم جدید ذکر شده است. همچنین آنها تحرک و دسترسی آنی را به‌مثابه ابعاد منحصر بفرد انگیزه‌های کاربردهای تلفن همراه ذکر کرده‌اند. دو گومای (۲۰۰۲) بر آن است که تحرک، مهم‌ترین ویژگی متمایزکننده تلفن همراه است. فوریت، یک مزیت عام تلفن همراه و معمولی است و قابلیت دسترسی نیز یک مزیت تلفن همراه است، اما تنها هنگامی که مالک آن در دسترس باشد. با این وجود، نقشی که فنآوری‌هایی نظیر تلفن همراه در فعالیتهای ارتباطی بازی می‌کند، تنها کارکرد آن نیست.

لینگ و یتری (۲۰۰۲) نیز نشان می‌دهند که کاربردهایی مانند سرگرمی (بازی، دوربین عکاسی، فیلم‌برداری)، دنبال مدهای جدید رفتن، پزدادن، کنترل دیگران، احساس بزرگ شدن و داشتن ابزاری کاملاً شخصی و خصوصی از مهم‌ترین انگیزه‌های داشتن تلفن همراه است و به کاربردهای ابزاری این وسیله بر می‌گردد. در پژوهشی در ایران کاربردهای تلفن همراه در ۴ دسته جای داده شده است:

۱. نیاز اطلاع‌جویی: که در ذیل این امر اطلاعات ترافیکی، اتفاقات و رخدادها، تیتیر روزنامه‌ها، اطلاعاتی مربوط به قیمت‌ها و انواع سرگرمی‌ها را می‌توان گنجاند که از منظر استفاده‌های ابزاری مطالعه می‌شود و یا تامین نیازهای اطلاعاتی شخصی (برای مثال خبردادن و خبرگرفتن از اتفاقات خانه).

۲. فواید اجتماعی: شایعه، چت، لذت بردن از صحبت کردن، گذران وقت و احساس آرامش است که انگیزه‌های استفاده را در بر می‌گیرد؛ امکان برقراری ارتباطات به بهانه‌هایی چون درد دل کردن یا گذران وقت و همین‌طور برقراری ارتباط با دوستان و خانواده و از سویی بازی با گوشی تلفن همراه یا سرگرم شدن با امکانات آن به هنگام تنهایی یا در جمع دوستان مثل انتقال اطلاعات از راه بلوتوث یا عکس گرفتن با استفاده از دوربین گوشی.

۳. رضایت‌مندی‌های عاطفی: تسهیل ارتباط با خانواده، احساس نزدیکی به اعضای خانواده، نمایش مراقبت از یکدیگر، دانستن نگرانی دیگران نسبت به ما را شامل می‌شود.

۴. تحرک (حذف محدودیت گشتن به دنبال تلفن عمومی و در صف تلفن ایستادن) و در دسترس بودن: بی‌تعلقی به مکان برای در ارتباط بودن با دیگران (دسترسی همیشگی بدون دغدغه مکان، دسترسی هر زمانی و هر مکانی، حفظ ارتباط همیشگی و در دسترس بودن برای اعضای مسن‌تر یا بیمار خانواده) که این دو گزینه آخر رضایت‌مندی تازه و منحصر به فرد تلفن همراه در میان وسایل ارتباطی میان فردی محسوب می‌شود (کوثری، ۱۳۸۵).

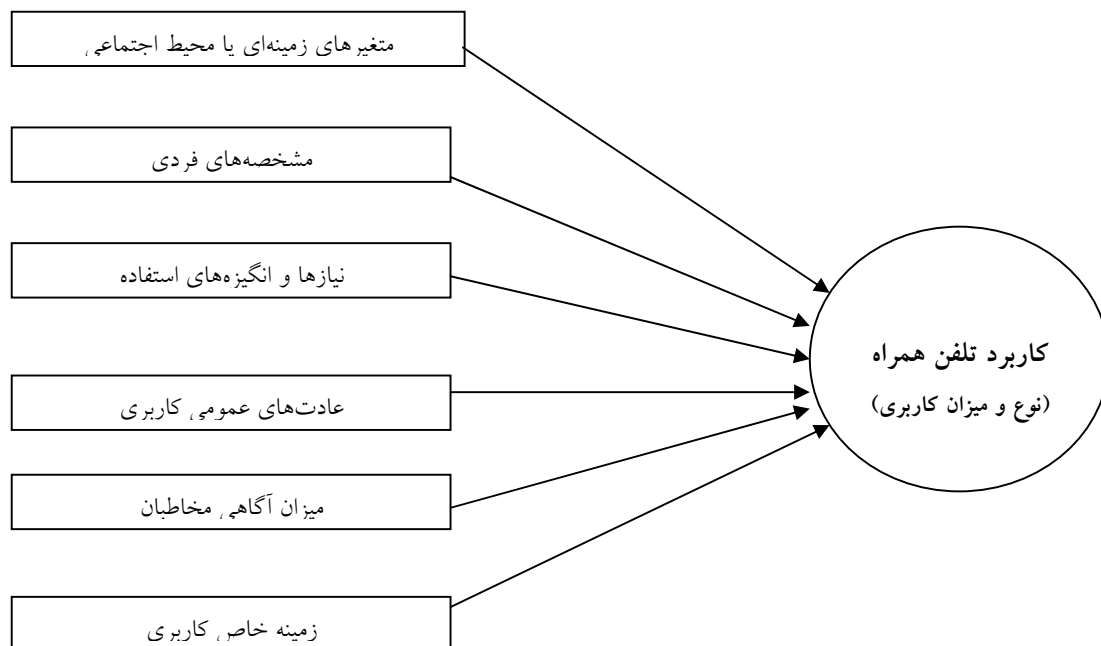
با توجه به مباحث پیش‌گفته، در این مقاله از چارچوب نظری تلفیقی برای تبیین موضوع استفاده شده است. وبستر و واکشلاگ^۴ (به نقل از مک کوایل، ۱۳۸۰: ۱۱۲-۱۱۵) نیز بر اساس نظریه‌های مزبور متغیرهای تاثیرگذار بر کاربردهای تلفن همراه را در ۶ دسته جای داده‌اند که در این مقاله از آنها بهره گرفته شده است. در دسته اول، متغیرهای زمینه‌ای یا محیط اجتماعی شامل پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده، محدودیت ارتباطات اجتماعی، منطقه یا محل زندگی و محیط خانوادگی قرار دارند. در دسته دوم، مشخصه‌های فردی

شامل سن، جنس و مقطع تحصیلی قرار می‌گیرند که در این زمینه دفلور به نقل از «مک‌کوایل» می‌گوید که استفاده از رسانه‌ها پیوند عمیقی با سایر مشخصه‌های اجتماعی و جمعیت‌شناختی به‌ویژه سن، درآمد، جنس و شغل دارد (مک‌کوایل، ۱۳۸۰: ۸۲).

در دسته سوم، نیازها و انگیزه‌های استفاده قرار می‌گیرند. در دسته چهارم، عادت‌های عمومی مربوط به استفاده از رسانه‌ها در اوقات فراغت و امکان مخاطب قرار گرفتن در زمانی معین جای دارند. در این زمینه، به توان اقتصادی لازم برای دسترسی به رسانه‌ها نیز باید اشاره کرد. درباره میزان گذران اوقات فراغت، مک‌کوایل بیان می‌کند که استفاده زیاد از رسانه‌ها به داشتن وقت فراوان در خانه (که افرادی مانند زنان خانه‌دار، بیکاران، سالمندان و غیره دارند) مربوط است و در ادامه می‌افزاید فرآیند مخاطبان غالباً پرمشغله‌ترین و ثروتمندترین‌ها هم هستند (مک‌کوایل، ۱۳۸۰: ۱۱۲).

