

الگوی استفاده از تلفن همراه در بین دانشجویان دختر و پسر ساکن در خوابگاه‌های دانشگاه علوم پزشکی یزد در سال ۱۳۸۹

محمد حسین باقیانی مقدم

عضو هیات علمی و استاد گروه خدمات بهداشتی دانشکده دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد

حسن شهبازی

دانشجوی کارشناسی ارشد آموزش و ارتقا سلامت، دانشکده بهداشت دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد، sh_hasan333@yahoo.com

چکیده:

تلفن همراه یکی از پدیده‌های نو ظهور عصر الکترونیک و دنیای دیجیتال است که در دهه اخیر جای خود را بین افراد خانواده به ویژه جوانان در همه جهان، از جمله ایران باز کرده است. تعداد مشترکین تلفن همراه در سراسر جهان از ۱۲/۴ میلیون در سال ۱۹۹۰ به ۵/۳ میلیارد تا پایان ۲۰۱۰ رسید و تخمین زده می‌شود نرخ نفوذ این فناوری در سال ۲۰۱۳ به ۹۵ درصد خواهد رسید. در ایران نیز تعداد کاربران با یک رشد سریع از ۴/۳ میلیون در سال ۲۰۰۴ به ۴۱ میلیون در سال ۲۰۰۸ رسید و تخمین زده می‌شود تا سال ۲۰۱۲ نرخ نفوذ تلفن همراه به بیش از ۸۰ درصد برسد. تلفن همراه می‌تواند دارای آثار اخلاقی و اجتماعی مثبت و منفی باشد ولی اکنون بسیاری از خانواده‌ها بدون توجه به تبعات منفی این فناوری برای فرزندان خود تلفن همراه تهیه می‌کنند. لذا بر آن شدیم با استفاده از نظریه استفاده و خشنودی، مطالعه‌ای درباره الگوی استفاده از تلفن همراه در بین دانشجویان دختر و پسر ساکن در خوابگاه‌های دانشگاه علوم پزشکی یزد انجام دهیم. این مطالعه توصیفی از نوع مقطعی است. جامعه مورد مطالعه دانشجویان دختر و پسر ساکن در خوابگاه‌های دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد هستند که ۲۴۵ نفر از آنها به‌طور تصادفی انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته‌ای با روایی و پایایی مورد تایید بود. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری اسپاس اس‌اس و آزمون‌های آماری آنوا، کای اسکوار و تی‌تست مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهند که ۵۳ درصد از دختران و ۳۹ درصد از پسران بعد از ورود به دانشگاه صاحب تلفن همراه شده‌اند (سطح معنی‌داری >0.05). ۱۴ درصد از دختران و ۲۴ درصد از پسران بعد از خرید تلفن همراه دچار اختلال خواب بیشتری شده‌اند (سطح معنی‌داری >0.05). با توجه به نتایج این مطالعه آشنا کردن دانشجویان با مزایا و معایب تلفن همراه از راه رسانه‌های ارتباط جمعی، کمپانی‌های تلفن همراه، توزیع بسته‌های آموزشی به‌وسیله دفاتر مرکز خدمات ارتباطی و دفاتر فروش سیم کارت و تلفن همراه که باعث گسترش فرهنگ صحیح استفاده از این فناوری و ارتقاء سلامت دانشجویان و در نهایت جامعه می‌شود، را پیشنهاد می‌کنیم.

کلید واژه‌ها: تلفن همراه، الگوی استفاده، دانشجوی، یزد.

مقدمه:

این مقاله برای حل مساله کاربردی تلفن همراه و ویژگی‌های کاربردی آن در میان دانشجویان دختر و پسر ساکن در خوابگاه‌های دانشگاه علوم پزشکی یزد طراحی شده است. این مطالعه ادعا

دارد که الگوی استفاده از تلفن همراه به وسیله دانشجویان دختر و پسر متفاوت است و می‌کوشد تا به چندین سوال مربوط به الگوی استفاده از تلفن همراه به وسیله دانشجویان ساکن در خوابگاه‌ها پاسخ دهد. این پرسش‌ها مربوط به این موارد هستند: کمپانی تلفن همراه، قیمت تلفن همراه، نوع سیم کارت، خرید تلفن همراه قبل یا بعد از ورود به دانشگاه، هنگامی که برای اولین بار احساس نیاز به تلفن همراه کرده‌اند، اولویت استفاده از تلفن همراه، مدت زمان صرف تلفن همراه در روز، متوسط هزینه ماهیانه، مهم‌ترین دلیل خرید تلفن همراه، بیشترین استفاده کنونی از تلفن همراه، زمان خاموش یا بی‌صدا کردن گوشی، دفعات و دلیل تعویض تلفن همراه، و عوارض ناشی از تلفن همراه. باید گفت که تمرکز این مطالعه بر الگوی استفاده بر اساس جنسیت و تفاوت بین دختران و پسران دانشجویان بوده است و چارچوب نظری مورد استفاده در این مطالعه، نظریه استفاده و خشنودی است.

طرح مساله:

تلفن همراه به مثابه نمادی از ارتباط همه جا حاضر (آملیا^۱، ۲۰۰۶) یکی از پدیده‌های نو ظهور عصر الکترونیک و دنیای دیجیتال است که در دهه اخیر جای خود را در بین افراد خانواده به ویژه جوانان در سطح جهان و نیز ایران باز کرده است (کفایی و همکاران، ۱۳۸۸). استفاده از تلفن همراه در جهان به طور چشمگیری در حال افزایش است (نوامی^۲، ۲۰۱۰. گابور^۳، ۲۰۰۶. هد^۴، ۲۰۰۷). بطوریکه تعداد مشترکین تلفن همراه در سراسر جهان از ۱۲/۴ میلیون در سال ۱۹۹۰ (ووردمپر. ارگ^۵، ۲۰۱۰) به ۵۰۰ میلیون در سال ۲۰۰۰ (سامکانگ - زیب^۶، ۲۰۰۹ و غریبی، ۱۳۷۹) به ۳/۳ میلیارد در سال ۲۰۰۸ (سامکانگ - زیب، ۲۰۰۹) و همچنین به ۵/۳ میلیارد تا پایان ۲۰۱۰ رسید (موبایل تینکینگ. کام^۷، ۲۰۱۰) و تخمین زده می‌شود نرخ نفوذ این فناوری در سال ۲۰۱۳ به ۹۵ درصد خواهد رسید (کومیکو^۸، ۲۰۰۳؛ کفایی و همکاران، ۱۳۸۸). در ایران نیز اگر به شمار استفاده کنندگان تلفن همراه دقت کنیم خبر از وقوع یک انقلاب در استفاده از وسایل ارتباطی می‌دهد (سعیدی، ۱۳۸۵) بطوری که تقریباً هم‌زمان با سایر کشورها در سال ۱۹۹۴ تلفن همراه وارد ایران شد (کفایی و همکاران، ۱۳۸۸) و تعداد کاربران با یک رشد سریع از ۴/۳ میلیون در سال ۲۰۰۴ به ۴۱ میلیون در سال ۲۰۰۸ (الف. آی. آر^۹، ۱۳۸۶) و اکنون در ایران ۵۳ تا ۵۵ میلیون کاربر تلفن همراه وجود دارد (کفایی و همکاران، ۱۳۸۸). تخمین زده می‌شود تا سال