در دسته پنجم به آگاهی، میزان و نوع اطلاعات مخاطبان اشاره می‌شود. در این رابطه، انتظار می‌رود مخاطبان فعال‌تر بتوانند بهره‌مندی از رسانه را به‌نحو مؤثرتری برنامه‌ریزی کنند. متغیر طول استفاده یا کاربری از تلفن همراه نیز در این دسته جای می‌گیرد. در دسته ششم نیز به زمینه خاص استفاده از رسانه‌ها یعنی استفاده جمعی و مکان کاربری اشاره می‌شود. سوال اصلی در اینجا این است که آیا استفاده از رسانه در تنهایی انجام می‌شود یا در کنار دیگران (دوستان، خانواده، سایرین). مکان استفاده از رسانه (مثلاً خانه، محل کار، محل تحصیل، در حین مسافرت و غیره) نیز می‌تواند ماهیت استفاده و همچنین فرآیند انجام گزینش‌ها را تغییر دهد. متغیر نحوه آشنایی با تلفن همراه را هم می‌توان در این دسته قرار داد (مک‌کوایل، ۱۳۸۰).

با توجه به شش دسته عوامل مرتبط با کاربردهای تلفن همراه، مدل تحلیلی به شکل زیر ترسیم می‌شود:



نمودار شماره (۱) مدل نظری تحقیق

فرضیه‌ها

- ۱- بین کاربرد (نوع و میزان کاربری) تلفن همراه و عوامل زمینه‌ای یا محیط اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۲- بین کاربرد (نوع و میزان کاربری) تلفن همراه و نیازها و انگیزه‌های استفاده از آن رابطه معناداری وجود دارد.
- ۳- بین کاربرد (نوع و میزان کاربری) تلفن همراه و میزان آگاهی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۴- بین کاربرد (نوع و میزان کاربری) تلفن همراه و زمینه خاص کاربری رابطه معناداری وجود دارد.
- ۵- بین کاربرد (نوع و میزان کاربری) تلفن همراه و عادت‌های عمومی کاربری رابطه معناداری وجود دارد.
- ۶- بین کاربرد (نوع و میزان کاربری) تلفن همراه و مشخصه‌های فردی رابطه معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

مطالعه حاضر از نوع مطالعه غیرآزمایشی (غیرتجربی) است که در سطح توصیفی و تحلیلی و از روش تحقیق پیمایشی به مطالعه موضوع می‌پردازد. جامعه‌آماری این پژوهش شامل دانش‌آموزان دختر و پسر مشغول به تحصیل در مقطع متوسطه شهر تهران است که جمعیت آنان بر اساس آخرین سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۸۵، ۱۱۳۵۶۳۸ نفر است. با توجه به حجم بالای جامعه آماری و محدودیت زمان و بودجه، برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است. حجم نمونه به‌دست آمده برابر با ۳۸۴ نفر است که برای جلوگیری از اشتباهات تصادفی نمونه‌ای که از اختلاف بین خوشه‌ها ناشی می‌شود، حجم نمونه به ۶۰۰ نفر افزایش داده شده است. البته از این ۶۰۰ نفر نمونه فقط ۳۴۷ نفر دارای تلفن همراه بوده‌اند که اطلاعات در مورد آنان ارائه شده است. در تحقیق حاضر از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شده است. ابتدا با توجه به متغیر پایگاه اقتصادی و اجتماعی ساکنان، تهران به سه منطقه تقسیم شده و در مرحله بعد با استفاده از نقشه بلوک‌ها در سازمان آمار، از هر منطقه دو بلوک با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده است. آن‌گاه پس از فهرست‌برداری کل پلاک‌ها و واحدهای هر بلوک، براساس روش نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک، خانوارهای نمونه انتخاب شده و در هر یک از خانوارهای نمونه نیز از افراد واجد شرایط پرسش شده و پرسشنامه تکمیل شده است. البته در صورت نبود افراد واجد شرایط، پرسشگران از پلاک‌های بعدی ب‌مثابه جایگزین استفاده کرده‌اند. پس از جمع‌آوری اطلاعات نیز برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری spss استفاده شده است.

تعاریف متغیرها:

متغیر وابسته: کاربردهای تلفن همراه

برای سنجش کاربردهای تلفن همراه در بین دانش‌آموزان از ۲ شاخص نوع استفاده و میزان استفاده بهره گرفته شده است.

الف) نوع استفاده: منظور انواع استفاده‌هایی است که افراد از تلفن همراه می‌کنند. معمولاً استفاده‌های زیادی از تلفن همراه می‌شود. در تحقیق حاضر، سعی شده است انواع استفاده‌های ممکن از تلفن همراه آورده شود. از دانش‌آموزان ۱۴ نوع استفاده از امکانات تلفن همراه بر روی طیفی پنج‌گزینه‌ای از خیلی زیاد تا خیلی کم پرسش شده است. در مرحله بعدی، این ۱۴ نوع استفاده از تلفن همراه به دو نوع الگوی کاربری عام و الگوی کاربری جانبی تقسیم شده است:

۱- الگوی کاربری عام: انواع استفاده‌هایی است که معمولاً به‌طور همگانی از تلفن همراه می‌شود.

۲- الگوی کاربری جانبی: انواع استفاده‌هایی است که به‌طور جانبی از تلفن همراه می‌شود و به‌مرور زمان نیز این نوع کاربری در حال افزایش است.

ب) میزان استفاده: برای سنجش میزان استفاده از تلفن همراه، متوسط زمانی استفاده از تلفن همراه در هفته مورد پرسش قرار گرفته است.

متغیرهای مستقل

متغیرهای مستقل تحقیق در شش دسته عبارتند از:

۱- متغیر عوامل زمینه‌ای یا محیط اجتماعی: این متغیر شامل پایگاه اقتصادی، اجتماعی خانواده، محدودیت ارتباطات اجتماعی و میزان صرف شده برای مصاحبت با خانواده است. برای سنجش پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده شاخص‌های تحصیلات پدر؛ تحصیلات مادر؛ میزان درآمد خانواده؛ شغل پدر؛ و شغل مادر، برای سنجش محدودیت ارتباطات اجتماعی از ۱۵ گویه در سطح رتبه‌ای و با استفاده از طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، کم و بیش، کاملاً مخالفم و مخالفم) و برای سنجش مصاحبت با خانواده، از میزان وقتی که فرد برای بودن در کنار خانواده و مصاحبت با آنان در شبانه روز اختصاص می‌دهد، استفاده شده است.

۲- متغیر نیازها و انگیزه‌های استفاده: این متغیر شامل انگیزه‌های فراغتی، انگیزه‌های کنش‌متقابل، انگیزه‌های آگاهی و انگیزه‌های هویتی است. برای سنجش این متغیر از ۲۳ گویه در سطح رتبه‌ای و با استفاده از طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، کم و بیش، کاملاً مخالفم و مخالفم) استفاده شده است.

۳- متغیر میزان آگاهی: این متغیر شامل طول استفاده و دسترسی به تلفن همراه است و از راه پرسش از مدت زمان استفاده از تلفن همراه و در سطح فاصله‌ای سنجش شده است.

۴- متغیر زمینه خاص کاربری: این متغیر شامل مکان کاربری، استفاده فردی و جمعی و نحوه آشنایی با تلفن همراه است. برای سنجش مکان کاربری، سوال شده که بیشتر در کدام یک از مکان‌ها مانند منزل، محل کار، محل تحصیل، کافی‌نت و ... از فناوری‌های نوین استفاده می‌شود و آیا به‌صورت فردی و یا جمعی از آنها استفاده می‌شود. برای سنجش زمان کاربری، وقت استفاده شامل صبح‌ها، ظهرها، غروب‌ها، شب‌ها، بعد از نیمه شب تا دم‌دمای صبح، زمان خاصی ندارم، و سایر موارد سنجش شده است.