¹ Amelia

² Noami

³ Gabor

⁴ Head

⁵ www.worldmapper.org

⁶ Samkange-Zeeb

⁷ Mobilthinking.com

⁸ Kumiko

⁹ Alef.ir

۲۰۱۲ نرخ نفوذ تلفن همراه به بیش از ۸۰ درصد برسد (طیف شریف^{۱۰}، ۲۰۰۸ و الف.آی.آر، ۱۳۸۶). امروزه تلفن همراه تنها یک وسیله ارتباطی صوتی بین کاربران نیست بلکه کاربردهای مختلفی از قبیل دسترسی به اینترنت، ارسال و دریافت پیامک، عکس و فیلم، تماشای فیلم به شکل برخط، مدیریت اطلاعات، مدیریت اطلاعات فردی و پایانه اطلاعاتی و پایگاه سرگرمی و غیره دارد (اخبار فناوری اطلاعات و ارتباطات، ۱۳۸۸؛ سایان^{۱۱}، ۲۰۰۶).

با اذعان بر کاربردهای فراوان فناوری نوین اطلاعاتی و ارتباطی (معیدفر، ۱۳۸۷) از قبیل صرفه‌جویی در زندگی در شرایط خاص (مثلاً در حوادث) و بهبود کیفیت زندگی در برخی موارد (سامکانگ - زیب، ۲۰۰۹) اما جنبه‌های منفی تلفن همراه را نمی‌توان نادیده گرفت (اکنومیدس^{۱۲}، ۲۰۰۸؛ معیدفر، ۱۳۸۷) به طوری که استفاده نکردن بهینه و صحیح از تلفن همراه موجب بروز مشکلات و آسیب‌های جدی اجتماعی و فرهنگی در جامعه شده است (کفایی و همکاران، ۱۳۸۸). ادغام تلفن همراه با زندگی نوجوانان و جوانان باعث ایجاد برخی مشکلات شده که باید مدیریت و کنترل شوند (سیلیرس^{۱۳}، بسیاری از ۲۰۰۸). جوانان به عمد یا غیرعمد در افراط در استفاده نامناسب از تلفن همراه هستند و همچنین اپراتورهای مخابراتی نیز آگاهانه یا ناآگاهانه در تبلیغات تلویزیونی و بسته‌های خود پیشنهاد سوء استفاده از تماس صوتی و پیامک را در میان جوانان تشویق می‌کنند (سوهیل^{۱۴}، ۲۰۱۰). هم اکنون بسیاری از خانواده‌ها بدون توجه به تبعات منفی این فناوری در مقابل درخواست فرزندان خود تسلیم و برای فرزندان خود تلفن همراه تهیه می‌کنند (کومیکو، ۲۰۰۳).

سوهیل (۲۰۱۰) به نقل از لینگ بیان می‌کند که جرایم نوجوانان با استفاده از تلفن همراه مرتبط است به طوری که استفاده بیش از حد از تلفن همراه در میان کسانی که اشکال مختلف انحرافات مثل مصرف مواد مخدر و الکل، سرقت و قتل داشته‌اند، بیشتر بوده است.

در حالی که برخی از مطالعات (همان) الگوی ارتباطی بین دختران و پسران را مشابه می‌دانند برخی دیگر (هانس^{۱۵}، ۲۰۰۶) نیز به نگرش کاملاً متفاوت دختران و پسران توجه کرده‌اند. با توجه به این که اورافین^{۱۶} (۲۰۰۹) عنوان می‌کند که دارندگان تلفن همراه غیر دانشجو رفتارهای مناسب‌تری از دانشجویان دارند، بر آن شدیم مطالعه‌ای درباره الگوی استفاده از تلفن همراه در بین دانشجویان دختر و پسر ساکن در خوابگاه‌های دانشگاه علوم پزشکی یزد انجام دهیم.

فرضیه‌ها:

¹⁰ Teyf sharif

¹¹ Sayan

¹² Economides

¹³ Cilliers

¹⁴ Sohail

¹⁵ Hans

¹⁶ Oraphin

- ۱- تفاوت در میزان استفاده نمونه‌ها بین دانشجویان دختر و پسر، از لحاظ آماری معنی‌دار است.
- ۲- مهم‌ترین دلیل احساس نیاز به خرید تلفن همراه در دانشجویان دختر و پسر از لحاظ آماری معنی‌دار است.
- ۳- بین استفاده پیش بینی شده و استفاده کنونی دانشجویان اختلاف معنی‌داری وجود دارد.
- ۴- دختران بیشتر از پسران از حمایت مالی خانواده جهت پرداخت هزینه تلفن همراه خود برخوردار هستند.
- ۵- مدت زمان استفاده و صرف زمان با تلفن همراه در دانشجویان دختر و پسر از لحاظ آماری معنی‌دار است.
- ۶- تعداد و دلیل تعویض تلفن همراه در دانشجویان دختر و پسر از لحاظ آماری معنی‌دار است.
- ۷- داشتن برنامه درسی و مذهبی در تلفن همراه خود در دختران و پسران دانشجو از لحاظ آماری معنی‌دار است.
- ۸- زمان بی‌صدا کردن تلفن همراه در دانشجویان دختر و پسر در مکان‌ها و زمان‌های خاص از لحاظ آماری معنی‌دار است.

چارچوب و مدل نظری:

برای مطالعه عوامل مؤثر بر کاربردهای تلفن همراه از نظریه‌های مختلفی استفاده شده است (معیدفر، ۱۳۸۷) که یکی از مطرح‌ترین آنها در زمینه رفتار مخاطب، نظریه استفاده و خشنودی است (خواجه نوری، ۱۳۸۹). فرض اصلی نظریه استفاده و خشنودی این است که مخاطبان، 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 (معیدفر، ۱۳۸۷). به عبارت دیگر افراد برای رضایت و پر کردن اوقات فراغت نیز رفتار رسانه‌ای خاصی دارند (خواجه نوری، ۱۳۸۹). مخاطب انتخاب‌گر می‌تواند در پی نیازهای خود دست به گزینش رسانه‌ای بزند و برای برطرف کردن نیازهای خود به سمت رسانه مورد علاقه خود برود. سوال اساسی این نظریه چنین است که چرا مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و آن را برای چه منظوری به کار می‌برند؟ (فرش‌باف، ۱۳۸۹). در این مطالعه نیز از این نظریه استفاده می‌شود تا به شناخت درباره الگوی استفاده دانشجویان از تلفن همراه دست یابیم.

روش‌شناسی مطالعه:

مطالعه حاضر توصیفی از نوع مقطعی می‌باشد. جامعه مورد مطالعه، دانشجویان دختر و پسر ساکن در خوابگاه‌های دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد هستند که ۲۴۵ نفر از آنها به‌طور تصادفی انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته‌ای است که روایی و پایایی آن

به‌وسیله نظرخواهی از متخصصین ارتباطات و آموزش بهداشت و همسانی درونی (آلفای کرونباخ= 0/72) و آزمون باز آزمون (به فاصله ۲ هفته) مورد تایید قرار گرفته است. پرسشنامه مذکور شامل دو قسمت است: قسمت اول شامل متغیرهای دموگرافیک از قبیل: سن، جنس، دانشکده، مقطع تحصیلی، وضعیت تاهل، وضعیت اشتغال، معدل ترم گذشته، محل زندگی خانواده و وضعیت اقتصادی خانواده است؛ و قسمت دوم شامل سوالات مربوط به الگوی استفاده از تلفن همراه از قبیل: صاحب تلفن همراه، کمپانی تلفن همراهشان، قیمت تلفن همراهشان، نوع سیم کارت، خرید تلفن همراه قبل یا بعد از ورود به دانشگاه، هنگامی که برای اولین بار احساس نیاز به تلفن همراه کرده‌اند، اولویت استفاده از تلفن همراه، مدت زمانی که روزانه صرف استفاده از تلفن همراه می‌کنند، متوسط هزینه ماهیانه، مهم‌ترین دلیل خرید تلفن همراه، بیشترین استفاده کنونی از تلفن همراه، زمان خاموش یا بی‌صدا کردن گوشی، دفعات و دلیل تعویض تلفن همراه، و عوارض ناشی از تلفن همراه است. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری اسپاس و آزمون‌های آماری آنوا، کای اسکور و تی‌تست مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها:

میانگین سنی نمونه‌ها $21,91 \pm 3,01$ است. از بین ۲۴۵ نفر نمونه، ۱۵۵ نفر (۶۳,۳٪) دختر و ۹۰ نفر (۳۶,۷٪) پسر بوده‌اند. تعداد ۹۴ نفر (۳۸,۴٪) از نمونه‌ها از دانشکده بهداشت، ۴۴ نفر (۱۸٪) از دانشکده پرستاری و مامایی، ۶۲ نفر (۲۵,۳٪) از دانشکده پیراپزشکی، ۲۴ نفر (۹,۸٪) از دانشکده پزشکی و ۱۵ نفر (۶,۱٪) از دانشکده دندان پزشکی بوده‌اند و ۶ نفر باقیمانده (۲,۴٪) نگفته‌اند که در کدام دانشکده مشغول به تحصیل هستند.

۲۶ نفر (۱۰,۶٪) از کل نمونه‌ها در مقطع کاردانی، ۱۷۶ نفر (۷۱,۸٪) در مقطع کارشناسی، ۶ نفر (۲,۴٪) در مقطع کارشناسی ارشد و ۳۷ نفر (۱۵,۱٪) در مقطع دکتری بوده‌اند. تعداد ۲۱۱ نفر (۸۶,۱٪) مجرد و تعداد ۳۱ نفر (۱۲,۷٪) متاهل بوده‌اند. ۲۱ نفر (۸,۶٪) از کل نمونه‌ها گفته‌اند که هم‌زمان با تحصیل، کار هم می‌کنند. ۲۹ نفر (۸۵,۳٪) فقط در حال تحصیل هستند و ۱۵ نفر باقیمانده (۶,۱٪) در این مورد اطلاعی نداده‌اند.

معدل ترم گذشته ۴۲ نفر (۱۷,۱۴٪) از کل نمونه‌ها کمتر از ۱۶ بوده است. تعداد ۱۰۱ نفر (۴۱,۲٪) معدل ۱۶ الی ۱۸ داشته‌اند و ۴۵ نفر (۱۸,۳۷٪) معدل ۱۸ و بالاتر داشته‌اند. ۵۷ نفر باقی‌مانده (۲۳,۲۹٪) نیز معدل خود را ذکر نکرده‌اند. اختلاف بین معدل در دانشجویان دختر و پسر معنی‌دار بوده است (سطح معنی‌داری $> 0,01$).

۱۹۵ نفر (۷۹,۶٪) از کل نمونه‌ها محل زندگی خانواده خود را، شهر و ۴۶ نفر (۱۸,۸٪) روستا معرفی کرده‌اند. از بین کل نمونه‌ها ۱۸ نفر (۷,۳٪) وضعیت اقتصادی خانواده خود را مرفه، ۵۸ نفر (۲۳,۷٪) نسبتاً مرفه، ۱۴۹ نفر (۶۰,۸٪) متوسط، ۱۶ نفر (۶,۵٪) کم درآمد ارزیابی کرده‌اند.

۲۴۰ نفر از میان کل نمونه‌ها (۹۸٪) صاحب تلفن همراه بوده‌اند و تنها ۵ نفر (۲٪) تلفن همراه نداشته‌اند. ۱۲۸ نفر (۵۲,۲٪) از کل نمونه‌ها، تلفن همراه خود را از کمپانی نوکیا انتخاب کرده‌اند و

بعد از آن سونی اریکسون با ۷۳ نفر (۲۹,۸٪)، سامسونگ ۲۳ نفر (۹,۴٪) و سایر کمپانی‌ها (ال جی، پاناسونیک و...) ۱۶ نفر (۶,۴٪) قرار دارند. ۵ نفر (۲٪) نیز نام کمپانی تلفن همراه خود را نگفته‌اند.

قیمت تلفن همراه ۵۹ نفر (۲۴,۱٪) از نمونه‌ها کمتر از یکصد هزار تومان، ۱۱۰ نفر (۴۴,۹٪) بین یکصد تا دویست هزار تومان، ۵۳ نفر (۲۱,۶٪) دویست هزار تا سیصد هزار تومان، ۱۹ نفر (۷,۸٪) بیشتر از ۳۰۰ هزار تومان و ۴ نفر (۱,۶٪) قیمت تلفن همراه خود را نگفته‌اند. ۹۱ نفر (۳۷,۱٪) از کل نمونه‌ها سیم‌کارت همراه اول دائمی، ۹۷ نفر (۳۹,۶٪) سیم‌کارت همراه اول اعتباری، ۱۱ نفر (۴,۵٪) سیم‌کارت ایرانسل دائمی و ۴۱ نفر (۱۶,۷٪) سیم‌کارت ایرانسل اعتباری دارند و ۵ نفر (۲٪) هم چیزی نگفته‌اند.