- ۵- متغیر عادت‌های عمومی کاربری: این متغیر شامل زمان کاربری، هزینه تلفن همراه و میزان اوقات فراغت است. برای سنجش زمان کاربری از شاخص عادت زمانی استفاده از تلفن همراه (این که عمدتاً در چه ساعاتی از این وسیله استفاده می‌شود) استفاده شده است. برای سنجش هزینه تلفن همراه، میانگین مبلغ قبض در یک دوره دو ماهه مد نظر بوده است. برای سنجش میزان اوقات فراغت، مدت زمان اوقات فراغت فرد در طول هفته در نظر گرفته شده است.
- ۶- متغیر مشخصه‌های فردی: این متغیر شامل سن، جنس، رشته تحصیلی، خواندن نماز است. برای نماز خواندن، میزان مقید بودن به این تکلیف دینی سوال شده است، این که فرد همیشه نماز می‌خواند یا اصلاً نماز نمی‌خواند بر روی طیفی پنج‌گزینه‌ای مورد سنجش قرار گرفته است.

یافته‌های تحقیق:

الف) یافته‌های توصیفی

نتایج اولیه تحقیق نشان می‌دهد: ۵۷/۸ درصد (۳۴۷ نفر از ۶۰۰ نفر) دانش‌آموزان نمونه آماری دارای تلفن همراه هستند. در میان دارندگان تلفن همراه، تعداد پسران در مقایسه با دختران تقریباً به یک اندازه است. میانگین سنی افراد برابر با ۱۶/۵۹ سال و اکثریت قریب به اتفاق پاسخگویان در سال تحصیلی دوم و سوم دبیرستان مشغول به تحصیل بوده‌اند. بیشتر دانش‌آموزان، از نظر پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانوادگی در سطح متوسطی هستند و میانگین تعداد افراد خانواده آنان ۴/۷۲ نفر است. بیشتر پاسخگویان مدعی‌اند که از نظر وضعیت خانوادگی، خانواده پیوسته و منسجمی دارند. ۲۷/۲ درصد پاسخگویان اظهار داشته‌اند که تقریباً همیشه و به‌طور کامل نمازشان را می‌خوانند و ۲۲/۲ درصد گفته‌اند که بعضی مواقع که حس و حالش را دارند نماز می‌خوانند. میانگین مدت زمان صرف شده دانش‌آموزان برای نشست و صحبت با خانواده ۳/۷۹ ساعت در شبانه‌روز است.

۱. وضعیت کاربری تلفن همراه

۱- بیشتر پاسخگویان اظهار داشته‌اند که بین سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۶ با تلفن همراه آشنا و جزء افرادی هستند که تازه با تلفن همراه آشنا شده‌اند. بیشتر پاسخگویان (۵۴ درصد) به‌خاطر این که راحت‌تر بتوانند با والدین و اعضای خانواده‌شان ارتباط داشته باشند از تلفن همراه استفاده می‌کنند. ۲۹/۴ درصد نیز دلیل خاصی جز ضرورت داشتن تلفن همراه را ذکر نکرده‌اند و ۱۴/۵ درصد نیز به‌خاطر آن که همه دوستانشان آن را دارند نیاز به داشتن تلفن همراه را مطرح کرده‌اند. جدول شماره ۱، علت استفاده دانش‌آموزان از تلفن همراه به تفکیک جنسیت را نشان می‌دهد. نتایج آزمون کای اسکور دو متغیره نیز نشان می‌دهد که بین علت استفاده از تلفن همراه و جنسیت دانش‌آموزان رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۱. توزیع فراوانی علت استفاده از تلفن همراه به تفکیک جنسیت

جمع	جنس		علت	
	زن	مرد		
۴۹	۱۷	۳۲	تعداد	برای این که همه دوستانم داشتند
۱۴/۱۲	۴/۸۹	۹/۲۱	درصد	
۱۸۲	۸۵	۹۷	تعداد	برای این که راحت تر با اعضای خانواده ام ارتباط داشته باشم
۵۲/۴۴	۲۴/۴۹	۲۷/۹۵	درصد	
۹۳	۳۹	۶۰	تعداد	چون برایم لازم بود
۲۶/۸۰	۱۱/۲۳	۱۷/۲۹	درصد	
۷	۱	۶	تعداد	سایر (سرگرمی، هدیه و ...)
۲	۰/۳	۱/۷	درصد	
۳۳۷	۱۴۲	۱۹۵	تعداد	جمع
۹۷/۱۱	۴۰/۹۲	۵۶/۱۹	درصد	
۱۰	۳	۷	تعداد	بی جواب
۲/۸۸	۰/۸۸	۲	درصد	
۳۴۷	۱۴۵	۲۰۲	تعداد	جمع نهایی
۱۰۰	۴۱/۷	۵۸/۳	درصد	
$X^2=۰/۴۴$		$df=۳$		$sig=۰/۱۴$

همچنین، بیشتر پاسخگویان گفته اند که کمتر از ۳ ساعت در هفته از تلفن همراه استفاده می کنند. میانگین میزان استفاده از تلفن همراه در بین پاسخگویان نیز ۵/۹۹ ساعت در هفته است. در جدول شماره ۲، میزان استفاده دانش آموزان از تلفن همراه بر حسب ساعت در یک هفته آمده است.

جدول ۲. توزیع فراوانی بر حسب میزان استفاده از تلفن همراه در هفته

میزان	تعداد	درصد	درصد معتبر
کمتر از ۳ ساعت	۱۵۶	۴۵	۵۳/۶
بین ۴ تا ۶ ساعت	۴۱	۱۱/۸	۱۴/۱
بین ۷ تا ۱۰ ساعت	۵۵	۱۵/۹	۱۸/۹
بین ۱۱ تا ۱۵ ساعت	۱۱	۳/۲	۳/۸
بالای ۱۶ ساعت	۲۸	۸/۱	۹/۶
جمع	۲۹۱	۸۳/۹	۱۰۰
بی جواب	۵۶	۱۶/۱	
جمع نهایی	۳۴۷	۱۰۰	

اما بیشترین ارتباط افراد از راه تلفن همراه به ترتیب با دوستان غیر همجنس، والدین و دوستان هم کلاسی است. یک سوم ارتباطات تلفنی به دوستان غیر همجنس تعلق دارد. در مجموع نیز سهم دوستان از ارتباطات تلفنی، حدود دو سوم همه تماسها است، در حالی که سهم اعضای خانواده و اقوام حدود یک سوم است. نتایج جدول شماره ۳، بازگوکننده بیشترین تماس دانش آموزان از راه تلفن همراه می باشد.

جدول ۳. توزیع فراوانی بر حسب افرادی که بیشترین تماس با آنان برقرار می شود.

میزان	تعداد	درصد	درصد معتبر
والدین	۹۵	۲۷/۴	۲۸/۳
اقوام	۱۳	۳/۷	۳/۹
برادر و خواهر	۹	۲/۶	۲/۷
دوستان هم کلاسی	۷۵	۲۱/۶	۲۲/۳
دوستان هم محلی	۳۲	۹/۲	۹/۵
دوستان غیر همجنس	۱۱۱	۳۲	۳۳
معلم	۱	۰/۳	۰/۳
جمع	۳۳۶	۹۶/۸	۱۰۰
بی جواب	۱۱	۳/۲	
جمع نهایی	۳۴۷	۱۰۰	

میانگین میزان هزینه استفاده از تلفن همراه ۱۷۴۹۲/۴ تومان در دو ماه است که ۸۷۷۰ تومان آن (یعنی نزدیک به نیمی از کل هزینه) فقط هزینه ارسال پیامک است. افزون بر این، در یک هفته، میانگین پیامک های ارسالی ۱۲۱/۷ پیامک و میانگین تعداد پیامک های دریافتی ۱۲۹/۶ پیامک است که بر میزان بالای تبادل پیامک دلالت دارد. جدول زیر توزیع فراوانی تعداد پیامک های ارسالی و دریافتی در عرض یک هفته است.