۷۱ نفر (۴۷,۳٪) از دختران و ۵۴ نفر (۶۱,۴٪) از پسران، قبل از ورود به دانشگاه، تلفن همراه داشته‌اند. همچنین ۷۹ نفر (۵۲,۷٪) از دختران و ۳۴ نفر (۳۸,۶٪) از پسران، بعد از ورود به دانشگاه، تلفن همراه خریده‌اند (سطح معنی‌داری $> 0,05$).

تعداد ۹۶ نفر (۶۴٪) از دانشجویان دختر و ۴۰ نفر (۶۷,۶۲٪) از دانشجویان پسر، مهم‌ترین دلیل احساس نیاز به تلفن همراه را ارتباط با خانواده بیان کرده‌اند (جدول ۱).

جدول ۱: توزیع فراوانی و فراوانی نسبی بین جنس و علت احساس نیاز به تلفن همراه برای اولین بار

سطح معنی‌داری	سایر	استفاده از امکانات جانبی تلفن همراه	ارتباط با دوستان نا همجنس	ارتباط با دوستان همجنس	رفع مشکلات درسی	ارتباط با خانواده	جنس	
							تعداد	درصد
۰,۰۱۷	۸	۹	۱۳	۱۴	۱۰	۹۶	دختر	
	۵,۳۳	۶	۸,۶۷	۹,۳۳	۶,۶۷	۶۴		درصد
	۳	۱۱	۱۱	۱۷	۲	۴۰	پسر	
	۳,۵۶	۱۳,۱	۱۳,۱	۲۰,۲۴	۲,۳۸	۴۷,۶۲		درصد

تعداد ۹۲ نفر (۶۰,۹۳٪) از دانشجویان دختر و ۳۴ نفر (۳۹,۱٪) از دانشجویان پسر، بیشترین استفاده کنونی خود را از تلفن همراه ارتباط با خانواده بیان کرده‌اند (جدول ۲).

جدول ۲: توزیع فراوانی و فراوانی نسبی ارتباط بین جنس و بیشترین استفاده کنونی از تلفن همراه

سطح معنی‌داری	سایر	استفاده از امکانات جانبی تلفن همراه	ارتباط با دوستان نا همجنس	ارتباط با دوستان همجنس	رفع مشکلات درسی	ارتباط با خانواده	تعداد	
	۲	۱۲	۱۶	۲۱	۸	۹۲		

جنس	دختر	درصد	۶۰,۹۳	۵,۳	۱۳,۹	۱۰,۶	۷,۹۵	۱,۳۲	۰,۰۱۵
	تعداد		۳۴	۳	۱۸	۲۱	۹	۲	
	پسر	درصد	۳۹,۱	۳,۴۴	۲۰,۶۹	۲۴,۱۴	۱۰,۳۴	۲,۲۹	

به طور کل اولویت اول استفاده ۸۳ نفر (۵۳,۵٪) از دختران و ۴۸ نفر (۵۳,۹٪) از پسران، برقرار کردن تماس است. ارسال پیامک، اولویت دوم را دارد که شامل ۷۳ نفر از دختران (۴۷,۱٪) و ۳۸ نفر از پسران (۴۲,۷٪) است و اولویت سوم استفاده از برنامه‌ها و امکانات جانبی گوشی است که به ترتیب برای دختران و پسران با ۴۰,۶۵٪ و ۳۳,۷۱٪ است.

۱۷ نفر از دختران (۱۱,۳٪) و ۱۲ نفر از پسران (۱۳,۶٪)، مدت زمان استفاده روزانه خود را از تلفن همراه خیلی زیاد، ۳۲ نفر از دختران و ۱۹ نفر از پسران زیاد، ۵۸ نفر از دختران (۳۸,۴٪) و ۳۰ نفر از پسران (۳۴,۱٪) متوسط، ۴۴ نفر از دختران (۲۹,۱٪) و ۲۷ نفر از پسران (۳۰,۷٪) کم، عنوان کرده‌اند (سطح معنی‌داری $0,05$). ۲۰ نفر از دختران (۱۳,۳٪) و ۴۳ نفر از پسران (۴۸,۹٪) گفته‌اند که هزینه تلفن همراه را خودشان پرداخت می‌کنند. ۱۲۵ نفر از دختران (۸۳,۳٪) و ۴۳ نفر از پسران (۴۸,۹٪) گزینه خانواده و ۵ نفر از دختران (۳,۳٪) و ۲ نفر از پسران (۲,۳٪) هم گزینه سایرین را برای پاسخ به پرسش مربوط، انتخاب کرده‌اند (سطح معنی‌داری $0,01$).

در پاسخ به مهم‌ترین دلیل خرید تلفن همراه، به ترتیب برای دختران و پسران ۱۲ نفر (۷,۹٪) و ۵ نفر (۵,۷٪) گفته‌اند که چون اطرافیان آنها تلفن همراه داشته‌اند، مبادرت به خرید تلفن همراه کرده‌اند و ۲۹ نفر (۱۹,۱٪) از دختران و ۱۲ نفر (۱۳,۶٪) از پسران، گفته‌اند که خانواده برایشان تلفن همراه خریده است و ۱۰۷ نفر (۷۰,۴٪) از دختران و ۷۱ نفر (۸۰,۷٪) از پسران هم گفته‌اند که احساس نیاز به داشتن تلفن همراه کرده‌اند و ۴ نفر (۲,۶٪) از دختران هم گزینه سایر علل را انتخاب کرده‌اند (سطح معنی‌داری $0,05$).

۹۷ نفر (۶۴,۷٪) از دختران و ۷۵ نفر (۸۵,۲٪) از پسران گفته‌اند که به همه تماس‌ها پاسخ می‌دهند و ۵۳ نفر (۳۵,۴٪) از دختران و ۱۳ نفر (۱۴,۸٪) از پسران، هم فقط تماس آشنایان را پاسخ می‌دهند (سطح معنی‌داری $0,01$).

براساس این مطالعه، تنها ۷ نفر (۴,۶٪) از دختران و ۴ نفر (۴,۵۵٪) از پسران در زمان کلاس درس تلفن همراه خود را خاموش می‌کنند (جدول ۳).

جدول ۳: توزیع فراوانی و فراوانی نسبی ارتباط بین جنس و زمان بی‌صدا و خاموش کردن گوشی تلفن همراه

بیصدا	دختر	تعداد	هیچ موقع	کلاس درس	در اتاق خوابگاه	وقتی به خانه می‌روم	وقت خواب	زمان مطالعه	زمان رانندگی	سایر
درصد	۱۲,۵۸	۷۹,۴۷	۱۶,۵۶	۶,۵۶	۴۳,۰۵	۳۰,۴۶	۴,۶۴	۳,۳۱		
تعداد	۳	۷۸	۲۴	۱۷	۵۲	۴۹	۱۸	۲۱		

۲۳,۸۶	۲۰,۴۵	۵۵,۶۸	۵۹,۱	۱۹,۳۲	۲۷,۲۷	۸۸,۶۴	۳,۴	درصد	پسر	
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۱۷	۰,۰۰۳	۰,۰۴۸	۰,۰۷۰	۰,۰۱۸	سطح معنی داری		
۸	۱	۶	۱۸	---	۲	۷	۱۱۶	تعداد	دختر	خاموش
۵,۲۶	۰,۶۶	۳,۹۵	۱۱,۸۴	---	۱,۳۲	۴,۶	۷۶,۳۲	درصد		
۲	۱	۵	۷	---	۱	۴	۷۲	تعداد	پسر	
۲,۲۷	۱,۱۴	۵,۶۸	۷,۹۵	---	۱,۱۴	۴,۵۵	۸۲,۷۶	درصد		
۰,۳۳۳	۱	۰,۵۳۸	۰,۳۴۲	---	۰,۹۰۴	۰,۹۸۳	۰,۲۴۲	سطح معنی داری		

۹۰ نفر از دختران (۵۹,۶ درصد) و ۳۶ نفر (۴۰,۹ درصد) از پسران گفته‌اند که برنامه مذهبی در گوشه خود دارند (سطح معنی داری > ۰,۰۵) و ۸۵ نفر از دختران (۵۶,۲۹ درصد) و ۶۱ نفر از پسران (۶۹,۳۲ درصد) نیز در گوشه خود برنامه درسی دارند (سطح معنی داری > ۰,۰۵).

از دختران و پسران به ترتیب ۳۸ نفر (۲۵ درصد) و ۱۸ نفر (۲۰,۵ درصد) یک بار گوشه خود را عوض کرده‌اند. ۳۱ نفر (۲۰,۴ درصد) و ۲۲ نفر (۲۵ درصد) دو بار، ۱۵ نفر (۹,۹ درصد) و ۲۱ نفر (۲۳,۹ درصد) سه بار و بیشتر گوشه خود را عوض کرده‌اند (سطح معنی داری > ۰,۰۵). نمونه‌ها این دلایل را برای تعویض گوشه خود آورده‌اند: خرید گوشه گران‌تر، گوشه ساده‌تر، خراب بودن گوشه، نارضایتی از کمپانی، نداشتن دلیل خاص و خرید گوشه با امکانات بیشتر که به ترتیب برای دختران ۱۸ نفر (۲۱,۷ درصد)، ۲ نفر (۲,۴ درصد)، ۱۹ نفر (۲۲,۹ درصد)، ۱۲ نفر (۱۴,۵ درصد)، ۲۴ نفر (۲۸,۹ درصد)، ۸ نفر (۹,۶ درصد)، و برای پسران به ترتیب ۱۰ نفر (۱۷,۵ درصد)، ۳۰ نفر (۵,۳ درصد)، ۱۶ نفر (۲۸,۱ درصد)، ۲ نفر (۳,۵ درصد)، ۱۲ نفر (۲۱,۱ درصد)، ۱۴ نفر (۲۴,۶ درصد) است (سطح معنی داری > ۰,۰۵).

در پاسخ به اینکه بعد از خرید تلفن همراه احساس سر درد، استرس، عصبانیت، اختلال خواب در آنها بیشتر شده یا نه، دختران به ترتیب ۱۱ نفر (۷,۲۴ درصد)، ۴۰ نفر (۲۶,۳۲ درصد)، ۲۴ نفر (۱۵,۷۹ درصد)، ۲۱ نفر (۱۳,۸۲ درصد)، و پسران به ترتیب ۱۰ نفر (۱۱,۳۶ درصد)، ۱۹ نفر (۲۱,۵۹ درصد)، ۱۲ نفر (۱۳,۶۴ درصد)، ۲۱ نفر (۲۳,۸۶ درصد) پاسخ مثبت داده‌اند. همان‌طور که مشاهده می‌شود تنها در مورد اختلال خواب، تفاوت پاسخ‌های بین دو جنس معنی‌دار است (سطح معنی داری > ۰,۰۵).

بحث و نتیجه‌گیری :

در حالی که تلفن همراه در اواسط دهه هشتاد، وسیله‌ای برای استفاده اقشار ثروتمند جامعه بود (جویدیت^{۱۷}، ۲۰۰۶)، امروزه استفاده از تلفن همراه در بین تمامی گروه‌های اجتماعی متداول شده است (هوپتون^{۱۸}، ۲۰۰۷). نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که بیش از ۹۷ درصد از دانشجویان صاحب تلفن همراه هستند. این نتایج مشابه نتایج حاصل از مطالعاتی دیگر است. چنانچه در

¹⁷ Judith

¹⁸ Hopeton

مطالعات ارین^{۱۹} (۲۰۰۶) و جیمز^{۲۰} (۲۰۱۱) نیز به ترتیب ۹۷ و ۹۸ درصد از دانشجویان صاحب تلفن همراه بوده‌اند و همچنین مانند مطالعات مشابه دیگر (هانس^{۲۱}، ۲۰۰۶ : ۲۶) اختلاف معنی‌داری بین جنس و داشتن تلفن همراه وجود ندارد (سطح معنی‌داری < ۰,۰۵).

براساس آمار استخراج شده (ویکی‌پدیا، ۲۰۱۱) در سال ۲۰۱۰ نوکیا پر فروش ترین کمپانی بوده است و همچنین تا فوریه ۲۰۱۱ نیز وضعیت خود را حفظ کرده است (موبایل‌تینکینگ . کام، ۲۰۱۱). مطالعه حاضر هم نشان می‌دهد که بیش از نیمی از دانشجویان، تلفن همراه خود را از کمپانی نوکیا انتخاب کرده‌اند و همانند مطالعه‌ای مشابه (ماکرو^{۲۲}، ۲۰۰۴) اختلاف معنی‌داری بین جنس و کمپانی خرید تلفن همراه وجود دارد (سطح معنی‌داری > ۰,۰۵).

بیش از ۷۸ درصد از دانشجویان دارای سیم کارت همراه اول هستند و تقریباً ۲۱ درصد نیز از نوع ایرانسل استفاده می‌کنند. در سال ۲۰۰۸ همراه اول با ۷۰ درصد اولویت استفاده‌کنندگان و ایرانسل با ۲۸ درصد در اولویت دوم استفاده‌کنندگان قرار داشت (آرتیکلز بیس. کام^{۲۳}، ۲۰۱۰). بیش از ۴۵ درصد از دانشجویان بعد از ورود به دانشگاه صاحب تلفن همراه شده‌اند. در مطالعات مشابه دیگر (کومیکو، ۲۰۳۳؛ سوهیل، ۲۰۱۰) نیز بیشتر دانشجویان در زمان ورود به دانشگاه صاحب تلفن همراه شده بوده‌اند.