جدول ۴. توزیع فراوانی بر حسب تعداد پیامک‌های ارسالی و دریافتی در یک هفته

تعداد پیامک‌های دریافتی		تعداد پیامک‌های ارسالی		میزان
درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۱۳/۸	۴۸	۱۵	۵۲	کمتر از ۱۵
۲۴/۸	۸۶	۲۶/۸	۹۳	بین ۱۶ تا ۴۰
۱۸/۴	۶۴	۲۰/۵	۷۱	بین ۴۱ تا ۷۰
۱۰/۷	۳۷	۱۱	۳۸	بین ۷۱ تا ۱۰۰
۲۳/۱	۸۰	۱۷/۹	۶۲	بالای ۱۰۱
۹۰/۸	۳۱۵	۹۱/۱	۳۱۶	جمع
۹/۲	۳۲	۸/۹	۳۱	بی جواب
۱۰۰	۳۴۷	۱۰۰	۳۴۷	جمع‌نهایی

همچنین، براساس نظر پاسخگویان، در یک هفته، میانگین تعداد موارد بلوتوث ارسالی ۴۲/۷۱ و تعداد موارد بلوتوث دریافتی ۳۹/۹۹ است. جدول زیر، توزیع فراوانی تعداد پیام‌های بلوتوث ارسالی و دریافتی در عرض یک هفته است.

جدول ۵. توزیع فراوانی بر حسب تعداد پیام‌های بلوتوث ارسالی و دریافتی در یک هفته

تعداد پیام‌های دریافتی		تعداد پیام‌های ارسالی		میزان
درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۳۵/۲	۱۲۲	۳۴	۱۱۸	کمتر از ۱۰
۱۰/۷	۳۷	۱۱	۳۸	بین ۱۱ تا ۲۰
۶/۹	۲۴	۶/۳	۲۲	بین ۲۱ تا ۳۰
۴/۶	۱۶	۷/۵	۲۶	بین ۳۱ تا ۵۰
۹/۵	۳۳	۸/۴	۲۹	بالای ۵۱
۶۶/۹	۲۳۲	۶۷/۱	۲۳۳	جمع
۳۳/۱	۱۱۵	۳۲/۹	۱۱۴	بی جواب
۱۰۰	۳۴۷	۱۰۰	۳۴۷	جمع‌نهایی

بر اساس نظر پاسخگویان، ۳۸/۳ درصد محتوای پیامک‌های ارسالی، معمولی و روزمره، ۱۰/۴ درصد جک قومی، ۹/۵ درصد درسی، ۸/۹ درصد جک جنسی، ۶/۳ درصد تبریک مناسبت‌ها، ۴/۶ درصد جک سیاسی، ۳/۲ درصد تسلیت مناسبت‌ها و ۱/۷ درصد تصاویر مبتذل عنوان شده است. همچنین، ۱۵/۶ درصد محتوای پیامک‌های ارسالی را همه موارد فوق دانسته‌اند. جدول شماره ۶، به خوبی توزیع فراوانی محتوای پیامک‌های ارسالی از راه

تلفن همراه به تفکیک جنسیت را نشان می‌دهد. نتایج آزمون کای اسکوئر دو متغیره نیز نشان می‌دهد که بین محتوای پیامک‌های ارسالی و جنسیت دانش‌آموزان رابطه معناداری وجود دارد. جدول زیر نشان می‌دهد که محتوای پیامک‌های ارسالی دختران، تبریک مناسبت‌ها و درسی، اما محتوای پیامک‌های ارسالی پسران، ارسال انواع جک‌ها است.

جدول ۶. توزیع فراوانی محتوای پیامک‌های ارسالی به تفکیک جنسیت

جمع	جنس		محتوای پیامک‌های ارسالی	
	زن	مرد		
۱۶	۶	۱۰	تعداد	جک سیاسی
۴/۶	۱/۷	۲/۹	درصد	
۳۶	۱۳	۲۳	تعداد	جک قومی
۱۰/۴	۳/۸	۶/۷	درصد	
۳۱	۱۱	۲۰	تعداد	جک جنسی
۹	۳/۲	۵/۸	درصد	
۶	۱	۵	تعداد	تصاویر مبتذل
۱/۷	۰/۳	۱/۴	درصد	
۲۳	۱۵	۸	تعداد	تبریک مناسبت‌ها
۶/۷	۴/۳	۲/۳	درصد	
۱۱	۵	۶	تعداد	تسلیت مناسبت‌ها
۳/۲	۱/۴	۱/۷	درصد	
۱۳۳	۵۷	۷۶	تعداد	معمولی و روزمره
۳۸/۶	۱۶/۵	۲۲	درصد	
۳۵	۲۲	۱۳	تعداد	درسی
۱۰/۱	۶/۴	۳/۸	درصد	
۵۴	۱۸	۳۶	تعداد	همه موارد
۱۵/۷	۵/۲	۱۰/۴	درصد	
۳۴۵	۱۴۸	۱۹۷	تعداد	جمع
۱۰۰	۴۲/۹	۵۷/۱	درصد	
$X^2=۱۵/۶۶$		$df=۸$	$sig=۰/۰۴$	$Cramers V=۰/۲۱$

از نتایج دیگر تحقیق این‌که والدین در حد متوسط و کمی، بر نحوه استفاده فرزندان‌شان از تلفن همراه نظارت دارند و فرزندان‌شان هم کمتر با والدین خود درباره تلفن همراه صحبت می‌کنند، در حالی‌که با دوستان خود بیشتر درباره تلفن همراه صحبت می‌کنند. از نتایج دیگر این‌که استفاده از تلفن همراه باعث نشده است که دانش‌آموزان وقت کمتری به درس خواندن اختصاص دهند.

نتایج دیگر تحقیق نیز نشان می‌دهد پاسخگویان، از امکاناتی مانند صحبت برون شهری؛ صحبت با خارج از کشور؛ ورود به اینترنت؛ ماشین حساب؛ ریمایندر و بازی کردن تلفن همراه به میزان کمی استفاده می‌کنند. در حالی که از امکاناتی مانند بلوتوث؛ امکان فیلم‌برداری؛ امکان ذخیره و تماشای فیلم و کلیپ‌های تصویری در حد متوسط و نهایتاً، از امکاناتی مانند صحبت داخل شهری؛ اس‌ام‌اس یا پیام کوتاه؛ عکاسی؛ ساعت هشدار؛ امکان ذخیره و گوش دادن به موسیقی استفاده زیادی به عمل می‌آورند.

در اولویت‌بندی استفاده از هر یک از امکانات تلفن همراه نتایج نشان می‌دهد پاسخگویان در اولویت اول از پیامک؛ صحبت داخل شهری و ذخیره و گوش دادن موسیقی، در اولویت دوم از ساعت هشدار؛ عکس گرفتن و استفاده از بلوتوث، در اولویت سوم از بازی کردن؛ فیلم‌برداری و ذخیره و تماشای فیلم و کلپ‌های تصویری استفاده می‌کنند.

بنابراین، نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد پرتعدادترین نوع استفاده از تلفن همراه، پیامک است و پس از آن تماس داخل شهری قرار دارد. در واقع، میزان گرایش دانش‌آموزان به استفاده‌های عام از تلفن همراه بیش از استفاده‌های جانبی مثل بازی کردن، فیلم‌برداری و غیره است.

جدول شماره ۷، میزان استفاده دانش‌آموزان از امکانات مختلف تلفن همراه برحسب طیف پنج‌گزینه‌ای خیلی کم تا خیلی زیاد را نشان می‌دهد.

جدول شماره (۷) توزیع فراوانی برحسب میزان استفاده از هر یک از امکانات تلفن همراه

میزان استفاده							نوع استفاده	ردیف
جمع	بی‌جواب	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم		
۳۴۷	۹	۷۶	۷۱	۹۸	۵۱	۴۲	فراوانی	۱. صحبت داخل شهری
۱۰۰	۲/۶	۲۱/۹	۲۰/۵	۲۸/۲	۱۴/۷	۱۲/۱	درصد	
۳۴۷	۱۱	۹	۲۹	۷۴	۸۰	۱۴۴	فراوانی	۲. صحبت برون شهری
۱۰۰	۳/۲	۲/۶	۸/۴	۲۱/۳	۲۳/۱	۴۱/۵	درصد	
۳۴۷	۲۱	۵	۵	۱۸	۳۱	۲۷۶	فراوانی	۳. صحبت خارج از کشور
۱۰۰	۶/۱	۱/۴	۱/۴	۵/۲	۸/۹	۷۶/۹	درصد	
۳۴۷	۹	۱۵۸	۱۰۸	۴۹	۱۲	۱۱	فراوانی	۴. استفاده از پیامک
۱۰۰	۲/۶	۴۵/۵	۳۱/۱	۱۴/۱	۳/۵	۳/۲	درصد	
۳۴۷	۱۸	۵۹	۶۰	۸۱	۴۶	۸۳	فراوانی	۵. استفاده از بلوتوث
۱۰۰	۵/۲	۱۷	۱۷/۳	۲۳/۳	۱۳/۳	۲۳/۹	درصد	
۳۴۷	۱۷	۶۴	۷۸	۸۷	۵۲	۴۹	فراوانی	۶. عکس گرفتن
۱۰۰	۴/۹	۱۸/۴	۲۲/۵	۲۵/۱	۱۵	۱۴/۱	درصد	
۳۴۷	۱۸	۵۲	۵۴	۹۸	۶۴	۶۱	فراوانی	۷. فیلم‌برداری

۱۰۰	۵/۲	۱۵	۱۵/۶	۲۸/۲	۱۸/۴	۱۷/۶	درصد		
۳۴۷	۲۹	۱۶	۲۱	۳۰	۴۸	۲۰۳	فراوانی	۸. ورود به اینترنت	
۱۰۰	۸/۴	۴/۶	۶/۱	۸/۶	۱۳/۸	۵۸/۵	درصد		
۳۴۷	۱۲	۱۹	۳۸	۱۰۱	۸۳	۹۴	فراوانی	۹. استفاده از ماشین حساب	
۱۰۰	۳/۵	۵/۵	۱۱	۲۹/۱	۲۳/۹	۲۷/۱	درصد		
۳۴۷	۱۱	۸۳	۷۷	۸۹	۳۲	۵۵	فراوانی	۱۰. استفاده از ساعت هشدار	
۱۰۰	۳/۲	۲۳/۹	۲۲/۲	۲۵/۶	۹/۲	۱۵/۹	درصد		
۳۴۷	۱۷	۱۴۲	۷۲	۵۱	۲۹	۳۶	فراوانی	۱۱. ذخیره و گوش دادن به موسیقی	
۱۰۰	۴/۹	۴۰/۹	۲۰/۷	۱۴/۷	۸/۴	۱۰/۴	درصد		
۳۴۷	۲۰	۶۳	۴۴	۵۷	۸۳	۸۰	فراوانی	۱۲. ذخیره و تماشای فیلم و کلیپ‌های تصویری	
۱۰۰	۵/۸	۱۸/۲	۱۲/۷	۱۶/۴	۲۳/۹	۲۳/۱	درصد		
۳۴۷	۵۰	۲۵	۱۷	۵۲	۸۵	۱۱۸	فراوانی	۱۳. استفاده از ریمایندر	
۱۰۰	۱۴/۴	۷/۲	۴/۹	۱۵	۲۴/۵	۳۴	درصد		
۳۴۷	۲۱	۴۱	۴۶	۷۵	۷۰	۹۴	فراوانی	۱۴. بازی کردن	
۱۰۰	۶/۱	۱۱/۸	۱۳/۳	۲۱/۶	۲۰/۲	۲۷/۱	درصد		

ب) یافته‌های تحلیلی

در این قسمت فرضیه‌های تحقیق با تأسی از مدل وبستر و واکشلاگ (۱۹۸۳) در قالب ۶ عامل پیش‌گفته مطالعه می‌شوند.

تأثیر عوامل زمینه‌ای یا محیط اجتماعی بر کاربردهای تلفن همراه

۱- تأثیر محدودیت ارتباطات اجتماعی بر کاربردهای تلفن همراه

نتایج آزمون‌ها نشان می‌دهد همبستگی معناداری بین میزان محدودیت ارتباطات جمعی و هر یک از متغیرهای میزان استفاده از تلفن همراه؛ میزان تمایل به کاربری عام و میزان تمایل به کاربری جانبی وجود ندارد. با توجه به یافته‌های فوق می‌توان گفت بر خلاف اینترنت و ماهواره، تلفن همراه به‌منزله یک فنآوری نوین اطلاعاتی و ارتباطی، ارتباطی با محدودیت ارتباطات اجتماعی ندارد. در واقع، محدودیت فضاهای اجتماعی دانش‌آموزان بیشتر باعث روی آوردن آنان به اینترنت و ماهواره می‌شود تا تلفن همراه.^۵

۲- تأثیر پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده بر کاربردهای تلفن همراه

پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده با میزان استفاده از تلفن همراه رابطه معناداری ندارد. اما سایر نتایج آزمون‌ها نشان می‌دهد که همبستگی معناداری بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده و میزان تمایل به کاربری عام و میزان تمایل به کاربری جانبی وجود دارد. بنابراین، فرض تأثیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده بر میزان

استفاده از تلفن همراه رد می‌شود اما فرض تأثیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده بر انواع کاربردها مورد تایید قرار می‌گیرد.

۳- تأثیر میزان وقت صرف‌شده برای مصاحبت با خانواده بر کاربردهای تلفن همراه

میزان وقت صرف‌شده برای مصاحبت با خانواده تنها با بعد میزان استفاده از تلفن همراه رابطه معناداری دارد. بنابراین، یافته‌ها نشان می‌دهد که میزان استفاده از تلفن همراه می‌تواند به نوعی میزان مناسبات اجتماعی با خانواده را تحت تأثیر قرار دهد و آنرا تحدید نماید. جدول شماره ۸، نتایج آزمون پیرسون برای مطالعه تأثیر عوامل زمینه‌ای بر کاربردهای تلفن همراه را نشان می‌دهد.

جدول ۸. نتایج آزمون پیرسون برای مطالعه تأثیر عوامل زمینه‌ای بر کاربردهای تلفن همراه

متغیرهای مستقل	متغیر وابسته	مقدار همبستگی پیرسون	معنی داری
محدودیت ارتباطات جمعی	میزان استفاده از تلفن همراه	-۰/۰۹	۰/۱۴
	میزان تمایل به کاربری عام	۰/۰۵	۰/۲۵
	میزان تمایل به کاربری جانبی	۰/۰۵	۰/۲۴
پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده	میزان استفاده از تلفن همراه	۰/۰۷	۰/۲۲
	میزان تمایل به کاربری عام	-۰/۱۵	۰/۰۱
	میزان تمایل به کاربری جانبی	-۰/۱۳	۰/۰۱
میزان صرف‌شده برای مصاحبت با خانواده	میزان استفاده از تلفن همراه	-۰/۱۷	۰/۰۱
	میزان تمایل به کاربری عام	۰/۰۷	۰/۱۲
	میزان تمایل به کاربری جانبی	۰/۰۸	۰/۰۷

تأثیر مشخصه‌های فردی بر کاربردهای تلفن همراه

۱- تأثیر سن بر کاربردهای تلفن همراه

سن به‌مثابه متغیر مستقل رابطه معناداری با هیچ‌کدام از متغیرهای وابسته یعنی میزان استفاده از تلفن همراه و میزان تمایل به کاربری عام و جانبی تلفن همراه ندارد. نتیجه فوق دال بر رد ترسیم احتمالی الگوی کاربری تلفن همراه بر اساس سن است. به‌عبارت دیگر نمی‌توان دانش‌آموزان را در خصوص کاربردهای تلفن همراه (چه میزان استفاده و چه نوع استفاده) از جهت سنی از هم تفکیک کرد.

۲- تأثیر جنس بر کاربردهای تلفن همراه

با استناد به نتایج به‌دست آمده میزان تمایل به کاربری عام تلفن همراه برحسب جنس تفاوت معنادار پیدا می‌کند. به‌طوری‌که، مردان نسبت به زنان تمایل بیشتری در کاربری عام تلفن همراه دارند. نتیجه آزمون‌ها نشان می‌دهد نمی‌توان مرزی بین مردان و زنان از جهت میزان استفاده از تلفن همراه قائل بود. با این وصف، نمی‌توان

گفت که آیا زنان بیشتر از تلفن همراه استفاده می‌کنند یا مردان. اما می‌توان گفت که مردان معمولاً بیشتر از زنان تمایل دارند تا با تلفن همراه صحبت کنند و یا پیام کوتاه بفرستند.