ارتباط با خانواده و دوستان، تاثیر شگرفی بر سلامت و رفاه دانشجویان دارد. اما هر چه میزان استفاده از فناوری بیشتر می‌شود ارتباط با دوستان نسبت به ارتباط با خانواده بیشتر می‌شود (ارین، ۲۰۰۶). در این مطالعه ۶۴ درصد از دختران و ۴۷ درصد از پسران، ارتباط با خانواده را مهم‌ترین دلیل احساس نیاز به تلفن همراه برای اولین بار نام برده‌اند و ۱۸ درصد از دختران و ۳۳ درصد از پسران، برای ارتباط با دوستان (اعم از هم‌جنس یا جنس مخالف) احساس نیاز به تلفن همراه کرده‌اند. از طرف دیگر بیشترین استفاده کنونی دانشجویان نشان می‌دهد که ارتباط با خانواده در بین دختران و پسران به ترتیب ۳ درصد و ۸ درصد کاهش یافته و ارتباط با دوستان به ترتیب بیش از ۶ درصد و ۱۱ درصد افزایش یافته است. البته براساس نتایج این مطالعه هر چند ارتباط با خانواده کاهش یافته ولی هنوز در اولویت قرار دارد. نتایج این تحقیق، همانند تحقیق مشابه (سایان، ۲۰۰۶) اختلاف معنی‌دار بین استفاده پیش‌بینی شده و استفاده واقعی کاربران (سطح معنی‌داری > ۰,۰۱) و مشابه تحقیق دیگر (هانس، ۲۰۰۶) نیز بین استفاده فعلی نمونه‌ها و جنسیت نشان می‌دهد (سطح معنی‌داری > ۰,۰۱).

هانس (۲۰۰۶) در مطالعه‌اش به نقل از لینگ می‌نویسد که افراد وقتی به ۲۰ سالگی می‌رسند بیشتر به تماس صوتی علاقه‌مند می‌شوند تا به پیامک، و همچنین تحقیقات مختلفی نشان می‌دهند که میزان استفاده از تماس صوتی بیشتر از پیامک بوده است (آرتیکلز بیس. کام، ۲۰۱۰)؛

¹⁹ Erin

²⁰ James

²¹ Hans

²² Macro

²³ Articlesbase.com

نآومی^{۲۴}، ۲۰۰۵؛ گابور، ۲۰۰۷؛ کفایی و همکاران، ۱۳۸۸). طبق نتایج این تحقیق، اولویت اول تا سوم دانشجویان به ترتیب: تماس صوتی، پیامک و برنامه‌ها و امکانات جانبی گوشی است و مشابه تحقیق دیگر سوهیل، ۲۰۱۰ که در پاکستان انجام شده، استفاده از تماس و پیامک در دانشجویان دختر و پسر مشابه بوده است و اختلاف معنی‌داری نداشته است (سطح معنی‌داری < ۰,۰۵).

اکثر دانشجویان دختر و پسر میزان استفاده روزانه خود را از تلفن همراه، متوسط عنوان کرده‌اند و اختلاف از لحاظ آماری بین دختران و پسران معنی‌دار نبوده است (سطح معنی‌داری < ۰,۰۵). نتایج مطالعه مشابه (شیرین^{۲۵}، ۲۰۰۹) دیگری نیز نشان می‌دهند که دانش‌آموزان در حد متوسط زمان خود را صرف تلفن همراه می‌کنند.

این مطالعه نشان می‌دهد، در حالی که هزینه تلفن همراه بیش از ۸۳ درصد از دختران دانشجو را خانواده‌شان تامین می‌کند، این رقم در مورد پسران به کمتر از ۵۰ درصد می‌رسد. تحقیق هانس (۲۰۰۶) هم نشان می‌دهد که دختران بیشتر از پسران احتمال دارد که مورد حمایت مالی توسط والدین خود قرار گیرند. همچنین در تحقیقات مختلفی عنوان شده که پرداخت هزینه تلفن همراه، توسط والدین نسبت به پرداخت آن توسط خود افراد رایج‌تر است.

بیش از ۷۰ درصد از دختران و ۸۰ درصد از پسران مهم‌ترین دلیل خرید تلفن همراه را احساس نیاز عنوان کرده‌اند، در حالی که در مطالعه‌ای دیگر (ماکرو^{۲۶}، ۲۰۰۴) بیش از ۷۳ درصد از نمونه‌های ۲۰ تا ۲۴ ساله به این دلیل که اطرافیان تلفن همراه داشته بودند، مبادرت به خرید تلفن همراه کرده‌اند و برای ۶/۵۲ درصد نیز کسان دیگری، تلفن همراه خریداری شده‌اند. این اختلاف می‌تواند ناشی از زمینه فرهنگی متفاوت کشورها باشد که در نفوذ تلفن همراه، و درک و استفاده از آن می‌تواند موثر باشد. اختلاف بین دو متغیر دلیل خرید تلفن همراه و جنسیت از لحاظ آماری معنی‌دار نبوده است (سطح معنی‌داری < ۰,۰۵).

اما دختران دانشجو ۲۰ درصد کمتر از پسران تمایل داشته‌اند که همه تماس‌ها را پاسخ بدهند که این اختلاف معنی‌دار بوده است (سطح معنی‌داری > ۰,۰۱). طبق نتایج تحقیق دیگر (ماکرو، ۲۰۰۴) نیز ۱۸ درصد از پاسخ‌دهندگان تماس‌های خاصی را پاسخ می‌دهند. این افراد بیشتر دختران در گروه سنی ۲۹-۲۰ بوده‌اند ولی پسران به بیشتر تماس‌ها، پاسخ می‌دادند.

در حالی که برخی اعتقاد دارند که استفاده از تلفن همراه برای مشارکت فعال دانشجویانی که در بحث‌های کلاسی سکوت اختیار می‌کنند، مفید و تسهیل‌کننده یادگیری است (راجو^{۲۷}، ۲۰۰۷) ولی استفاده از تلفن همراه در کلاس درس باعث مشکلاتی از قبیل اختلال در کلاس درس و از دست رفتن استقلال معلم می‌شود. در یک نظر سنجی در سال ۲۰۰۴ تقریباً ۲/۳ از دانشجویان