۳- تأثیر رشته تحصیلی بر کاربردهای تلفن همراه

نتایج آزمون دیگری نشان می‌دهد هیچ‌کدام از متغیرهای وابسته یعنی میزان استفاده از تلفن همراه و میزان تمایل به کاربری عام و جانبی از تلفن همراه برحسب رشته تحصیلی پاسخگویان تفاوت معناداری ندارد. بنابراین، این که دانش‌آموزان در چه رشته‌ای مشغول به تحصیل هستند، در کاربردهای تلفن همراه، خواه در میزان استفاده و خواه در نوع استفاده از تلفن همراه، تأثیری ندارد.

۴- تأثیر میزان انجام مناسک دینی بر کاربردهای تلفن همراه

از نتایج دیگر این که میزان استفاده از تلفن همراه و میزان تمایل به کاربری عام و جانبی از تلفن همراه برحسب میزان انجام مناسک دینی پاسخگویان تفاوت معناداری را نشان می‌دهد. کسانی که بعضی مواقع نماز می‌خوانند، کمترین میانگین میزان استفاده، میزان تمایل به کاربری عام و جانبی از تلفن همراه را به خود اختصاص داده‌اند. در حالی که کسانی که تقریباً همیشه نماز می‌خوانند بیشترین میانگین را در خصوص میزان استفاده، میزان تمایل به کاربری عام و جانبی از تلفن همراه به خود اختصاص داده‌اند. نتایج قابل تاملی است مبتنی بر این که افراد مذهبی بیشتر از بقیه از تلفن همراه و انواع کاربری‌های آن استفاده می‌کنند.

جدول ۹، نتایج آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه برای مطالعه تأثیر مشخصه‌های فردی بر کاربردهای تلفن همراه نشان می‌دهد.

جدول ۹. نتایج آزمون F برای مطالعه تأثیر مشخصه‌های فردی بر میزان کاربرد استفاده از تلفن همراه

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار همبستگی	سطح معنی‌داری
سن	میزان استفاده از تلفن همراه	۰/۰۰۶	۰/۹۲
	میزان تمایل به کاربری عام	۰/۰۴	۰/۳۳
	میزان تمایل به کاربری جانبی	۰/۰۱	۰/۸۰
رشته تحصیلی	میزان استفاده از تلفن همراه	۰/۶۱۴	۰/۶۰
	میزان تمایل به کاربری عام	۰/۵۶	۰/۶۳
	میزان تمایل به کاربری جانبی	۱/۲۳	۰/۲۹
میزان نماز خواندن	میزان استفاده از تلفن همراه	۲/۵۹۴	۰/۰۳
	میزان تمایل به کاربری عام	۲/۷۶۷	۰/۰۲
	میزان تمایل به کاربری جانبی	۳/۱۱۶	۰/۰۱

جدول ۱۰، نتایج آزمون تی نمونه‌های مستقل برای بررسی تأثیر جنسیت بر کاربردهای تلفن همراه را نشان می‌دهد.

جدول ۱۰. نتایج آزمون t برای مطالعه تأثیر جنسیت بر میزان کاربرد استفاده از تلفن همراه

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی داری
جنس	میزان استفاده از تلفن همراه	۰/۳۸	۲۵۰	۰/۷۰
	میزان تمایل به کاربری عام	۱/۹۸	۵۱۸	۰/۰۴
	میزان تمایل به کاربری جانبی	۱/۵۲	۵۱۸	۰/۱۲

تأثیر نیازها و انگیزه‌های کاربری بر کاربردهای تلفن همراه

۱- تأثیر انگیزه فراغتی بر کاربردهای تلفن همراه

نتایج آزمون نشان می‌دهد که همبستگی معنادار و مستقیمی بین متغیر انگیزه فراغتی و هر یک از متغیرهای وابسته یعنی میزان تمایل به کاربری عام و میزان تمایل به کاربری جانبی از تلفن همراه وجود دارد. به نحوی که، هر چه کاربردهای تلفن همراه با انگیزه فراغتی دانش‌آموزان بیشتر می‌شود، میزان تمایل آنان به کاربری‌های عام و جانبی از تلفن همراه نیز بیشتر می‌شود. اما این متغیر بر میزان استفاده از تلفن همراه تأثیری ندارد.

۲- تأثیر انگیزه آگاهی بر کاربردهای تلفن همراه

همچنین، همبستگی معنادار و مستقیمی بین متغیر انگیزه آگاهی و میزان تمایل به کاربری عام و میزان تمایل به کاربری جانبی از تلفن همراه وجود دارد. بنابراین، هرچه انگیزه آگاهی از تلفن همراه بیشتر باشد کاربری عام و جانبی از تلفن همراه نیز بیشتر می‌شود. اما این متغیر بر میزان استفاده از تلفن همراه تأثیری ندارد.

۳- تأثیر انگیزه کنش متقابل بر کاربردهای تلفن همراه

همچنین، همبستگی معنادار و مستقیمی بین متغیر انگیزه کنش متقابل و میزان تمایل به کاربری عام و میزان تمایل به کاربری جانبی از تلفن همراه وجود دارد. بنابراین، هرچه انگیزه کنش متقابل از تلفن همراه بیشتر باشد کاربری عام و جانبی از تلفن همراه نیز بیشتر می‌شود. اما این متغیر بر میزان استفاده از تلفن همراه تأثیری ندارد.

۴- تأثیر انگیزه هویتی بر کاربردهای تلفن همراه

همچنین، همبستگی معنادار و مستقیمی بین متغیر انگیزه هویتی و میزان تمایل به کاربری عام و میزان تمایل به کاربری جانبی از تلفن همراه وجود دارد. بنابراین، هرچه انگیزه هویتی از تلفن همراه بیشتر باشد کاربری عام و جانبی از تلفن همراه نیز بیشتر می‌شود. اما این متغیر بر میزان استفاده از تلفن همراه تأثیری ندارد. جدول ۱۱، نتایج آزمون پیرسون برای مطالعه تأثیر نیازها و انگیزه‌های کاربری بر کاربردهای تلفن همراه را نشان می‌دهد.

جدول ۱۱. نتایج آزمون پیرسون برای فرضیه‌های تأثیر نیازها و انگیزه‌های کاربری بر کاربردهای تلفن همراه

مقدار معنی داری	مقدار همبستگی پیرسون	متغیر وابسته	متغیرهای مستقل
۰/۶۸	۰/۰۲	میزان استفاده از تلفن همراه	انگیزه فراغتی
۰/۰۱	۰/۸۳	میزان تمایل به کاربری عام	
۰/۰۱	۰/۸۰	میزان تمایل به کاربری جانبی	
۰/۷۸	۰/۰۱	میزان استفاده از تلفن همراه	انگیزه آگاهی
۰/۰۱	۰/۸۱	میزان تمایل به کاربری عام	
۰/۰۱	۰/۸۲	میزان تمایل به کاربری جانبی	
۰/۴۸	۰/۰۴	میزان استفاده از تلفن همراه	انگیزه کنش متقابل
۰/۰۱	۰/۸۷	میزان تمایل به کاربری عام	
۰/۰۱	۰/۸۶	میزان تمایل به کاربری جانبی	
۰/۸۱	۰/۰۱	میزان استفاده از تلفن همراه	انگیزه هویتی
۰/۰۱	۰/۸۱	میزان تمایل به کاربری عام	
۰/۰۱	۰/۸۱	میزان تمایل به کاربری جانبی	

تأثیر عادت‌های عمومی کاربری بر کاربردهای تلفن همراه

۱- تأثیر میزان گذران اوقات فراغت بر کاربردهای تلفن همراه

بین میزان گذران اوقات فراغت و هیچیک از متغیرهای وابسته یعنی میزان استفاده از تلفن همراه و میزان تمایل به کاربری عام و جانبی از تلفن همراه رابطه معناداری وجود ندارد. در واقع، میزان گذران اوقات فراغت دانش-آموزان تأثیری بر کاربردهای تلفن همراه خواهد داشت استفاده از آن و خواه نوع استفاده از آن ندارد.

۲- تأثیر میزان هزینه پرداختی بر کاربردهای تلفن همراه

اما، همبستگی مستقیم و معناداری بین میزان هزینه پرداختی و تمامی متغیرهای وابسته یعنی میزان استفاده از تلفن همراه و میزان تمایل به کاربری عام و جانبی از تلفن همراه وجود دارد. در واقع، هرچه میزان هزینه پرداختی برای تلفن همراه بیشتر باشد، میزان استفاده از تلفن همراه و میزان تمایل به کاربری عام و جانبی از تلفن همراه نیز زیادتر است.

۳- تأثیر زمان کاربری بر کاربردهای تلفن همراه

بین میزان استفاده از تلفن همراه و زمان کاربری از تلفن همراه تفاوت معناداری وجود دارد. مطابق با مدل وبستر واکشلاگ، زمان به‌مثابه عامل تأثیرگذار در استفاده از تلفن همراه به حساب می‌آید. در واقع، استفاده از تلفن همراه در فضای زمانی خاصی انجام می‌شود. اما بین زمان کاربری از تلفن همراه و کاربردهای عام و جانبی

تلفن همراه رابطه معنی‌داری دیده نمی‌شود. جدول ۱۲، نتایج آزمون پیرسون برای مطالعه تأثیر عادات عمومی بر کاربردهای تلفن همراه را نشان می‌دهد.

جدول ۱۲. نتایج آزمون پیرسون برای فرضیه‌های تأثیر عادات عمومی بر کاربردهای تلفن همراه

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری
میزان هزینه پرداختی	میزان استفاده از تلفن همراه	۰/۱۳	۰/۰۳
	میزان تمایل به کاربری عام	۰/۲۹	۰/۰۱
	میزان تمایل به کاربری جانبی	۰/۱۴	۰/۰۱
میزان گذران اوقات فراغت	میزان استفاده از تلفن همراه	۰/۰۲	۰/۷۸
	میزان تمایل به کاربری عام	-۰/۰۲	۰/۶۵
	میزان تمایل به کاربری جانبی	-۰/۰۴	۰/۴۳
زمان کاربری	میزان استفاده از تلفن همراه	۲/۳۰۱	۰/۰۴
	میزان تمایل به کاربری عام	۰/۶۸۱	۰/۶۳
	میزان تمایل به کاربری جانبی	۰/۲۱	۰/۹۵

تأثیر میزان آگاهی مخاطبان بر کاربردهای تلفن همراه

۱- تأثیر میزان سابقه استفاده از تلفن همراه بر کاربردهای تلفن همراه

نتیجه آزمون نشان می‌دهد که همبستگی معناداری بین سابقه استفاده از تلفن همراه و میزان تمایل به کاربری جانبی تلفن همراه وجود دارد. در واقع، دانش‌آموزان با سابقه کاربری بالاتر از تلفن همراه، تمایل بیشتر دارند تا از امکانات جانبی تلفن همراه (غیر از صحبت و پیامک) استفاده نمایند. اما سابقه استفاده از تلفن همراه بر میزان استفاده از آن و نیز تمایل برای کاربری عام از آن تأثیری ندارد. جدول ۱۳، نتایج آزمون فوق است.

جدول ۱۳. نتایج آزمون پیرسون برای مطالعه تأثیر میزان سابقه استفاده از تلفن همراه بر کاربردهای آن

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار همبستگی پیرسون	مقدار معنی‌داری
سابقه استفاده از تلفن همراه	میزان استفاده از تلفن همراه	۰/۰۹	۰/۱۴
	میزان تمایل به کاربری عام	-۰/۰۶	۰/۲۹
	میزان تمایل به کاربری جانبی	-۰/۱۲	۰/۰۵

تأثیر زمینه خاص کاربری بر کاربردهای تلفن همراه

۱- تأثیر دلیل استفاده از تلفن همراه بر کاربردهای تلفن همراه

نتایج آزمون نشان می‌دهد که میان دلیل استفاده از تلفن همراه پاسخگویان و میزان استفاده از تلفن همراه، میزان تمایل به کاربری عام و جانبی از تلفن همراه تفاوت معناداری وجود ندارد. در واقع، علی‌که باعث شده است تا دانش‌آموزان تلفن همراه داشته باشند، تاثیری بر استفاده از تلفن همراه و میزان تمایل آنان به کاربری عام و جانبی از تلفن همراه ندارد. جدول ۱۴، نتایج آزمون پیرسون برای مطالعه تأثیر دلایل استفاده از تلفن همراه بر کاربردهای تلفن همراه را نشان می‌دهد.

جدول ۱۴. نتایج آزمون پیرسون برای مطالعه تأثیر دلایل استفاده از تلفن همراه بر کاربردهای آن

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار همبستگی پیرسون	مقدار معنی‌داری
دلایل استفاده از تلفن همراه	میزان استفاده از تلفن همراه	۲/۱۶	۰/۰۶
	میزان تمایل به کاربری عام	۰/۹۴	۰/۴۸
	میزان تمایل به کاربری جانبی	۱/۵۶	۰/۱۳

نتیجه‌گیری

نتایج توصیف: بیشتر پاسخگویان گفته‌اند که به دلیل آن‌که راحت‌تر بتوانند با والدین و اعضای خانواده‌شان ارتباط داشته باشند از تلفن همراه استفاده می‌کنند. بیشتر پاسخگویان کمتر از ۳ ساعت در هفته از تلفن همراه استفاده می‌کنند و میانگین استفاده از تلفن همراه در هفته نیز ۵/۹۹ ساعت است. بیشترین ارتباط افراد از راه تلفن همراه با دوستان غیر هم‌جنس، والدین و دوستان هم‌کلاسی است. ضمناً الگوی زمانی خاصی نیز برای استفاده از تلفن همراه وجود ندارد. میانگین تعداد پیام کوتاه ارسالی در هفته ۱۲۱/۶۶ و دریافتی ۱۲۹/۵۹ است. میانگین تعداد بلوتوث‌های ارسالی در هفته ۴۲/۷۱ و دریافتی ۳۹/۹۹ است. والدین در حد متوسط و کمی بر نحوه استفاده دانش‌آموزان از تلفن همراه نظارت دارند و دانش‌آموزان هم کمتر با والدین خود درباره تلفن همراه صحبت می‌کنند، اما برعکس با دوستان خود بیشتر درباره تلفن همراه صحبت می‌کنند. استفاده از تلفن همراه باعث نشده است که دانش‌آموزان وقت کمتری به درس خواندن اختصاص بدهند. درباره میزان استفاده دانش‌آموزان از جنبه‌های مختلف تلفن همراه نتایج نشان می‌دهد پاسخگویان در اولویت اول از پیام کوتاه؛ صحبت داخل شهری، ذخیره و گوش دادن موسیقی، در اولویت دوم از ساعت هشدار؛ عکس گرفتن و بلوتوث و در اولویت سوم از بازی کردن؛ فیلم‌برداری و ذخیره و تماشای فیلم و کلیپ‌های تصویری استفاده می‌کنند.

نتایج تحلیلی: بر خلاف اینترنت و ماهواره، تلفن همراه به‌منزله یک فن‌آوری نوین اطلاعاتی و ارتباطی، با محدودیت ارتباطات اجتماعی ارتباطی ندارد. در واقع، محدودیت فضاهای اجتماعی دانش‌آموزان بیشتر باعث

روی آوردن آنان به اینترنت و ماهواره می‌شود تا تلفن همراه. همچنین، فرض تأثیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده بر میزان استفاده از تلفن همراه رد می‌شود. اما فرض تأثیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده بر انواع کاربردهای آن، مورد تأیید قرار می‌گیرد. یافته‌ها نشان می‌دهد که میزان استفاده از تلفن همراه می‌تواند به‌نوعی میزان مناسبات اجتماعی با خانواده را تحت تأثیر قرار دهد و آن را تحدید کند.