²⁴ NAOMI

²⁵ Sheereen

²⁶ Macro

²⁷ Raju

روتگرز گفتند که اساتید در کلاس درس از تلفن همراه استفاده می‌کنند. در حالی که کمتر از ۵ درصد از دانشجویان دختر و پسر گوشی خود را در کلاس درس خاموش می‌کنند، بیش از ۷۹ درصد از دختران و ۸۸ درصد از پسران گوشی خود را در کلاس درس بی‌صدا می‌گذارند. اختلاف در نتایج حاصل از مقایسه بین دو متغیر خاموش کردن و بی‌صدا کردن گوشی و متغیر جنسیت از لحاظ آماری معنی‌دار نبوده است (سطح معنی‌داری $< 0,05$). در مطالعه مشابه دیگر (سایان، ۲۰۰۶) نیز ۷۰ درصد از هندی‌ها و ۶۶ درصد از آمریکایی‌ها گوشی خود را در کلاس درس بی‌صدا کرده‌اند و ۳۰ درصد از آمریکایی‌ها و تنها ۱۰ درصد از هندی‌ها گوشی خود را خاموش می‌کنند. براساس نتایج این تحقیق تقریباً ۱۲ درصد از دختران و ۸ درصد از پسران، در زمان خواب گوشی خود را خاموش می‌کنند (سطح معنی‌داری $< 0,05$) ولی تقریباً ۴۳ درصد از دختران و ۵۹ درصد از پسران، گوشی خود را بی‌صدا می‌کنند که این اختلاف از لحاظ آماری معنی‌دار بوده است (سطح معنی‌داری $> 0,05$). در مطالعه‌ای مشابه (سایان، ۲۰۰۶) نیز ۸ درصد از آمریکایی‌ها و ۱۸ درصد از هندی‌ها گوشی خود را در زمان خواب بی‌صدا می‌کنند، در حالی که ۲۰ درصد از آمریکایی‌ها و ۸ درصد از هندی‌ها گوشی خود را خاموش می‌کنند. مطالعه دیگر (سام‌کانگ - زیب، ۲۰۰۹) به نقل از ون دن‌بویک^{۲۸} عنوان می‌کند که تنها ۳۸ درصد از دانش‌آموزان در زمان خواب هرگز از گوشی استفاده نمی‌کنند و احتمالاً خستگی در این افراد تقریباً ۴ برابر کمتر از افرادی بود که از نیمه شب تا ۳ شب از تلفن همراه استفاده می‌کردند. تقریباً ۷۶ درصد از دختران و ۸۳ درصد از پسران گوشی خود را اصلاً خاموش نمی‌کردند (سطح معنی‌داری $< 0,05$). در تحقیق دیگری (جیمز، ۲۰۱۱) نیز ۷۰ درصد از کل نمونه‌ها گفته‌اند که گوشی آنها همیشه روشن است. استفاده از تلفن همراه توسط دختران و پسران هنگام رانندگی شایع است (هوپتون^{۲۹}، ۲۰۰۷) و به نظر می‌رسد یک اجماع کلی برای نگرانی در استفاده از تلفن همراه در هنگام رانندگی وجود دارد (جان^{۳۰}، ۲۰۰۲) و در مطالعات مختلفی به حادثه آفرینی آن از لحاظ آماری اشاره شده است (طیبی، ۱۳۸۴؛ جان، ۲۰۰۲؛ سام‌کانگ - زیب، ۲۰۰۹). تقریباً یک درصد از دختران و پسران در زمان رانندگی گوشی خود را خاموش می‌کنند (سطح معنی‌داری $< 0,05$). در حالی که ۲۰ درصد از پسران تلفن همراه خود را بی‌صدا می‌کنند تنها کمتر از ۵ درصد از دختران در زمان رانندگی تلفن همراه خود را بی‌صدا می‌کنند (سطح معنی‌داری $> 0,01$). در مطالعه‌ای مشابه نیز تنها ۲ درصد از آمریکایی‌ها هنگام رانندگی گوشی خود را خاموش می‌کنند، در حالی که در بین هندی‌ها هیچ کس گوشی خود را زمان رانندگی خاموش نمی‌کند و ۴ درصد از آمریکایی‌ها و ۱۶ درصد از هندی‌ها در زمان رانندگی گوشی خود را بی‌صدا می‌کنند.

آندریا^{۳۱} (۲۰۰۵) بیان می‌کند که جوانان با مدل‌های جدید گوشی بیشتر آشنا هستند و آنها اغلب با ایده خرید جدیدترین گوشی تلفن همراه مشغول هستند و با تشبیه مدل‌های قدیمی به آجر از

²⁸ Van Denbuick

²⁹ Hopeton

³⁰ John

³¹ Andrea

مصرف آنها اجتناب می‌کنند (سعیدی، ۱۳۸۵). این مطالعه نشان می‌دهد که بیش از ۶۱ درصد از کل دختران و پسران دستکم یک‌بار گوشی خود را عوض کرده‌اند و بیشتر آنها دلیل خاصی برای تعویض گوشی خود نداشته‌اند.

از میان کل دانشجویان، ۸/۶ درصد احساس سردرد، ۲۴/۱ درصد استرس، ۱۴/۷ درصد عصبانیت و ۱۷/۱ درصد اختلال خواب را بعد از خرید تلفن همراه بیان کرده‌اند و تنها بین اختلال خواب و جنس ارتباط معنی‌داری وجود دارد (سطح معنی‌داری $> 0,05$) که تقریباً ۱۰ درصد پسران بیشتر دچار اختلال خواب می‌شوند. شاید به این دلیل که مردان بیشتر از زنان وقت خود را با تلفن همراه می‌گذرانند (شیرین، ۲۰۰۹؛ سعیدی، ۱۳۸۵). مطالعه‌ای دیگر (سام‌کانگ - زیب، ۲۰۰۹) به نقل از سدرکویست و بادر^{۳۲} نشان می‌دهد که به‌طور کلی شکایت بهداشتی مانند خستگی، استرس، سردرد، اضطراب و اختلال خواب در کسانی که به‌طور مرتب از تلفن همراه استفاده می‌کنند بیشتر از کسانی است که کمتر استفاده می‌کنند. به‌طور کلی مشابه مطالعه‌ای که در تهران انجام شد (معیدفر، ۱۳۸۷) بین رشته تحصیلی و میزان استفاده از تلفن همراه، بین استفاده (گرفتن تلفن همراه قبل یا بعد از ورود به دانشگاه) و میزان استفاده از تلفن همراه، بین سن و میزان استفاده از تلفن همراه و همچنین مطالعه شیرین (۲۰۰۹) بین درآمد خانواده و استفاده از تلفن همراه ارتباط معنی‌داری نشان نمی‌دهند (سطح معنی‌داری $< 0,05$).

لذا با توجه به نتایج این مطالعه پیشنهاد می‌شود که برای آشنا کردن دانشجویان با مزایا و معایب تلفن همراه از رسانه‌های ارتباط جمعی استفاده شود و نیز کمپانی‌های تلفن همراه، از راه دفاتر مرکز خدمات ارتباطی و دفاتر فروش سیم‌کارت و تلفن همراه، بسته‌های آموزشی توزیع کنند که می‌تواند موجب گسترش فرهنگ صحیح استفاده از این فناوری و ارتقاء سلامت دانشجویان و در نهایت جامعه شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع:

منابع فارسی:

جامعه خبری، سایت الف (۱۳۸۶)، "گزارشی از آمار موبایل، اینترنت، بلاگر و تلویزیون"، قابل دسترسی در سایت

<http://alef.ir/content/view/22759> :

خواجه نوری، نسترن (۱۳۸۹)، "مخاطب، ارتباطات رسانه‌ای و پایان ارتباطات جمعی: مطالعه رابطه بین میزان تعلقات فرهنگی ایرانیان مقیم تورنتو و چگونگی استفاده آنان از رسانه‌های تصویری"، در مجله جهانی رسانه، بهار-شماره ۹.

سعیدی، علی اصغر (۱۳۸۵)، "اثرات پایدار بر رفتار مصرف کننده: مطالعه موردی استفاده کنندگان موبایل در ایران"، در مجله جهانی رسانه، شماره اول.

طیبی، زهرا (۱۳۸۴)، "تحلیل رفتار رانندگی از دیدگاه پردازش اطلاعات". در مجله جهانی رسانه.

غریبی، حسین (۱۳۷۹)، "گزارش ملی جمهوری اسلامی ایران در زمینه اطلاعات و فناوری ارتباطات و مدیریت دانش در ایران دوازدهمین اجلاس استینفو"، در فصلنامه علوم و فناوری اطلاعات (۴۷-۴۲)

فرشباغ، ساحل (۱۳۸۹)، "اعتیاد اینترنتی: دلایل و انگیزه‌ها"، قابل دسترسی در سایت <http://www.hamshahrtraining.ir/news-3092>

کفایی، سیامک و فریده درفشی و سمیه گایگانی و همکاران (۱۳۸۸). نظرسنجی تلفنی از مردم تهران درباره تلفن همراه. موسسه تحقیقات همشهری.

معیدفر، سعید و احمد گنجی (۱۳۸۷)، "تحلیلی بر کاربردهای تلفن همراه در بین دانش آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه شهر تهران"، در مجله جهانی رسانه.

منابع انگلیسی:

Amelia S.R (2006), "New Individualism and Mobil Phone:Technology of Individualism and identity", In: *Global Media Journal: Persian Edition* .pp 3-3.

Andrea G, Christoph H (2004-05). *Mobile Communication - Where is it?* . Mobile communication , AE | Intercultural Communication., page 2 -30.

articles base(2010). *communication in iran*.Oct 08, 2010.

Brian L (2011). *Based on a survey of at least 30 students and on dialogue with individuals, investigate the ways in which students communicate with friends and family*. Mediated Communication MC10020. 051848824.

Cilliers MJ, Parker MB(2008), "The social impact of mobile phones on teenagers", In *10th Annual Conference*, Available on: WWW Applications Key: citeulike:7986337.

Economides, A. A. Grousopoulou, A (2008), "Use of mobilephone sby male and female Greek students", In: *International Journal of Mobile Communications IJMC*, Vol. 6, No. 6, pp. 729-749.

Erin G, Michael P (2006), "Technology Use Among College Students: Implications for Student Affairs Professionals", In: *NASPA Journal*, Vol. 43, no. 2.

Esharenana E. (2006), "Mobile Phone Usage Patterns of Library and Information Science Students at Delta State University, Abraka, Nigeria", In: *Electronic Journal of Academic and Special Librarianship*, v.7 , no.1.

Flash Eurobarometer (2008). *Information society as seen by EU citizens Analytical report*.

Gabor M , Maria B, Agnes M (2007), "Mobile Phone Ownership and Use Among School Children inThree Hungarian Cities", In: *Bioelectromagnetics* , 28:309-315.

Hans G (2006), "Are girls (even) more addicted? Some gender patterns of cell phone usage", In: *Sociology in Switzerland: Sociology of the Mobile phone*, Online Publications Zuerich.

Head M, Ziolkowski N (2010), **“UNDERSTANDING STUDENT ATTITUDES OF MOBILE PHONE APPLICATIONS AND TOOLS: A STUDY USING CONJOINT CLUSTER AND SEM ANALYSE”**, In: *18th European Conference on Information Systems*, ECIS.

Hopeton S, Leith D (2007). **Genderstanding Mobile Telephony Women, Men and their Use of the Cellular Phones in the Caribbean**. Mobile Opportunities: Background Papers Series. p 39.

James E. Katz (2011). **Mobile Phones in Educational Settings**.

John W, Legislative A (2002). **Cell Phones and Driving**. INFORMATION BRIEF Minnesota House of Representatives Research Department 600 State Office Building St. Paul, MN 55155.

Joseph V. Dias (2002), **“Are we ready for cellphones in the classroom?”**, In: *JALTCALL2002 Proceedings*.

Judith M, Carla M (2006). **MOBILE COMMUNICATIONS IN MEXICO: A FIRST LOOK AT USAGE PATTERNS AND SOCIAL IMPLICATIONS**. Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE). Page 1 of 35.

Kumiko A, Edward J (2003), **“An analysis of young people's use of and attitudes toward cell phones”**, In: *Telematics and Informatics*, 20 349–364.

Macro (2004). **market analysis and consumer research organization**. A report on study of mobile phone usage among the teenagers and youth in Mumbai.

Naomi S Baron , Ylva Hårdaf Segerstad (2010), **“Cross-cultural patterns in mobile phone use Public space and reachability in Sweden, the US, and Japan”**, Revised version to appear in: *New Media & Society*.

NAOMI S (2005). **EMERGING PATTERNS OF AMERICAN MOBILE PHONE USE: Electronically-mediated communication in transition**. Department of Language and Foreign Studies.

Oraphin C, Wiladlak C, Ashara S et al (2009), **“Survey of Thais' Mobile Phone-Battery Usage and Disposal”**, In: *The Journal of Behavioral Science*, Vol.4 No.1. 23-35.

Priyanka M (2010). **MOBILE PHONE USE BY YOUNG ADULTS IN INDIA: A CASE STUDY**.

Raju R (2007), **“Always Connected But Hard to Reach”**, In: *EDUCAUSE QUARTERLY*.

Samkange-Zeeb F, Blettner M (2009), **“Emerging aspects of mobile phone use”**, In: *Emerging Health Threats Journal*, 2:e5.

Sayan C (2006). **MOBILE PHONE USAGE PATTERNS AMONGST UNIVERSITY STUDENTS: A COMPARATIVE STUDY BETWEEN INDIA AND USA**. A Master's Paper for the M.S. in I.S degree. 53 pages. Advisor: Diane Kelly.

Sheereen N, Rozumah B (2009), **“Mobile Phone use Amongst Students in a University in Malaysia: Its Correlates and Relationship to Psychological Health”**, In: *European Journal of Scientific Research*, ISSN 1450-216X, Vol.37 No.2 ,pp.206-218.

Sohail K (2010), **“Mobile Phone: Calling and Texting Patterns of College Students in Pakistan”**, In: *International Journal of Business and Management*, Vol. 5, No. 4.

Teyf Sharif Consulting (2008), **“Iran Telecommunications Market Intelligence”**, Pages: 61 Available on: <http://www.researchandmarkets.com/reports/1210287/> (accessed april 20, 2011).

Wikipedia (2011), the free encyclopedia. **Mobile phone**.

Worldmapper (2010). **The world as you've never seen it before**.