نمی‌توان دانش‌آموزان را در خصوص کاربردهای تلفن همراه (چه میزان استفاده و چه نوع استفاده) از جهت سنی از هم تفکیک کرد. در واقع، نتیجه به‌دست‌آمده مغایر با مدل وبستر و واکشلاگ است که سن را به‌مثابه یکی از متغیرهای فردی در کاربردهای فناوری‌ها مؤثر می‌داند. همچنین، نمی‌توان گفت که آیا زنان بیشتر از تلفن همراه استفاده می‌کنند یا مردان. اما می‌توان گفت که مردان معمولاً بیشتر از زنان تمایل دارند تا با تلفن همراه صحبت کنند و یا پیام کوتاه بفرستند. افزون بر این، کسانی که تقریباً همیشه نماز می‌خوانند بیشترین میانگین را در خصوص میزان استفاده، میزان تمایل به کاربری عام و جانبی از تلفن همراه به خود اختصاص داده‌اند.

هر چه کاربردهای تلفن همراه با انگیزه فراغتی دانش‌آموزان بیشتر می‌شود، میزان تمایل آنان به کاربری‌های عام و جانبی از تلفن همراه نیز بیشتر می‌شود. همچنین هرچه انگیزه آگاهی از تلفن همراه بیشتر باشد کاربری عام و جانبی از تلفن همراه نیز بیشتر می‌شود. هرچه انگیزه کنش متقابل از تلفن همراه بیشتر باشد کاربری عام و جانبی از تلفن همراه نیز بیشتر می‌شود. این نتایج نیز مؤید نظریه وبستر و واکشلاگ است.

میزان گذران اوقات فراغت دانش‌آموزان تأثیری بر کاربردهای تلفن همراه، خواه میزان استفاده از آن و خواه نوع استفاده از آن، ندارد. این نتیجه مغایر با گفته مک‌کویل است که می‌گوید افراد با وقت فراغت بیشتر، از فناوری‌های ارتباطی زیادتر استفاده می‌کنند. همچنین، هرچه میزان هزینه پرداختی برای تلفن همراه بیشتر باشد، میزان استفاده از تلفن همراه و میزان تمایل به کاربری عام و جانبی از تلفن همراه نیز زیادتر است. بین میزان استفاده از تلفن همراه و زمان کاربری از تلفن همراه تفاوت معناداری وجود دارد. مطابق با مدل وبستر و واکشلاگ، زمان به‌منزله عامل تأثیرگذار در استفاده از تلفن همراه به حساب می‌آید. در واقع، استفاده از تلفن همراه در فضای زمانی خاصی انجام می‌شود. اما بین زمان کاربری از تلفن همراه و کاربردهای عام و جانبی تلفن همراه رابطه معنی‌داری دیده نمی‌شود. همچنین، دانش‌آموزان با سابقه کاربری بالاتر از تلفن همراه، تمایل بیشتر دارند تا از امکانات جانبی تلفن همراه (غیر از صحبت و پیامک) استفاده نمایند. به‌علاوه عللی که باعث شده است تا دانش‌آموزان تلفن همراه داشته باشند، تأثیری بر استفاده از تلفن همراه و میزان تمایل آنان به کاربری عام و جانبی از تلفن همراه ندارد.

در یافته‌های تحقیق مشخص شد که انگیزه‌های کاربری فراغتی؛ آگاهی؛ کنش متقابل و هویتی هر یک به نوبه خود تأثیر بارزی در کاربردهای تلفن همراه دارد. بنابراین، هر یک از نیازهای چهارگانه فراغتی، آگاهی، هویتی و کنش متقابل می‌تواند باعث تمایل افراد به کاربردهای تلفن همراه شود. حال ممکن است دانش‌آموزی تلفن همراه را ابزاری فراغتی ببیند، دانش‌آموزی، ابزاری برای ارتباط با دیگران، دانش‌آموز دیگری ابزاری برای افزایش آگاهی و اطلاعات خود و سرانجام، دانش‌آموز دیگری تلفن همراه را ابزاری برای شناخت خود و کشف هویت

بداند. اما این که دانش‌آموز به این فناوری چگونه نگاه کند تا اندازه‌ای به رفتار جامعه به‌ویژه والدین، گروه همالان و مدرسه بستگی دارد.

منابع

منابع فارسی

- استوور، ویلیام جیمز (۱۳۷۵). **فناوری اطلاعات در جهان سوم**. مترجمان رضا نجف‌بیگی، اصغر صرافی‌زاده. تهران: مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی.
- استیون، وایت (۱۳۸۰). **خرد، عدالت و نوگرایی**. ترجمه محمد حریری اکبری. تهران: قطره.
- اولسون، دیوید (۱۳۷۷). **رسانه‌ها و نمادها: صورت‌های بیان، ارتباط و آموزش**. ترجمه محبوبه مهاجر. تهران: سروش.
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۸). **تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی**. ترجمه مریم وتر. تهران: کویر.
- بلیک، رید و هارولدسن، ادوین (۱۳۷۸). **طبقه‌بندی مفاهیم در ارتباطات**. ترجمه مسعود اوحدی. تهران: انتشارات سروش.
- پیوزی، مایکل (۱۳۷۹). **یورگن هابرماس**. ترجمه احمد تدین. تهران: هرمس.
- تامپسون، جان بروکشایر (۱۳۷۹). **رسانه‌ها و نوگرایی: نظریه‌ای اجتماعی درباره رسانه‌ها**. علی ایثاری‌کسمایی. تهران: انتشارات موسسه ایران.
- ریتزر، جورج (۱۳۷۸). **نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر**. محسن ثلاثی. تهران: علمی.
- سورین، و تانکار، ج (۱۳۸۱). **نظریه‌های ارتباطات**. ترجمه علیرضا دهقان. موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). **عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ**. مترجم احد علیقلیان، افشین خاکباز. تهران: طرح نو.
- کوثری، مسعود و دیگران (۱۳۸۵). **“کاربرد تلفن همراه برای کاربران ایرانی”** (با تاکید بر نظریه استفاده و خشنودی)، در *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال دوم، شماره ۷.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۴). **جامعه اطلاعاتی اندیشه‌های بنیادی، دیدگاه‌های انتقادی و چشم‌اندازهای جهانی**. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی. مرکز پژوهش‌های ارتباطات.
- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۶۹). **ارتباط‌شناسی**. تهران: سروش.
- مک کویل، دنیس (۱۳۸۰). **مخاطب‌شناسی**. ترجمه مهدی منتظر قائم. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.
- ویندهال، سون و همکاران (۱۳۷۶). **کاربرد نظریه‌های ارتباطات**. علیرضا دهقان. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.

منابع انگلیسی

- De Goumay, C. (۲۰۰۲), **“Pretense of Intimacy in France”**, In *Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, J.E. Katz and M.A. A akhus, Editors, Perpetual Contact, Cambridge University Press.
- Leung, L, and Wei, R. (۲۰۰۰), **“More than just Talk on the Move: Uses and Gratifications of the Cellular Phone”**, In *Jornalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. ۷۷, (۲),
- Ling, R. and Yttri, B. (۲۰۰۲), **“Hyper – coordination via Mobile Phones in Norway”**, In *Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, J.E. Katz and M. A. Aakhus, Editors, Perpetual Contact, Cambridge: Cambridge University Press.
- Okeefe, G.J. and Sulanowski, B.K. (۱۹۹۵), **“More than just talk: Uses, Gratifications, and the Telephone”**, In *Journalism and Mass communication Quarterly*, Vol. ۷۲(۴).

پی‌نوشت‌ها

^۱. این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی با عنوان «کاربرد تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی در بین دانش آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه شهر تهران» است که در سال ۱۳۸۷ در مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای انجام گرفته است.

^۲. Network society

^۳. attitude

^۴. Webster & Wakshlag

^۵. مراجعه شود به گزارش طرح پژوهشی با عنوان «کاربرد تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی در بین دانش آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه شهر تهران» است که در سال ۱۳۸۷ در مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای انجام گرفته است.